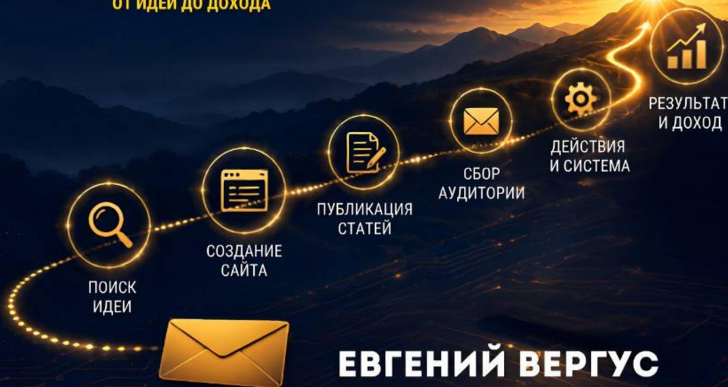


# Я ТОЖЕ СМОГУ ЗАРАБАТЫВАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ

ПОШАГОВАЯ СИСТЕМА ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ:  
ОТ ИДЕИ ДО ДОХОДА



# **Евгений Вергус**

# **Я тоже смогу**

# **зарабатывать в интернете**

*<https://litres.ru/74058584>*

*SelfPub; 2026*

## **Аннотация**

«Я тоже смогу зарабатывать в интернете» — книга для тех, кто давно думает об онлайн-заработке, но не знает, с чего начать.

Без сложных терминов, громких обещаний и историй про быстрые миллионы. Простым языком здесь показано, как обычному человеку разобраться в возможностях интернета, выбрать понятное направление и сделать первые шаги без страха и перегруза.

Через историю Николая и Елены читатель видит знакомый путь: сомнения, усталость от привычной работы, неуверенность, первые попытки и постепенное понимание, что зарабатывать в интернете могут не только молодые специалисты или программисты.

Книга особенно подойдёт новичкам 40+, которые хотят спокойно разобраться в теме и найти для себя реальный путь к дополнительному доходу.

Если внутри давно есть мысль: «Наверное, я тоже смогу», — эта книга поможет сделать первый шаг.

# Содержание

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| Об авторе                                                  | 5   |
| О чем эта книга                                            | 6   |
| Содержание                                                 | 8   |
| Введение. Они тоже ничего не понимали                      | 10  |
| Глава 1. Почему новичок теряется уже на старте             | 19  |
| Глава 2. Откуда вообще берутся деньги в интернете          | 34  |
| Глава 3. Почему компании платят за рекомендации            | 50  |
| Глава 4. Почему одной партнёрской ссылки почти всегда мало | 69  |
| Глава 5. Что такое система простыми словами                | 86  |
| Глава 6. Сайт — это не страшно. Это Ваша площадка          | 105 |
| Глава 7. Статья — это ответ на вопрос человека             | 126 |
| Глава 8. Трафик — это просто люди                          | 146 |
| Глава 9. Подписка — это способ не потерять человека        | 165 |
| Конец ознакомительного фрагмента.                          | 171 |

# **Евгений Вергус**

## **Я тоже смогу**

### **зарабатывать в интернете**

**Я тоже смогу зарабатывать в интернете**

*История Николая и Елены, которые начали с полного нуля и собрали свою первую систему дохода*

# Об авторе

Евгений Вергус — автор обучающих материалов по заработку в интернете, партнёрскому маркетингу, созданию сайтов, простым воронкам продаж и использованию интернет-инструментов для обычных людей.

Более 15 лет помогает новичкам разбираться в том, как устроены сайты, партнёрские программы, рассылки, трафик и другие элементы интернет-заработка. В своих материалах старается объяснять сложные вещи простыми словами: без технической каши, без громких обещаний и без идеи “волшебной кнопки”.

Главная мысль его подхода простая: доход в интернете появляется не от случайной ссылки, а от понятной системы. Человек приходит к полезному материалу, получает ответ, начинает доверять автору, видит подходящее решение и делает следующий шаг.

Эта книга продолжает тот же подход. Она написана для тех, кто пока не считает себя специалистом, не хочет никому ничего навязывать, но хочет спокойно понять, как можно начать свой путь в интернете и собрать первую простую систему дохода.

Авторский сайт: [sovetywebmastera.ru](http://sovetywebmastera.ru)

# О чем эта книга

Эта книга — не учебник для программистов и не сборник сложных маркетинговых терминов. Это спокойная обучающая история для людей, которые хотят разобраться в заработке через интернет с самого нуля.

Главные герои книги — Николай и Елена. Николай работает мастером по ремонту бытовой техники. Елена — бухгалтер. Они не являются молодыми блогерами, программистами или экспертами по рекламе. Они обычные люди, которые сначала тоже не понимают, что такое сайт, партнёрская программа, трафик, подписка, письма и воронка.

Через их путь Вы увидите, как отдельные элементы складываются в простую систему: человек — польза — контакт — доверие — рекомендация — доход. А если говорить языком интернет-маркетинга: трафик — подписка — письма — партнёрки — деньги.

В книге нет обещания быстрых миллионов. Здесь показан более честный и спокойный путь: выбрать понятную тему, сделать первые материалы, привлечь первых людей, не потерять контакт, написать полезные письма и аккуратно рекомендовать подходящие решения.

Читайте эту книгу не как историю “про кого-то”, а как понятную карту действий для себя. В каждой главе можно найти не только сюжет Николая и Елены, но и практический

смысл: что делать, чего не бояться и какой следующий шаг можно выполнить самому.

# Содержание

Ниже приведена структура книги. В электронном формате страницы могут отображаться по-разному, поэтому ориентируйтесь на названия разделов и глав.

Об авторе

О чем эта книга

Введение. Они тоже ничего не понимали

Глава 1. Почему новичок теряется уже на старте

Глава 2. Откуда вообще берутся деньги в интернете

Глава 3. Почему компании платят за рекомендации

Глава 4. Почему одной партнёрской ссылки почти всегда мало

Глава 5. Что такое система простыми словами

Глава 6. Сайт — это не страшно. Это Ваша площадка

Глава 7. Статья — это ответ на вопрос человека

Глава 8. Трафик — это просто люди

Глава 9. Подписка — это способ не потерять человека

Глава 10. Письма — это не спам, а продолжение разговора

Глава 11. Партнёрская рекомендация должна быть уместной

Глава 12. Николай выбирает тему: простой сайт для новичка

Глава 13. Елена выбирает тему: нейросети без страха

Глава 14. Первые статьи: не идеально, зато запущено

Глава 15. Первый подарок за подписку

Глава 16. Первые письма: учимся вести, а не давить

Глава 17. Первые партнёрские рекомендации

Глава 18. Первые анонсы в социальных сетях

Глава 19. Почему результат не приходит мгновенно

Глава 20. Первая встреча вживую: конференция по интернет-бизнесу

Глава 21. Как понять, где слабое место

Глава 22. Нейросети как помощник, а не волшебная кнопка

Глава 23. Маленькие победы, которые нельзя обесценивать

Глава 24. Первая комиссия

Глава 25. План на 30 дней: первая рабочая версия системы

Глава 26. Что делать, если страшно, поздно или непонятно

Глава 27. Когда стоит идти по готовой системе

Глава 28. Три месяца спустя

Глава 29. Решение отметить победу

Глава 30. Турция, море и разговор на террасе

Заключение. Они больше не ищут волшебную кнопку

Приложение 1. Словарь новичка

Приложение 2. Карта системы Николая

Приложение 3. Карта системы Елены

Приложение 4. Карта для читателя

Приложение 5. План на 30 дней

Дополнительные материалы к книге

# **Введение. Они тоже ничего не понимали**

Николай увидел этот пост вечером, когда уже собирался выключать телефон.

День выдался обычный, но тяжёлый. С утра два выезда, потом звонок от постоянного клиента, потом стиральная машина, у которой, как сказал хозяин, «просто что-то щёлкает», а на деле пришлось почти полностью разбирать корпус. Николай был мастером по ремонту бытовой техники уже много лет. Он знал, как ведёт себя насос, когда забивается фильтр. Понимал, почему машина не сливает воду. Мог на слух отличить одну поломку от другой. В обычной жизни он не считал себя человеком, который «не разбирается».

Но стоило ему открыть материалы про заработок в интернете, как всё менялось.

Там были сайты, партнёрские программы, трафик, подписки, рассылки, воронки, нейросети, лид-магниты, какие-то сервисы, кабинеты, ссылки, статистика. Каждое слово вроде бы можно было понять отдельно, но вместе они превращались в густой туман.

Пост, который попался Николаю в социальной сети, был как раз на эту тему. Автор писал, что на партнёрских программах можно зарабатывать без своего товара, без склада,

без доставки и без отдела продаж. Нужно выбрать партнёрку, взять ссылку и начать рекомендовать полезные продукты.

Николай прочитал, усмехнулся и уже хотел пролистнуть дальше. Но всё-таки задержался.

С одной стороны, идея казалась разумной. В жизни он сам много раз советовал людям хорошие инструменты, магазины, сервисы, мастеров. Когда клиент спрашивал, какой водонагреватель лучше взять, Николай мог объяснить без лишней рекламы: вот этот проще в ремонте, у этого запчасти дешевле, а вот этот лучше не брать, потому что потом намучаетесь. Люди слушали, благодарили, иногда покупали именно то, что он советовал.

С другой стороны, в интернете всё выглядело иначе. Там как будто надо было не просто посоветовать, а как-то хитро упаковать, куда-то провести человека, что-то настроить, что-то подключить.

Николай открыл комментарии под постом и увидел, что не он один сомневается.

Один человек писал: «Опять красивые слова. А по факту где брать людей?»

Другой спрашивал: «А если у меня нет сайта, мне это вообще подходит?»

А чуть ниже был комментарий женщины по имени Елена: «Я уже несколько раз пыталась разобраться в партнёрских программах, но всё время одно и то же. Ссылку получить можно. А дальше что? Куда её ставить? Кому отправлять?»

Почему кто-то должен по ней покупать? Везде пишут так, будто это очевидно, а мне не очевидно».

Николай прочитал этот комментарий и неожиданно для себя нажал «ответить».

«Вот и у меня такой же вопрос. Получить ссылку не проблема. Проблема понять, что с ней делать дальше».

Он отправил ответ и отложил телефон. Через несколько минут пришло уведомление.

Елена ответила:

«Значит, я не одна такая. А то уже думала, что все понимают, а я одна нет».

Так они и познакомились.

Сначала это был обычный обмен комментариями. Потом они перешли в личные сообщения. Разговор получился неожиданно честным. Без попытки выглядеть умнее, чем есть. Без красивых фраз. Без «я уже всё понял». Оба признались, что тема интересная, но непонятная.

Николаю было 52 года. Он жил обычной жизнью, работал мастером по ремонту бытовой техники и всё чаще ловил себя на мысли, что не хочет до конца жизни зависеть только от выездов, физической нагрузки и постоянных звонков клиентов. Работать руками он умел и не стеснялся этого. Но сил с годами становилось не больше. Да и доход зависел от простого правила: сколько сам выехал, столько и заработал.

Елене было 49 лет. Она работала бухгалтером в небольшой компании. Работа была стабильная, но стабильность эта

имела потолок. Зарплата росла медленно, ответственности меньше не становилось, а усталость накапливалась. Елена не мечтала бросить всё и стать «звездой интернета». Ей хотелось другого: найти спокойный дополнительный источник дохода, который можно развивать постепенно, без обмана, без навязывания и без ощущения, что нужно кому-то что-то впаривать.

Их объединяло одно: оба хотели разобраться, но не хотели верить в сказки.

Николай не верил в обещания «деньги за три клика». За свою жизнь он хорошо усвоил: если что-то выглядит слишком легко, значит, где-то спрятана недосказанность. Елена тоже не любила громких обещаний. Её отталкивали страницы, где всё кричало: «успейте», «только сегодня», «секретная схема», «пассивный доход без усилий». Она хотела понять логику, а не попасть в очередную красивую упаковку.

В одном из первых сообщений Николай написал:

«Я могу разобрать стиральную машину и собрать обратно. Но когда читаю про сайты, трафик и партнёрки, ощущение такое, будто мне дали коробку деталей без инструкции».

Елена ответила:

«А у меня как будто отчёт, где много строк, но не сходится итог. Вроде каждое слово отдельно понятно, но общей картины нет».

Эта фраза потом ещё не раз всплывала в их разговоре. Общей картины действительно не было.

Николай уже пробовал смотреть ролики про создание сайта. В одном говорили, что надо начинать с WordPress. В другом уверяли, что сайт уже не нужен и всё надо делать в Telegram. В третьем объясняли, что главное — партнёрские программы. В четвёртом показывали нейросети, которые якобы могут за человека написать всё что угодно. В пятом говорили про платную рекламу. В шестом — про рассылку. В седьмом — про автоворонки.

Каждый совет вроде бы звучал уверенно. Но чем больше Николай смотрел, тем меньше понимал, с чего начать.

У Елены было примерно так же. Она несколько раз сохраняла себе полезные материалы, подписывалась на каналы, даже выписывала термины в блокнот. Но потом открывала этот блокнот и видела набор слов: «лид-магнит», «трафик», «прогрев», «оффер», «конверсия», «партнёрская ссылка». И каждый раз думала: «Наверное, это всё-таки не для меня».

Но правда была не в том, что это не для них.

Правда была в том, что им никто спокойно не объяснил порядок.

Эта книга как раз об этом порядке.

Не о волшебной кнопке. Не о способе разбогатеть за неделю. Не о том, как обмануть систему или быстро получить деньги без труда. Эта книга о другом: как обычному человеку понять, из чего вообще складывается заработок в интернете и почему отдельная партнёрская ссылка, отдельный сайт или отдельная статья сами по себе редко дают результат.

В интернете многие начинают с конца. Они спрашивают: «Где взять партнёрскую ссылку?» или «Что бы такого продвигать?» или «Какой продукт даёт большую комиссию?» Эти вопросы понятные, но они не должны быть первыми.

Первый вопрос должен быть другим:  
кому я могу помочь и какой путь я могу для этого человека построить?

Потому что деньги в интернете появляются не из воздуха. Они появляются там, где есть человек с вопросом, проблемой или желанием. Если Вы помогаете ему разобраться, даёте пользу, сохраняете контакт, выстраиваете доверие и показываете подходящее решение, тогда рекомендация может принести доход.

Если сказать совсем просто, путь выглядит так:  
человек — польза — контакт — доверие — рекомендация — доход.

Человек приходит к Вам, потому что у него есть вопрос. Вы даёте ему полезный материал. Потом предлагаете оставить контакт, чтобы он не потерялся. Через письма или другие сообщения продолжаете объяснять тему. Когда доверие становится выше, Вы рекомендуете подходящий продукт, сервис или обучение. Если человеку это действительно нужно, он переходит по Вашей рекомендации, а Вы получаете партнёрское вознаграждение.

В маркетинге эту же логику часто описывают другими словами:

трафик — подписка — письма — партнёрки — деньги.  
Но мы не будем начинать со сложных слов.

Сначала будем понимать смысл. Потом уже аккуратно познакомимся с терминами. Потому что термин без смысла только пугает. А когда смысл понятен, слово перестаёт быть страшным.

Николай и Елена будут проходить этот путь вместе с Вами. Они будут ошибаться. Иногда торопиться. Иногда сомневаться. Иногда делать не то. Николай будет пытаться решить всё технически и застревать в настройках. Елена будет бояться, что любое письмо — это навязывание. Они будут спорить, смеяться над своими первыми попытками, поддерживать друг друга и постепенно собирать систему.

Николай выберет направление, связанное с простым созданием сайта для новичка. Ему самому страшно начинать, поэтому он сможет объяснять другим людям, как сделать первый шаг без технического ужаса.

Елена выберет направление, связанное с нейросетями и простыми интернет-инструментами для обычных людей. Она сама боится новых сервисов, но постепенно поймёт, что может объяснять их спокойно и понятно тем, кто тоже начинает с нуля.

Они познакомятся в комментариях. Потом впервые встретятся вживую на конференции по интернет-бизнесу. А через три месяца, когда их первые системы дадут серьёзный для них результат, они решат отметить это по-настоящему.

Не просто поставить галочку в таблице и не просто сказать «ну, получилось», а сделать что-то такое, что надолго останется в памяти. Но где и как это произойдёт, пусть пока останется интригой до финала.

Главный результат будет не в море, не в отеле и не в красивых фотографиях. Главный результат будет в другом: Николай и Елена перестанут чувствовать себя людьми, которые «ничего не понимают в интернете». Они увидят, как работает система. Они поймут, откуда пришли деньги. Они увидят связь между статьями, подпиской, письмами, рекомендациями и результатом.

И именно это важно.

Потому что когда Вы понимаете систему, Вы перестаёте метаться. Уже не нужно каждый день искать новый секретный способ. Не нужно хвататься за каждую модную площадку. Не нужно думать, что всё решит одна ссылка, один сайт или одна нейросеть.

Вы начинаете задавать другие вопросы.

Кому я помогаю?

Какой первый материал увидит человек?

Как я сохраню с ним контакт?

Что я объясню ему дальше?

Какое решение будет для него уместным?

Как я пойму, какое звено системы нужно улучшить?

Вот с этого начинается спокойный и взрослый подход к интернет-заработку.

Эта книга написана для тех, кто хочет разобраться без технической каши. Для тех, кто не хочет никого обманывать. Для тех, кто не верит в волшебные кнопки, но готов сделать понятные шаги. Для тех, кто думает: «Я не программист, не маркетолог, не блогер, но, может быть, если объяснить по-человечески, я тоже смогу».

Да, сможете.

Не сразу идеально. Не без ошибок. Не за один вечер. Но сможете начать понимать, что за чем идёт. А когда появится порядок, появляется и движение.

Именно поэтому мы начнём не с настройки сайта, не с выбора партнёрской программы и не с нейросетей.

Мы начнём с самого первого вопроса:

почему новичок теряется уже на старте и как перестать тонуть в разрозненной информации.

# Глава 1. Почему новичок теряется уже на старте



На следующий день после знакомства Николай и Елена продолжили переписку.

Николай написал первым. Он отправил Елене скриншот сохранённых вкладок в браузере. Там были открыты статьи и видео: «Как создать сайт на WordPress», «Топ партнёрских программ», «Как заработать на нейросетях», «Что такое автоворонка», «Как привлечь трафик», «Как вести рассылку», «Как продвигаться в Telegram».

Под скриншотом он добавил:

«Вот так у меня выглядит попытка разобраться. Открыл всё, что вроде бы важно. А в итоге не понимаю, что делать первым».

Елена ответила не сразу. Через несколько минут она прислала фотографию своего блокнота. На странице были аккуратно выписаны слова в столбик:

сайт,  
партнёрка,  
трафик,  
рассылка,  
воронка,  
лид-магнит,  
нейросеть,  
прогрев,  
конверсия,  
оффер.

Рядом с некоторыми словами стояли вопросительные знаки.

«У меня примерно так же, — написала она. — Как бухгалтер я привыкла, что если есть отчёт, то в нём должна быть логика. А здесь вроде все слова важные, но они не складываются в систему».

Николай усмехнулся. Ему понравилось сравнение с отчётом. У него было своё сравнение.

«Мне это больше напоминает разобрannую стиральную

машину. Деталей много. Каждая вроде нужна. Но если человек не понимает, где двигатель, где насос, где ремень, где плата управления, он ничего не соберёт. Будет просто смотреть на детали и думать, что всё слишком сложно».

Так они впервые сформулировали проблему, с которой сталкивается почти каждый новичок.

Проблема не в том, что информации мало.

Наоборот, информации слишком много.

Сегодня человек, который хочет разобраться в заработке через интернет, очень быстро попадает в поток советов. Ему говорят: сделайте сайт. Через пять минут он слышит: сайт уже не нужен, идите в социальные сети. Потом ему объясняют: без Telegram сейчас никак. Следующий автор уверяет: главное — партнёрские программы. Ещё один говорит: всё решают нейросети. Другой настаивает: без платной рекламы результата не будет. Кто-то показывает сложные воронки. Кто-то говорит про рассылки. Кто-то учит делать обложки, видео, посты, лид-магниты, страницы, ботов, автосерию.

И всё это может быть полезно.

Сайт действительно может быть полезен.

Партнёрские программы действительно могут приносить доход.

Рассылка действительно помогает выстраивать доверие.

Нейросети действительно могут ускорять работу.

Социальные сети действительно могут приводить людей.

Проблема не в том, что эти инструменты плохие. Пробле-

ма в том, что новичку часто показывают их отдельно. Как будто ему дают не карту маршрута, а мешок деталей.

Представьте человека, который никогда не собирал мебель. Ему привезли коробку. Внутри полки, шурупы, петли, ручки, направляющие, какие-то маленькие заглушки. Если рядом есть инструкция, он может идти по шагам: сначала соединить боковые стенки, потом поставить полки, потом прикрутить дверцы. Даже если он ошибётся, он поймёт, куда вернуться.

А теперь представьте, что инструкции нет.

Только детали.

И каждый проходящий мимо говорит своё:

«Начинай с дверцы».

«Нет, сначала собери ящики».

«Да зачем тебе эти петли, сейчас все делают по-другому».

«Главное — купи хороший шуруповёрт».

«Без профессионального инструмента не соберёшь».

Через час человек уже не собирает шкаф. Он сидит среди деталей и думает, что, наверное, это не для него.

С интернет-заработком происходит то же самое.

Новичок быстро начинает думать, что проблема в нём. Ему кажется, что он недостаточно современный, недостаточно технический, недостаточно молодой, недостаточно смелый. Он смотрит на других людей, которые уверенно говорят про сайты, трафик, партнёрки и нейросети, и думает: «Наверное, они понимают, а я нет».

Но чаще всего дело не в способностях.

Дело в отсутствии последовательности.

Николай в этот момент вспомнил один случай из работы. Его вызвали к клиенту, у которого стиральная машина перестала сливать воду. Клиент уже посмотрел несколько роликов в интернете и успел купить какую-то деталь. Он был уверен, что сломался насос. Николай приехал, открыл фильтр и через минуту достал оттуда монету, нитки и маленькую деталь от детской игрушки. Машина снова заработала.

Клиент удивился:

— И всё? А я уже насос хотел менять.

Николай тогда сказал:

— Сначала надо понять, где проблема. А потом уже менять детали.

Когда он написал эту историю Елене, она ответила:

«Вот. В интернете я как тот клиент. Сначала хочу менять насос, хотя даже не понимаю, что засорилось».

Это очень точное описание состояния новичка.

Человек слышит: «Вам нужен сайт» — и бежит разбираться с сайтом. Потом слышит: «Вам нужна рассылка» — и бросает сайт, начинает изучать рассылку. Потом слышит: «Главное — нейросети» — и открывает нейросеть. Потом слышит: «Без трафика ничего не будет» — и начинает читать про рекламу. Через неделю у него уже десятки вкладок, несколько регистраций в сервисах, куча сохранённых видео и почти никакого результата.

Не потому, что он ленивый.

А потому, что он не понимает, какой элемент за что отвечает.

Вот здесь появляется первое важное правило.

Вам не нужно сразу знать всё.

Вам нужно понять порядок.

Порядок важнее количества информации. Если у человека есть порядок, он может двигаться даже маленькими шагами. Если порядка нет, даже большое количество знаний превращается в кашу.

Давайте разберём это совсем просто.

В любой системе заработка через интернет есть человек, которому что-то нужно. Он ищет ответ, помощь, решение, подсказку, инструмент или продукт. Этот человек не обязан сразу покупать. Он может просто интересоваться. Может сомневаться. Может сравнивать варианты. Может бояться ошибиться.

Ваша задача не в том, чтобы сразу сунуть ему ссылку.

Ваша задача — помочь ему пройти путь.

Сначала человек должен Вас найти или увидеть. Для этого нужен вход. В маркетинге этот поток людей называют трафиком. Но пока можно не запоминать термин. Простыми словами, это люди, которые приходят к Вашему материалу.

Потом человеку нужно дать пользу. Например, статью, инструкцию, разбор, видео, чек-лист, понятное объяснение. Он должен почувствовать: «Здесь мне объясняют нормаль-

но. Не давят. Не пугают. Не бросают сложными словами».

Потом важно не потерять контакт. Потому что человек может прочитать и уйти. Даже если ему понравилось, он может закрыть вкладку, отвлечься, забыть название сайта и больше не вернуться. Поэтому нужна подписка. Простыми словами, это способ продолжить разговор.

Потом нужно выстроить доверие. Для этого нужны письма или другие сообщения. Не спам. Не давление. Не крик «купите срочно». А спокойное объяснение: в чём проблема, какие есть ошибки, какой путь проще, что можно сделать дальше.

И только потом появляется рекомендация. Если продукт, сервис или обучение действительно подходит человеку, Вы можете аккуратно его рекомендовать. Если это партнёрская программа, Вы получите вознаграждение, когда человек перейдёт по Вашей ссылке и выполнит нужное действие.

Вот почему просто взять партнёрскую ссылку и бросить её в комментарии — слабая идея.

В ней нет пути.

Нет первого нормального объяснения. Нет доверия. Нет сохранённого контакта. Нет понимания, почему человеку вообще нужна эта рекомендация.

Николай сначала именно так и думал: «Найду партнёрку, возьму ссылку, где-нибудь размещу». Елена тоже думала примерно так, только её это пугало. Ей казалось, что заработок в интернете означает постоянно кому-то что-то предла-

гать. А она не хотела быть человеком, который лезет к другим со ссылками.

Когда они начали обсуждать путь человека, напряжение немного снизилось.

Елена написала:

«Если объяснять так, то это уже не выглядит как навязывание. Получается, человек сам ищет решение, а ты ему помогаешь разобраться».

Николай ответил:

«Да. Как у меня с ремонтом. Если человек спрашивает, какую машинку брать, я же не впариваю. Я объясняю, что лучше и почему».

Именно в этот момент у них появилась первая опора.

Заработок в интернете стал выглядеть не как набор хитрых приёмов, а как понятная человеческая логика.

Человек ищет решение.

Вы помогаете разобраться.

Он начинает доверять.

Вы показываете подходящий вариант.

Если вариант ему подходит, Вы получаете вознаграждение.

Конечно, между этими шагами есть технические детали. Сайт нужно создать. Статью нужно написать. Подписку нужно настроить. Письма нужно подготовить. Партнёрскую программу нужно выбрать. Но если сначала понять общую логику, детали уже не кажутся такими страшными.

Потому что Вы начинаете видеть, для чего каждая деталь нужна.

Сайт нужен не «потому что все говорят делать сайт». Сайт нужен как площадка, где человек может получить полезный материал и сделать следующий шаг.

Статья нужна не «для галочки». Статья нужна, чтобы ответить на вопрос человека и привести его к пониманию.

Подписка нужна не «потому что так делают маркетологи». Подписка нужна, чтобы не потерять человека после первого касания.

Письма нужны не «чтобы спамить». Письма нужны, чтобы продолжить разговор и выстроить доверие.

Партнёрская программа нужна не «чтобы куда-то вставить ссылку». Она нужна, чтобы предложить человеку готовое решение и получить вознаграждение за рекомендацию.

Нейросеть нужна не «чтобы она всё сделала за Вас». Она нужна как помощник, который может ускорить подготовку статей, писем, идей и анонсов, если Вы уже понимаете, что строите.

Когда Николай это увидел, он написал Елене:

«Получается, мне не надо сразу разбираться во всём. Мне надо понять, какой следующий элемент системы я сейчас собираю».

Елена ответила:

«Вот это мне нравится. Потому что когда я думаю “надо разобраться в интернет-заработке”, мне страшно. А когда

думаю “надо понять следующий шаг”, уже легче».

Это и есть правильное состояние для старта.

Не нужно пытаться за один вечер стать специалистом по сайтам, рекламе, рассылкам, партнёрам и нейросетям. Так можно только перегореть. Нужно спокойно разложить путь на части.

Сначала понять, кому Вы хотите помогать.

Потом понять, какой первый материал может быть полезен этому человеку.

Потом решить, где этот материал будет размещён.

Потом подумать, как не потерять человека после прочтения.

Потом подготовить несколько писем или сообщений.

Потом подобрать продукт или сервис, который логично продолжает этот путь.

И только после этого смотреть, как всё это превращается в доход.

Для новичка это особенно важно, потому что в интернете очень легко попасть в ловушку сравнения.

Николай тоже в неё попал. Он посмотрел несколько сайтов людей, которые давно занимаются интернет-бизнесом. У них были красивые страницы, много материалов, видео, формы подписки, продукты, отзывы, сложные схемы. После этого его собственная идея показалась смешной.

Он написал Елене:

«Смотрю на всё это и думаю: мне до такого как до луны.

Может, и начинать не стоит».

Елена ответила не сразу. Потом написала:

«А ты когда первый раз ремонтировал технику, сразу мог всё?»

Николай улыбнулся.

Конечно, не мог.

Он вспомнил, как в начале боялся перепутать провода, долго сверялся со схемами, переспрашивал более опытных мастеров, ошибался, разбирал и собирал заново. Сейчас многие действия казались ему очевидными, но когда-то они тоже были новыми.

Елена продолжила:

«Я в бухгалтерии тоже не сразу всё понимала. Первый отчёт казался ужасом. А сейчас я просто знаю, что за чем идёт».

Вот ключевая мысль.

Опытный человек отличается от новичка не тем, что никогда не ошибался. Он просто уже понимает порядок действий.

Задача этой книги — дать такой порядок.

Не превратить Вас за одну главу в специалиста по интернет-маркетингу. Не заставить сразу строить сложную воронку. Не завалить терминами. А спокойно показать, как отдельные элементы соединяются в систему.

Поэтому в начале нам важно снять лишнее напряжение.

Вы не обязаны сразу знать, как устроены все сервисы.

Не обязаны писать идеальные статьи.

Не обязаны понимать рекламу.

Не обязаны вести все социальные сети.

Не обязаны с первого дня делать сложную рассылку.

Не обязаны выбирать лучшую партнёрскую программу на рынке.

На старте нужно другое.

Нужно увидеть простую карту.

Николай и Елена решили начать именно с карты. Они взяли лист бумаги и нарисовали цепочку. Не красивую, не дизайнерскую, не для публикации. Просто для себя.

Слева они написали: «Человек с вопросом».

Дальше: «Полезный материал».

Потом: «Подписка».

Потом: «Письма».

Потом: «Рекомендация».

В конце: «Доход».

Елена посмотрела на эту цепочку и сказала:

«Странно. Когда это написано так, уже не выглядит страшно».

Николай ответил:

«Потому что теперь хотя бы понятно, что за чем идёт».

Конечно, у них ещё ничего не было. Не было сайта. Не было статей. Не было подписки. Не было писем. Не было первых комиссий. Но у них появилось то, чего раньше не было.

Понимание направления.

А это уже очень много.

Потому что большинство новичков бросает не из-за отсутствия способностей. Они бросают из-за ощущения хаоса. Им кажется, что нужно сделать всё сразу, а когда всё сразу не получается, они делают вывод: «Это не моё».

Но если идти по шагам, всё становится спокойнее.

Сначала не надо думать о всей книге, которую Вы держите в руках. Достаточно понять эту главу.

Сначала не надо строить весь интернет-бизнес. Достаточно понять, кому Вы можете быть полезны.

Сначала не надо писать сто статей. Достаточно придумать первые пять вопросов, на которые Вы можете ответить.

Сначала не надо собирать сложную автоворонку. Достаточно понять, какой следующий шаг Вы предложите человеку после первого материала.

Сначала не надо зарабатывать большие деньги. Достаточно собрать первую простую систему и увидеть, что она начинает подавать признаки жизни.

Именно так будут двигаться Николай и Елена.

Не рывком.

Не через чудо.

Не через секретную кнопку.

А через понятные шаги.

В этой главе они ещё ничего не заработали. И это нормально. Первая глава не про деньги. Она про то, чтобы перестать тонуть в разрозненной информации и увидеть про-

стую схему.

Потому что без схемы любые инструменты пугают.

А со схемой даже сложные слова постепенно становятся понятными.

### **Если совсем просто**

Новичок теряется не потому, что интернет-заработок невозможен. Он теряется потому, что видит слишком много отдельных инструментов и не понимает, как они связаны. Сайт, статьи, подписка, письма, партнёрские программы и нейросети начинают помогать только тогда, когда стоят на своих местах.

### **Главная ошибка новичка**

Пытаться освоить всё сразу: сайт, партнёрки, трафик, рассылку, нейросети, рекламу и социальные сети. Из-за этого появляется усталость, ощущение хаоса и желание всё бросить.

### **Что поняли Николай и Елена**

Им не нужно сразу становиться экспертами во всём. Им нужно понять порядок. Сначала человек с вопросом. Потом полезный материал. Потом контакт. Потом доверие. Потом рекомендация. Потом доход.

### **Что сделать сейчас**

Возьмите лист бумаги или откройте заметки и выпишите все слова, которые сейчас кажутся Вам сложными или непонятными: сайт, трафик, партнёрка, рассылка, подписка, воронка, лид-магнит, нейросеть, реклама, Telegram, блог.

Рядом с каждым словом пока не нужно писать сложное определение. Просто отметьте, что Вы уже слышали, а что вызывает больше всего вопросов.

Потом нарисуйте простую цепочку:

человек — польза — контакт — доверие — рекомендация — доход.

Это будет Ваша первая карта. Пока очень простая. Но дальше мы будем постепенно наполнять её смыслом.

## **Вывод главы**

Заработок в интернете становится понятнее, когда Вы перестаёте смотреть на инструменты отдельно и начинаете видеть путь человека. Не нужно хвататься за всё сразу. Нужно спокойно разобраться, какое звено системы Вы собираете сейчас.

## Глава 2. Откуда вообще берутся деньги в интернете

На следующее утро после их первого разговора Николай проснулся раньше обычного.

За окном ещё было темно. На кухне тихо шумел чайник, на столе лежал блокнот, в котором он обычно записывал заявки клиентов: у кого сломалась стиральная машина, кому нужно посмотреть холодильник, где надо заменить насос или проверить проводку.

Раньше этот блокнот был для Николая обычным рабочим инструментом. Там всё было понятно: адрес, телефон, поломка, время выезда, стоимость работы. Если клиент звонил и говорил, что машина не сливает воду, Николай уже примерно представлял, что проверять. Если холодильник не морозил, он понимал, где искать причину.

Но теперь на первой свободной странице блокнота была написана другая фраза:

«Откуда вообще берутся деньги в интернете?»

Николай посмотрел на неё и сам себе усмехнулся.

Вопрос вроде бы простой, даже немного детский. Но именно он мешал ему двигаться дальше. Он мог разобрать технику, найти неисправность, объяснить клиенту, почему деталь вышла из строя. Но когда речь заходила про интер-

нет-заработок, всё становилось туманным.

Кто кому платит? За что платит? Почему компания должна отдать деньги обычному человеку? Почему кто-то должен купить по его рекомендации? И главное — как это может работать без обмана и навязывания?

Николай взял телефон и открыл переписку с Еленой. Накануне они познакомились в комментариях под постом о партнёрских программах. Разговор получился неожиданно живым. Сначала они просто обменялись сомнениями, а потом перешли в личные сообщения, потому что оба поняли: вопросы у них похожие.

Николай написал:

«Лена, у меня, кажется, главный вопрос вообще базовый. Кто мне будет платить в интернете? Я же ничего не произвожу, складов у меня нет, товара нет, курса своего нет. Как тут вообще появляются деньги?»

Ответ пришёл не сразу. Елена как раз собиралась на работу. Она работала бухгалтером в небольшой компании и по утрам обычно проверяла почту, готовила документы и просматривала сообщения от руководителя.

Через полчаса она ответила:

«У меня тот же вопрос. Я понимаю зарплату: пришла на работу, сделала отчёты, получила деньги. Понимаю клиента: оказала услугу, получила оплату. А в интернете мне пока непонятно, кто кому и за что платит. Особенно если речь про рекомендации».

Вот с этого места и начинается настоящее понимание интернет-заработка.

Не с сайта. Не с кнопки. Не с партнёрской ссылки. Не с нейросети. А с простого вопроса: за что вообще платят деньги?

Многие новички перескакивают этот шаг. Они сразу начинают искать способ. Где заработать? На какой партнёрке больше комиссия? Какой сервис лучше? Где взять трафик? Как быстро сделать сайт? Какая нейросеть пишет статьи?

Но если человек не понимает, откуда в этой системе берутся деньги, все дальнейшие действия выглядят почти как магия.

А когда в голове магия, тогда легко поверить во что угодно. В кнопку, которая сама приносит доход. В схему, где ничего не нужно делать. В обещание, что достаточно получить ссылку и разослать её знакомым. В красивый скриншот, где кто-то показывает большие суммы, но не объясняет, каким путём они появились.

Поэтому давайте разберём всё с самого начала.

Деньги в интернете появляются не потому, что интернет сам по себе кому-то что-то платит. Интернет — это не банкомат. Это среда, в которой люди ищут информацию, решения, товары, услуги, обучение, помощь, советы и ответы.

Один человек хочет создать сайт, но не понимает, с чего начать. Другой хочет выбрать хостинг и боится ошибиться. Третий хочет научиться пользоваться нейросетью, но пуга-

ется сложных слов. Четвёртый ищет способ дополнительно-го дохода. Пятый хочет написать статью, но не знает, как её построить. Шестой выбирает сервис рассылки. Седьмой пытается понять, как продвигать партнёрские продукты.

У каждого из этих людей есть вопрос.

Иногда этот вопрос маленький. Например: «Как зарегистрировать домен?»

Иногда он большой. Например: «Как начать зарабатывать в интернете с нуля?»

Но в любом случае за вопросом стоит человек. У него есть задача, сомнение, страх или желание.

И если Вы помогаете этому человеку разобраться, Вы создаёте пользу.

А уже вокруг пользы может появляться доход.

Николай прочитал похожую мысль в одном из материалов, которые нашёл вечером, и остановился. Он несколько раз перечитал фразу: «Доход начинается не с продукта, а с проблемы человека».

Сначала она показалась ему слишком простой. Но потом он вдруг вспомнил свою обычную работу.

Когда клиент звонит и говорит: «У меня стиральная машина перестала сливать воду», он не покупает у Николая деталь. Он не покупает час времени. Он не покупает поездку мастера по городу. На самом деле он покупает решение проблемы: чтобы машина снова работала, бельё стиралось, вода уходила, а дома всё вернулось в норму.

Деталь, инструмент, выезд, опыт мастера — это уже способ решить проблему.

В интернете логика похожая.

Человек не ищет «партнёрскую ссылку на хостинг». Он ищет способ сделать сайт и не запутаться. Человек не ищет «лид-магнит». Он хочет получить понятную инструкцию. Человек не ищет «воронку». Он хочет понять, как ему двигаться от первого шага к результату.

Елена, когда прочитала сообщение Николая, сразу провела свою аналогию.

Она написала:

«В бухгалтерии тоже ведь так. Клиенту не нужен сам отчёт ради отчёта. Ему нужно, чтобы всё было сдано правильно, без штрафов и лишней нервозности. Он платит не за таблицу, а за спокойствие и порядок».

Николай ответил:

«Получается, и в интернете платят не за ссылку, не за сайт и не за красивую страницу, а за то, что человек через это решает свою задачу?»

Елена поставила смайлик и написала:

«Похоже, мы наконец начинаем понимать».

И это действительно была важная точка.

Пока новичок думает только о деньгах, он задаёт вопросы вроде: «Где взять ссылку? Что продвигать? Где больше платят? Как быстро получить комиссию?»

Но когда он начинает думать о человеке, вопросы меня-

ются:

Кому я могу помочь?

Что этот человек ищет?

Чего он боится?

Что ему нужно объяснить простыми словами?

Какой следующий шаг для него будет полезным?

Какой продукт или сервис действительно может ему помочь?

Вот это уже совсем другой уровень мышления.

Представьте простую ситуацию.

Человек решил создать свой первый сайт. Он набирает в поиске: «как создать сайт на WordPress новичку». Перед ним появляются разные материалы. Где-то слишком сложно. Где-то сразу предлагают купить дорогой курс. Где-то автор пишет так, будто читатель уже всё знает. Человек открывает одну статью, вторую, третью и постепенно устаёт.

А потом он попадает на спокойный материал, где всё объяснено по шагам: что такое домен, что такое хостинг, зачем нужен WordPress, почему не нужно бояться настроек, какие ошибки бывают у новичков, с чего начать сегодня.

Человек читает и думает: «Вот здесь мне понятно».

Это первая точка доверия.

Потом в статье ему предлагают скачать чек-лист: «Что подготовить перед созданием первого сайта». Он оставляет email или подписывается в удобный канал.

Это контакт.

Дальше он получает несколько писем. В первом ему объясняют, с чего начать. Во втором — как выбрать хостинг. В третьем — как не переплатить. В четвёртом — как поставить WordPress. В пятом — какие первые страницы сделать.

Это доверие и сопровождение.

И только после этого автор рекомендует конкретный хостинг по партнёрской ссылке.

Теперь рекомендация выглядит не как случайная реклама, а как логичный следующий шаг.

Если человек переходит и покупает хостинг, компания получает клиента. Человек получает решение своей задачи. Автор получает партнёрское вознаграждение.

Все три стороны получили пользу.

Вот откуда берутся деньги.

Не из воздуха. Не из хитрости. Не из того, что кто-то кого-то обманул. А из связки, где один человек помог другому пройти путь к решению.

Николай, когда понял эту логику, впервые успокоился.

До этого ему казалось, что интернет-заработок — это что-то странное. Как будто надо спрятать ссылку, заманить человека, уговорить, подтолкнуть и быстро получить комиссию. Такой подход ему не нравился. Он всю жизнь работал иначе: приехал, посмотрел, объяснил, сделал, получил оплату.

А теперь он увидел, что нормальный интернет-заработок может строиться примерно так же.

Не навязать, а помочь.

Не обмануть, а объяснить.

Не толкнуть ссылку, а показать путь.

Елена тоже почувствовала облегчение. Ей особенно не нравилось слово «продажи». Она представляла себе навязчивые сообщения, давление, громкие обещания и постоянное «купите прямо сейчас». Но когда она увидела модель через пользу и доверие, всё стало выглядеть иначе.

Она написала Николаю:

«Если я сначала объясню человеку, как пользоваться нейросетью, помогу ему написать первый текст, покажу ошибки и только потом порекомендую полезный сервис, это уже не похоже на навязывание».

Николай ответил:

«Да. Это похоже на нормальную консультацию. Только через статьи и письма».

Вот здесь появляется очень важная мысль для всей книги.

В интернете можно зарабатывать по-разному. Можно пытаться ловить случайные клики, рассылать ссылки, писать громкие обещания и надеяться, что кто-то купит. Но такой путь быстро утомляет и автора, и аудиторию.

А можно строить систему вокруг пользы.

Сначала человек.

Потом его вопрос.

Потом понятное объяснение.

Потом контакт.

Потом доверие.

Потом рекомендация.

И только потом доход.

Эта последовательность может казаться длинной, но именно она делает заработок более спокойным и понятным.

Новичку часто хочется быстрее. Это нормально. Все хотят результата. Николай тоже хотел. Он уже представлял, как было бы хорошо получать дополнительный доход не только за выезды и ремонты. Елена тоже думала, как бы ей хотелось иметь источник денег, который не зависит только от зарплаты и отчётов.

Но они начали понимать: если думать только о деньгах, легко сделать неправильный первый шаг.

Например, выбрать продукт только потому, что там большая комиссия.

Или начать писать людям в личные сообщения.

Или разместить ссылку в комментариях без объяснения.

Или сделать сайт, но не подумать, кто туда придёт и зачем.

Или написать статью, в которой нет следующего шага.

Поэтому в этой книге мы постоянно будем возвращаться к простой основе: сначала нужно понять человека.

Что он ищет?

Что ему непонятно?

Какая проблема у него болит?

Какой первый маленький шаг поможет ему почувствовать, что он начал разбираться?

Николай вечером снова открыл блокнот и переписал свою

утреннюю фразу.

Вместо вопроса «Откуда вообще берутся деньги в интернете?» он написал:

«Деньги появляются там, где я помогаю человеку пройти путь к решению».

Ему самому эта формулировка показалась немного непривычной. Но в ней уже был порядок.

Елена в тот же вечер сделала похожую запись в своём рабочем ежедневнике:

«Не искать, что бы продать. Искать, кому я могу помочь и что объяснить простыми словами».

Так у них появилась первая настоящая опора.

Они ещё не знали, как делать сайт. Не знали, как писать статьи. Не знали, как собирать подписку и писать письма. Но главное уже начало проясняться: интернет-заработок не начинается с техники. Он начинается с пользы для человека.

Очень важно не перескочить через эту мысль слишком быстро.

Новичку часто кажется, что если в интернете можно зарабатывать, значит, где-то должен быть специальный «денежный механизм». Нужно только найти правильный сайт, правильную кнопку, правильную ссылку или правильный сервис. Николай тоже сначала думал именно так. Ему казалось, что есть какой-то закрытый способ, который понимают только те, кто давно в теме.

Но чем больше они с Еленой обсуждали эту тему, тем яс-

нее становилось: в основе почти любого нормального заработка лежит не секрет, а обмен пользой.

Когда Николай ремонтирует стиральную машину, он получает деньги не за то, что у него есть отвёртка. Отвёртка — это просто инструмент. Деньги он получает за то, что помогает человеку вернуть технику в рабочее состояние.

Когда Елена готовит документы и отчёты, она получает деньги не за то, что умеет открывать таблицы. Таблица — это инструмент. Деньги она получает за порядок, точность и спокойствие клиента.

Точно так же сайт, статья, нейросеть, рассылка или партнёрская ссылка — это инструменты. Они сами по себе не создают доход. Доход появляется тогда, когда с их помощью решается чья-то задача.

Эта мысль особенно важна для тех, кто никогда раньше не занимался интернет-заработком. Потому что такой человек часто смотрит на инструменты и пугается. Ему кажется: «Я не умею делать сайты, значит, мне рано». Или: «Я не понимаю рассылки, значит, это не для меня». Или: «Я не знаю, что такое трафик, значит, лучше даже не начинать».

Но начинать нужно не с инструмента. Начинать нужно с простого вопроса: кому я могу быть полезен?

Допустим, Вы не эксперт по интернету. Но Вы уже когда-то выбирали банк, хостинг, телефон, сервис, обучение, программу для работы, способ вести документы, способ писать тексты или простой инструмент для бизнеса. Вы разби-

рались, сравнивали, ошибались, находили более удобный вариант. Для другого человека, который только подошёл к этому вопросу, Ваш опыт уже может быть полезным.

Не нужно сразу становиться самым большим специалистом на рынке. На старте достаточно быть на один-два шага впереди полного новичка и честно объяснять то, что Вы уже поняли.

Николай после этой мысли даже немного оживился. Он написал Елене:

«Получается, я не обязан сразу быть гуру. Я могу объяснять путь такому же человеку, каким сам был вчера».

Елена ответила:

«Да. И это даже лучше. Потому что настоящий новичок часто не понимает экспертов. Они говорят слишком быстро и слишком сложно. А человек, который сам недавно разобрался, помнит, где было непонятно».

Это был ещё один важный поворот.

Книга, которую Вы сейчас читаете, строится именно на этой логике. Здесь не нужно делать вид, что всё легко и мгновенно. Но и пугаться тоже не нужно. Любую систему можно разложить на простые шаги, если сначала понять, какую задачу она решает для человека.

Есть ещё один момент, который Николай и Елена решили для себя отдельно проговорить. Доход в интернете может приходить не сразу, и это нормально.

В обычной работе результат часто виден быстро. Николай

приехал к клиенту, починил технику, получил оплату. Елена закрыла отчётный период, получила зарплату. В интернете путь длиннее. Сегодня Вы написали статью, завтра её прочитали несколько человек, потом кто-то подписался, потом через письма лучше понял тему, потом через несколько дней или недель перешёл к рекомендации.

Поэтому новичку важно не путать задержку результата с отсутствием результата.

Если человек посадил семена, он не выкапывает их на следующий день, чтобы проверить, выросли ли корни. Он понимает, что сначала идёт невидимая работа. В интернет-системе происходит похожее. Сначала появляются материалы. Потом первые переходы. Потом первые подписчики. Потом доверие. И только после этого деньги.

Николай, когда услышал эту аналогию, кивнул:

«То есть если я сегодня написал полезную статью, это ещё не значит, что завтра должны прийти деньги. Но это может быть первым кирпичом в системе».

Елена добавила:

«И если я сегодня объяснила человеку простую вещь про нейросеть, он может не купить ничего сразу. Но он может запомнить, что ему наконец стало понятно».

Это спокойное понимание очень важно. Оно не даёт бросить всё после первых дней. Новичок начинает видеть не только конечные деньги, но и промежуточные шаги: статью, просмотр, подписку, ответ на письмо, клик, доверие.

А когда человек видит шаги, ему проще продолжать.

На следующий день Николай попробовал применить эту мысль к себе совсем практически.

Он взял чистый лист и написал: «Кому я могу помочь?» Сначала было пусто. Ему казалось, что он обычный мастер по ремонту техники и к интернету это никак не относится. Но потом он начал вспоминать разговоры с клиентами.

Один спрашивал, как найти нормального мастера и не попасть на обман. Другой просил объяснить, стоит ли ремонтировать старую технику или лучше купить новую. Третий интересовался, где купить запчасть. Четвёртый хотел понять, почему одна и та же поломка повторяется снова.

Вдруг Николай увидел: люди постоянно задают вопросы. И если эти вопросы спокойно разобрать в статье, это уже может быть полезным материалом.

Елена сделала то же самое. Она выписала вопросы, которые слышала от знакомых: как не запутаться в онлайн-сервисах, как написать текст без страха, как попросить нейросеть объяснить простыми словами, как не выглядеть глупо, если ничего не понимаешь в новых технологиях.

Оказалось, что у каждого из них уже есть маленький запас тем. Не потому, что они эксперты мирового уровня, а потому что рядом с ними есть обычные люди с обычными вопросами.

И это очень важный момент для читателя. Вам не нужно начинать с большой идеи, сложного проекта или громкого

обещания. Начните с вопроса, который живой человек действительно задаёт. Если Вы можете ответить на него понятно, у Вас уже появляется первый кирпичик будущей системы.

Потом таких кирпичиков станет больше. Один ответ превратится в статью. Несколько статей начнут приводить людей. Для этих людей можно подготовить полезный материал. После подписки — письма. После доверия — рекомендацию подходящего решения.

Так из простого ответа постепенно появляется система.

### **Если совсем просто.**

Деньги в интернете появляются не потому, что Вы просто разместили ссылку или создали страницу. Они появляются тогда, когда есть человек с вопросом, Вы помогаете ему разобраться и показываете подходящее решение. Если это решение связано с партнёрской программой, Вы можете получить вознаграждение.

### **Главная ошибка новичка.**

Начинать с вопроса «где бы заработать?» вместо вопроса «кому я могу помочь?». Когда человек думает только о деньгах, он часто выбирает случайные продукты, размещает ссылки без контекста и быстро разочаровывается. Когда он думает о пользе, у него появляется основа для системы.

### **Что поняли Николай и Елена.**

Николай понял, что его опыт мастера может помочь ему объяснять сложные вещи простым языком: как он объясня-

ет клиенту поломку, так же можно объяснять новичку сайт, хостинг или партнёрскую программу. Елена поняла, что заработок в интернете не обязан быть агрессивной продажей. Можно помогать, объяснять, вести человека и рекомендовать решение только тогда, когда оно действительно уместно.

### **Что сделать сейчас.**

Возьмите лист бумаги и напишите три вопроса. Первый: каким людям я мог бы быть полезен? Второй: какие вопросы они задают чаще всего? Третий: какое решение им может пригодиться после того, как они получают моё объяснение? Не думайте пока о сайте, воронке и технических настройках. Просто попробуйте увидеть человека и его задачу.

### **Вывод главы.**

Интернет-заработок становится понятнее, когда Вы перестаёте смотреть на него как на поиск секретной кнопки. Деньги появляются не сами по себе, а как результат пути: человек ищет ответ, получает пользу, начинает доверять и переходит к подходящему решению. С этого и начинается система.

## Глава 3. Почему компании платят за рекомендации

После разговора о том, откуда вообще берутся деньги в интернете, Николай несколько дней ходил с новым ощущением.

Раньше слово «партнёрка» казалось ему чем-то подозрительным. Как будто это обязательно связано с хитрыми схемами, навязчивыми ссылками и обещаниями лёгких денег. Теперь он начал смотреть на это иначе.

Если компания продаёт хороший продукт, ей нужны клиенты.

Если у человека есть вопрос, ему нужно решение.

Если кто-то помогает человеку найти это решение, почему бы компании не заплатить за такую рекомендацию?

В обычной жизни Николай много раз делал это бесплатно.

Один сосед спрашивал, где лучше купить недорогую стиральную машину. Николай советовал магазин, где сам недавно видел хороший вариант. Другой знакомый интересовался, какой мастер нормально устанавливает водонагреватель. Николай давал телефон проверенного человека. Клиенты часто спрашивали, какие средства использовать для чистки техники, какие детали лучше покупать, какой сервис надёжнее.

Он советовал, потому что знал и хотел помочь.

Но за эти советы ему никто ничего не платил. Да он и не ждал.

Когда Николай написал об этом Елене, она быстро ответила:

«У меня так же. Коллеги постоянно спрашивают, где удобнее вести документы, какой банк подключить, какой сервис для отчётов проще. Я советую, потому что уже сталкивалась. Но это просто совет».

Николай написал:

«Получается, партнёрская программа — это когда такой совет можно учесть и компания платит за клиента?»

Елена ответила:

«Похоже на то. Только надо понять, как сделать это нормально, чтобы не выглядеть человеком, который всем суёт ссылки».

Это был правильный страх.

Потому что партнёрская программа сама по себе не делает рекомендацию хорошей или плохой. Всё зависит от того, как человек её использует.

Можно использовать партнёрку грубо: взять ссылку и бросать её везде, где только можно. В комментариях, в личные сообщения, в случайные группы, в посты без объяснения. Тогда это действительно похоже на навязывание.

А можно использовать партнёрку спокойно: сначала разобраться в продукте, понять, кому он нужен, объяснить человеку его задачу, показать плюсы и ограничения, а потом дать

ссылку как один из вариантов решения.

В первом случае человек чувствует давление.

Во втором — получает помощь.

Партнёрская программа простыми словами — это договорённость между компанией и человеком, который может привести ей клиента. Компания говорит: «Если по Вашей рекомендации к нам придёт покупатель, мы заплатим Вам вознаграждение».

Это может быть процент от покупки. Может быть фиксированная сумма. Может быть оплата за регистрацию, заявку, заказ, оплату сервиса или другое действие.

Но новичку в начале не нужно запоминать все виды партнёрских программ. Не нужно сразу разбираться в сложных терминах. Важно понять саму суть.

Компания получает клиента.

Клиент получает продукт или сервис.

Вы получаете вознаграждение за рекомендацию.

Если рекомендация была честной и полезной, все остаются в плюсе.

Николаю особенно понравилась эта формулировка: «все остаются в плюсе».

Он привык к такой логике в своей работе. Если он честно ремонтирует технику, клиент доволен, техника работает, Николай получает оплату. Если он делает плохо, клиент больше не позвонит и другим не посоветует.

С партнёрскими рекомендациями оказалось похоже.

Если человек рекомендует плохой продукт только ради комиссии, он может один раз что-то заработать, но потеряет доверие.

Если рекомендует то, что действительно помогает, доверие растёт.

Елена тоже быстро увидела знакомую для себя логику. В бухгалтерии доверие очень важно. Если бухгалтер один раз подведёт, ошибётся в отчёте, забудет срок или даст небрежный совет, клиент будет нервничать. А если всё аккуратно, понятно и вовремя, человек возвращается.

Она написала Николаю:

«Получается, партнёрская рекомендация — это не просто ссылка. Это ещё и ответственность. Если я советую сервис, человек как будто частично доверяет моему выбору».

Николай ответил:

«Да. Значит, надо советовать не то, где больше платят, а то, что человеку реально подойдёт».

Вот это одна из главных мыслей главы.

Новички часто начинают с неправильного места. Они ищут партнёрскую программу с самой высокой комиссией. Видят: здесь платят 500 рублей, здесь 2000, здесь 10000. И сразу думают: «Надо брать ту, где больше».

На первый взгляд логично. Зачем рекомендовать продукт с маленькой комиссией, если есть продукт с большой?

Но в партнёрском маркетинге важна не только сумма выплаты. Важны ещё тема, аудитория, доверие, качество про-

дукта и уместность рекомендации.

Допустим, Николай пишет статью для новичка о том, как создать первый сайт. Человек читает, потому что боится технических настроек и хочет понятный старт. В такой статье логично рекомендовать хостинг, домен, простой шаблон, инструкцию по WordPress или курс по созданию сайта.

А если Николай внезапно вставит туда партнёрскую ссылку на дорогой инвестиционный продукт только потому, что там высокая комиссия, это будет выглядеть странно.

Человек пришёл за одним, а ему предлагают другое.

Доверие ломается.

То же самое у Елены. Если она объясняет, как обычному человеку написать первый текст с помощью нейросети, логично рекомендовать сервис для работы с текстами, набор промптов, обучение по нейросетям или инструмент, который помогает упростить задачу.

Но если она начнёт предлагать случайный продукт только из-за выплаты, читатель почувствует несоответствие.

Поэтому первая задача — не найти самую денежную партнёрку, а понять, какие продукты естественно продолжают Вашу тему.

Николай решил проверить это на своём примере.

Он открыл блокнот и написал сверху: «Если человек хочет создать сайт, что ему понадобится?»

Потом начал выписывать:

хостинг;

- домен;
- WordPress;
- шаблон;
- простая инструкция;
- сервис для почты или рассылки;
- возможно, обучение;
- возможно, помощь с настройкой.

Список получился понятный. И главное — каждый пункт был связан с задачей человека.

Елена сделала похожее упражнение для своей темы. Она написала: «Если человек хочет разобраться с нейросетями, что ему понадобится?»

- У неё получились такие пункты:
- понятное объяснение, что такое нейросеть;
- простые промпты;
- примеры готовых запросов;
- сервис, где можно писать тексты;
- инструкция, как не бояться ошибок;
- обучающий материал для новичка;
- возможно, курс или набор шаблонов.

Когда они сравнили списки, стало видно: партнёрские программы не надо искать в пустоте. Их нужно искать рядом с реальными шагами человека.

Если человеку на пути нужен хостинг, можно рекомендовать хостинг.

Если ему нужен сервис для текстов, можно рекомендовать

сервис.

Если ему нужна инструкция, можно рекомендовать обучение.

Если ему нужен инструмент для рассылки, можно рекомендовать сервис рассылки.

Так рекомендация становится частью маршрута, а не чужой рекламой.

Но здесь у Николая возник новый вопрос.

Он написал:

«А как компания понимает, что клиента привёл именно я?»

Елена ответила:

«Наверное, через ту самую специальную ссылку. Но я тоже не до конца понимаю, как это работает».

Разберём просто.

Когда Вы регистрируетесь в партнёрской программе, Вам дают специальную ссылку. Внешне она может быть похожа на обычную ссылку, но внутри у неё есть Ваш партнёрский идентификатор. Это как маленькая метка, по которой система понимает: человек пришёл именно от Вас.

Читатель нажал на ссылку в Вашей статье или письме. Перешёл на сайт компании. Если он сделал нужное действие — купил, зарегистрировался, оплатил сервис или оставил заявку, — партнёрская система фиксирует результат и начисляет Вам вознаграждение.

Новичку не нужно сразу знать технические детали. Важ-

но понять принцип: партнёрская ссылка помогает компании увидеть, откуда пришёл клиент.

Николай сразу провёл свою аналогию.

Он сказал Елене в голосовом сообщении:

«Это как если бы я дал клиенту карточку мастера по установке водонагревателя, а на карточке была бы пометка, что пришёл от Николая. Человек пришёл, мастер понял, кто порекомендовал, и потом сказал бы мне спасибо деньгами».

Елена рассмеялась и ответила:

«Да, только в интернете это делает не мастер вручную, а система».

Такие простые аналогии очень помогают новичку. Потому что сложное слово перестаёт быть страшным.

Партнёрская ссылка — это не магия. Это просто способ учесть рекомендацию.

Но здесь важно не перепутать технический инструмент и смысл.

Ссылка нужна, чтобы система засчитала результат.

Но сама по себе ссылка не создаёт доверие.

Доверие создают Ваши материалы, объяснения, примеры, честная подача и забота о человеке.

Именно поэтому в этой книге партнёрские программы стоят не в самом начале системы, а ближе к концу цепочки. Сначала человек должен прийти. Потом получить пользу. Потом оставить контакт. Потом лучше понять задачу через письма. И только после этого рекомендация становится

уместной.

Николай сначала хотел всё упростить.

Он написал:

«А если я просто сделаю страницу со списком полезных сервисов и поставлю партнёрские ссылки? Это же тоже может работать?»

Елена ответила:

«Может, но только если человек уже понимает, зачем ему эти сервисы. А если он новичок, ему сначала надо объяснить, что к чему».

Она была права.

Список ссылок без объяснения часто не помогает. Особенно новичку. Человек смотрит на названия сервисов и не понимает, какой выбрать, в чём отличие, что ему нужно сейчас, а что потом, где можно не платить лишнего, чего бояться не стоит.

Поэтому рекомендация должна быть не просто ссылкой, а частью объяснения.

Например, плохо:

«Вот лучший хостинг, покупайте здесь».

Лучше:

«Если Вы создаёте первый сайт, Вам понадобится место, где он будет храниться. Такое место называется хостинг. Для новичка важно, чтобы хостинг был понятным, с простой установкой WordPress и нормальной поддержкой. Я использую такой-то вариант и могу рекомендовать его как старто-

вый. Ссылка ниже партнёрская: если Вы зарегистрируетесь по ней, я получу вознаграждение, а для Вас условия не станут хуже».

Во втором варианте человек понимает, что ему предлагают и почему.

Такая честность тоже важна.

Не обязательно прятать, что ссылка партнёрская. Наоборот, спокойное объяснение часто повышает доверие. Читатель видит, что автор не пытается хитрить. Он открыто говорит: рекомендация партнёрская, но я советую её потому, что она подходит к этой задаче.

Елена особенно оценила этот момент.

Она сказала:

«Мне так намного спокойнее. Я не хочу делать вид, будто просто случайно дала ссылку. Лучше честно объяснить: да, это рекомендация, да, она может принести мне вознаграждение, но я показываю её потому, что она связана с темой».

Николай согласился.

Для него честность была важна. Он слишком хорошо знал, как быстро люди перестают доверять мастеру, если чувствуют, что им навязали лишнюю деталь или придумали несуществующую поломку.

В интернете доверие тоже можно потерять быстро.

Один раз порекомендовали сомнительный продукт — и человек уже осторожнее читает следующие письма.

Один раз пообещали лёгкий результат — и потом трудно

объяснить, что на самом деле нужна работа.

Один раз поставили ссылку без смысла — и читатель начинает воспринимать весь сайт как рекламу.

Поэтому партнёрский маркетинг лучше строить не на хитрости, а на долгой логике доверия.

Это особенно важно для аудитории новичков. Люди, которые только начинают разбираться, часто боятся ошибиться. Они не знают, какие сервисы нормальные, что обязательно, а что можно отложить, где их могут запутать, где они переплатят, где будет слишком сложно.

Если Вы объясняете спокойно и честно, Вы становитесь для них проводником.

А проводнику доверяют не потому, что он громче всех кричит, а потому что он показывает дорогу.

Николай и Елена постепенно начали видеть разницу между «продавать» и «рекомендовать».

Продавать в плохом смысле — это давить, торопить, обещать лишнее, скрывать важные детали.

Рекомендовать — это объяснять, кому подходит, какую задачу решает, когда лучше использовать, а когда можно не спешить.

Конечно, рекомендация тоже может вести к покупке. И в этом нет ничего плохого. Если продукт действительно нужен человеку, покупка становится нормальным следующим шагом.

Проблема не в том, что Вы получаете комиссию.

Проблема возникает тогда, когда комиссия становится важнее пользы человека.

Елена записала себе фразу:

«Сначала польза, потом комиссия».

Николай добавил:

«Сначала задача человека, потом партнёрская ссылка».

Эти две фразы потом ещё не раз помогут им не сбиться.

К концу недели они решили сделать небольшое упражнение. Не выбирать пока конкретные партнёрские программы, а просто составить карту возможных рекомендаций.

Николай написал тему: «Первый сайт для новичка».

Под ней он сделал три колонки.

Первая колонка: что человек хочет сделать.

Вторая: что ему нужно объяснить.

Третья: какой продукт или сервис может пригодиться.

Получилось примерно так.

Человек хочет создать сайт. Нужно объяснить, что такое домен и хостинг. Может пригодиться хостинг.

Человек хочет выбрать дизайн. Нужно объяснить, что не надо начинать с сложного шаблона. Может пригодиться простой шаблон или тема WordPress.

Человек хочет не потерять посетителей. Нужно объяснить подписку. Может пригодиться сервис рассылки.

Человек хочет писать статьи быстрее. Нужно объяснить план статьи и помощь нейросети. Может пригодиться инструмент для текстов.

Елена сделала такую же карту для своей темы.

Человек хочет попробовать нейросеть. Нужно объяснить, где начать. Может пригодиться понятный сервис.

Человек хочет написать текст. Нужно показать простой промпт. Может пригодиться набор промптов или обучение.

Человек хочет применять нейросети для блога. Нужно объяснить структуру статьи. Может пригодиться курс или инструмент.

Человек боится ошибиться. Нужно дать примеры и простые шаги. Может пригодиться чек-лист или мини-курс.

Когда они увидели эти карты, стало ясно: партнёрские рекомендации не должны висеть отдельно. Они должны появляться именно там, где человеку нужен следующий шаг.

Это и есть нормальная логика партнёрского заработка.

Не «куда бы вставить ссылку?»

А «какой следующий шаг нужен человеку, и какое решение может ему помочь?»

Николай потом ещё долго думал об этом. Ему понравилось, что в такой модели нет ощущения обмана. Он не обещает человеку золотые горы. Не говорит, что сайт сам начнёт приносить деньги. Не уверяет, что нейросеть всё сделает вместо него. Он просто помогает разобраться и показывает подходящий инструмент.

Елена тоже почувствовала, что такой подход ей близок. Она могла писать спокойно, без крика и давления. Ей не нужно было превращаться в человека, который постоянно

продаёт. Она могла быть собой: объяснять, структурировать, помогать, вести.

А партнёрская программа в этой системе становилась не центром всего, а способом получить вознаграждение за полезную рекомендацию.

Вот это очень важно.

Партнёрка — не начало пути.

Партнёрка — часть пути.

Если поставить её в начало, получится навязывание.

Если поставить её после пользы и доверия, получится нормальная рекомендация.

В этот вечер Николай снова открыл блокнот и написал:

«Партнёрская программа — это когда мне платят за то, что я помог человеку найти подходящее решение».

Елена в своём ежедневнике записала чуть иначе:

«Я могу зарабатывать не на давлении, а на понятных рекомендациях».

И для каждого из них это было важным открытием.

Чтобы не запутаться, Николай и Елена решили придумать простое правило для выбора партнёрских рекомендаций.

Они назвали его правилом трёх вопросов.

Первый вопрос: действительно ли этот продукт связан с темой человека?

Второй вопрос: поможет ли он сделать следующий шаг проще?

Третий вопрос: смогу ли я спокойно объяснить, почему

рекомендую именно его?

Если хотя бы на один вопрос ответ был неуверенным, они решили не спешить с рекомендацией.

Например, Николай нашёл партнёрскую программу одного дорогого сервиса для бизнеса. Комиссия там была заметно выше, чем у хостинга. Первое желание было понятным: «Вот бы такую выплату получить». Но когда он попробовал представить своего будущего читателя, всё стало на место.

Его читатель — обычный новичок, который боится создать первый сайт. Ему сначала нужно понять, что такое домен, как работает хостинг, как установить WordPress и почему сайт не должен быть идеальным в первый день. Дорогой сложный сервис на этом этапе только напугает его.

Значит, рекомендация пока неуместна.

Елена столкнулась с похожей ситуацией. Она увидела сервис с большим количеством функций для работы с текстами, изображениями, видео и автоматизацией. На странице всё выглядело красиво. Но когда она попробовала объяснить этот сервис условной женщине 50 лет, которая только вчера впервые открыла нейросеть, поняла: рано. Сначала нужно дать человеку один простой инструмент и один понятный сценарий.

Так они увидели важную разницу между «хороший продукт» и «подходящий продукт».

Продукт может быть хорошим, но не подходить человеку сейчас.

Сервис может быть мощным, но слишком сложным для первого шага.

Курс может быть полезным, но не соответствовать текущему уровню читателя.

Партнёрская программа может платить много, но разрушать доверие, если рекомендация выглядит чужой.

И наоборот, небольшой понятный продукт с меньшей комиссией может работать лучше, потому что он точно попадает в задачу человека.

Для новичка это очень важное практическое правило: не гонитесь за самой большой выплатой. Сначала ищите совпадение между вопросом читателя и решением.

Николай записал это коротко:

«Рекомендация должна быть как нужная деталь в ремонте. Не самая дорогая, а та, без которой механизм действительно заработает».

Елена добавила свою формулировку:

«Рекомендация должна закрывать конкретную строку в задаче человека. Тогда всё сходится».

Так их обычные профессии снова помогли понять интернет. Николай смотрел на систему как на механизм, где каждая деталь должна стоять на своём месте. Елена смотрела как на отчёт, где каждая строка должна быть логичной и подтверждённой.

Именно так стоит смотреть на партнёрские программы. Не как на случайный список ссылок, а как на набор решений,

которые появляются в нужный момент пути.

Когда человек только знакомится с темой, ему нужна простая статья.

Когда он заинтересовался, ему нужен понятный бесплатный материал.

Когда он оставил контакт, ему нужны спокойные письма.

Когда он понял задачу, ему можно показать подходящий продукт.

И только тогда партнёрская ссылка становится естественной.

Вечером Николай попробовал объяснить эту мысль сам себе ещё проще.

Он представил обычного человека, который стоит перед закрытой дверью. За дверью находится решение: сайт, сервис, обучение, инструмент, который может помочь. Но человек не знает, что это за дверь, боится открыть её и не понимает, что будет дальше.

Задача автора в интернете — не толкать человека в эту дверь силой. Задача автора — спокойно объяснить, что находится внутри, зачем туда идти, какие шаги сделать и чего не стоит бояться.

Если после этого человек сам решает перейти дальше, рекомендация становится естественной.

Николаю понравилась эта картинка. В ней не было давления. Не было хитрости. Был нормальный человеческий путь.

Елена ответила:

«Вот именно так я и хочу писать. Чтобы человек не чувствовал, что его тянут за руку, а понимал, куда он идёт и зачем».

С этого момента они начали относиться к будущей системе не как к набору интернет-инструментов, а как к маршруту для человека. И это сильно меняло всё дальнейшее обучение.

### **Если совсем просто.**

Партнёрская программа — это способ получить вознаграждение за рекомендацию чужого продукта или сервиса. Компания платит Вам не просто за ссылку, а за клиента или действие, которое пришло по Вашей рекомендации. Но хорошая партнёрская рекомендация должна быть связана с реальной пользой для человека.

### **Главная ошибка новичка.**

Выбирать партнёрскую программу только по размеру комиссии и думать, что высокая выплата сама решит всё. Если продукт не подходит аудитории, если человек не понимает, зачем ему это нужно, если нет доверия и объяснения, даже большая комиссия не поможет.

### **Что поняли Николай и Елена.**

Николай понял, что в его теме логично рекомендовать то, что помогает человеку создать первый сайт: хостинг, домен, простые шаблоны, сервисы и обучение. Елена поняла, что в её теме логично рекомендовать инструменты, которые помогают новичку применять нейросети без страха: сервисы,

промпты, обучающие материалы и простые инструкции.

### **Что сделать сейчас.**

Выберите одну тему, в которой Вам было бы интересно помогать людям. Затем напишите три колонки. В первой — что человек хочет сделать. Во второй — что ему нужно объяснить. В третьей — какой продукт, сервис или материал может помочь ему на следующем шаге. Не ищите пока самую большую комиссию. Ищите логичную связь между вопросом человека и решением.

### **Вывод главы.**

Компании платят за рекомендации потому, что им нужны клиенты, а людям нужны решения. Но партнёрский маркетинг работает спокойно и честно только тогда, когда рекомендация встроена в путь человека. Сначала польза и доверие. Потом подходящее решение. И только после этого — партнёрское вознаграждение.

## **Глава 4. Почему одной партнёрской ссылки почти всегда мало**

К вечеру Николай уже чувствовал себя почти победителем.

За несколько дней он успел сделать то, что раньше казалось ему чем-то из другого мира. Он зарегистрировался в партнёрской программе одного сервиса, получил свою первую партнёрскую ссылку и даже нашёл в личном кабинете раздел со статистикой. Там были непонятные слова, цифры, переходы, проценты, но сама мысль ему нравилась: теперь у него есть ссылка, по которой система сможет понять, что человека привёл именно он.

Николай сидел на кухне, пил чай и смотрел на эту ссылку так, как раньше смотрел на новую деталь для стиральной машины. Деталь ещё не была установлена, машина ещё не работала, но уже казалось, что решение найдено.

«Вот оно, - подумал он. - Теперь главное, чтобы люди переходили».

На следующий день между выездами к клиентам он открыл социальную сеть и написал несколько комментариев под постами, где люди обсуждали сайты, хостинг и создание блога. В одном месте он написал: «Вот хороший сервис,

сам смотрю, можете попробовать». В другом просто вставил ссылку. В третьем добавил пару слов: «Для новичка подойдёт, вот ссылка».

Потом он ещё отправил ссылку двум знакомым, которые когда-то спрашивали его про сайт. Один ответил коротко. «Спасибо, посмотрю». Второй ничего не ответил.

Вечером Николай открыл статистику. Там было несколько переходов.

И вот тут он впервые почувствовал азарт.

Переходы были. Значит, люди нажимали. Значит, ссылка работала. Значит, всё не зря.

Он написал Елене:

«Лена, есть переходы! Небольшие, но есть. Посмотрим, что будет дальше».

Елена порадовалась за него, но ответила осторожно:

«Хорошо, что есть переходы. Только давай не будем сразу делать выводы. Интересно, купит ли кто-нибудь после такой ссылки».

Николай немного обиделся. Ему показалось, что Елена портит момент. Но через два дня он сам понял, почему она сказала именно так.

Переходы были. Продаж не было.

Сначала он подумал, что нужно подождать. Потом ещё раз проверил кабинет. Потом обновил страницу. Потом зашёл с телефона. Потом с компьютера. Ничего не изменилось.

Через несколько дней он написал Елене уже совсем дру-

гим тоном:

«Похоже, партнёрки не работают. Люди переходят, но никто не покупает. Может, всё это только в красивых рассказах работает?»

Елена не стала спорить. Она задала простой вопрос:

«Николай, а Вы сами купили бы что-то у незнакомого человека, который просто оставил ссылку в комментарии?»

Николай хотел сразу ответить, но остановился.

Он представил ситуацию. Он листает социальную сеть. Видит комментарий от неизвестного человека: «Вот хороший сервис, переходите». Перешёл бы он? Возможно, ради интереса. Купил бы сразу? Скорее всего, нет.

Потому что он не знает, кто этот человек. Не понимает, почему именно этот сервис хороший. Не видит сравнения. Не знает, подходит ли это новичку. Не понимает, какие там могут быть сложности. Не получил ответа на свои вопросы.

То есть ссылка есть, а доверия нет.

И здесь Николай впервые начал понимать одну из самых важных вещей в интернет-заработке.

Партнёрская ссылка сама по себе почти никогда не является системой.

Она может быть частью системы. Может быть последним шагом. Может быть удобным мостиком к продукту. Но если до неё не было пользы, объяснения, доверия и понятного пути, то для человека она выглядит просто как случайная реклама.

А случайной рекламы в интернете слишком много.

Люди привыкли пролистывать её, закрывать, не замечать, относиться с подозрением. Даже если продукт хороший, даже если комиссия честная, даже если ссылка ведёт на полезный сервис, холодный человек может ничего не сделать только потому, что ему не хватило контекста.

Контекст - это всё, что помогает человеку понять, почему ему стоит обратить внимание на рекомендацию.

Кто рекомендует?

Почему рекомендует?

Какую проблему решает продукт?

Для кого он подходит?

Для кого не подходит?

Что будет после перехода?

Почему можно доверять этой рекомендации?

Если ответов нет, человек видит только ссылку. А ссылка без объяснения похожа на вывеску посреди пустой улицы. Она вроде бы есть, но непонятно, зачем к ней подходить.

Николай вспомнил свою работу мастером. Иногда клиенты спрашивали его, какую деталь лучше поставить: оригинальную, недорогой аналог или что-то среднее. Если бы он просто показывал пальцем на коробку и говорил: «Берите вот эту», клиент мог бы сомневаться. Но Николай обычно объяснял: эта деталь дороже, зато надёжнее; эта дешевле, но может прослужить меньше; вот здесь можно сэкономить, а вот здесь лучше не рисковать.

После такого объяснения клиенту было легче принять решение.

Не потому, что Николай давил. А потому, что он дал контекст.

Елена привела свою аналогию из бухгалтерии. Она написала:

«Представьте, если я клиенту просто отправлю файл с цифрами и скажу: подпишите. Он может испугаться. А если я объясню, что это за документ, почему сумма такая, куда это сдаётся и что будет дальше, ему спокойнее. Одна и та же бумага, но восприятие другое».

С партнёрской ссылкой происходит то же самое.

Сама ссылка - это техническая вещь. Она нужна, чтобы партнёрская программа поняла, от кого пришёл клиент. Но человек принимает решение не из-за технической ссылки. Он принимает решение потому, что понял смысл, увидел пользу и почувствовал доверие.

Это особенно важно для новичковой аудитории.

Если человек уже давно в теме, он может быстро принять решение. Он знает, что такое хостинг, что такое тариф, что такое домен, как оплатить, где настроить сайт. Ему иногда достаточно короткой рекомендации.

Но человек, который только начинает, думает иначе.

Он боится ошибиться. Боится заплатить не туда. Боится, что потом не сможет разобраться. Боится, что сервис окажется сложным. Боится, что с него снимут лишние деньги.

Боятся, что он нажмёт не ту кнопку. Боятся выглядеть глупо.

И если такому человеку просто дать ссылку, он может перейти, посмотреть и закрыть страницу.

Не потому что продукт плохой.

А потому что он не готов.

Николай долго смотрел на эту мысль. Ему было немного неприятно признавать ошибку. Он уже успел порадоваться переходам, а теперь оказалось, что переходы сами по себе ещё ничего не значат.

Но в этом было и облегчение.

Если проблема не в партнёрских программах, а в том, как он подал ссылку, значит, это можно исправить.

Не нужно бросать тему. Не нужно искать «волшебную партнёрку». Не нужно менять всё подряд. Нужно научиться вести человека к рекомендации.

Елена предложила простую проверку.

«Давайте представим, что перед ссылкой должен стоять маленький мост. Что должно быть на этом мосту?»

Николай написал:

«Наверное, объяснение, зачем человеку этот сервис».

Елена добавила:

«И кому он подходит».

Николай:

«И какие проблемы решает».

Елена:

«И почему Вы его рекомендуете».

Николай:

«И что человеку делать после перехода».

Так у них получился первый простой список.

Перед партнёрской ссылкой должно быть объяснение.

Сначала нужно показать проблему. Потом объяснить, почему она возникает. Потом показать возможное решение. Потом объяснить, почему именно этот продукт может подойти. И только после этого дать ссылку.

Это не значит, что перед каждой ссылкой нужно писать огромную статью. Иногда достаточно нескольких абзацев. Иногда нужен подробный обзор. Иногда серия писем. Иногда видео. Иногда сравнительная таблица. Всё зависит от ситуации.

Но принцип один: ссылка должна быть продолжением смысла.

Если человек читает статью о создании сайта, рекомендация хостинга выглядит естественно.

Если человек читает материал о нейросетях для текстов, рекомендация сервиса для работы с текстами выглядит естественно.

Если человек получает письмо о том, как не запутаться в первых настройках, ссылка на понятную инструкцию или подходящий инструмент выглядит естественно.

А если человек просто видит ссылку без подготовки, это выглядит как реклама.

Разница огромная.

Николай решил проверить это на себе. Он открыл один из комментариев, куда раньше просто вставил ссылку, и попытался понять, что увидит другой человек.

Комментарий был короткий:

«Для сайта можно использовать этот сервис, вот ссылка».

Теперь Николай сам увидел, насколько это слабо. Непонятно, какой сайт. Непонятно, для кого сервис. Непонятно, почему именно он. Непонятно, чем он лучше или проще. Непонятно, что делать после перехода.

Он переписал комментарий иначе:

«Если Вы только начинаете и хотите сделать первый сайт, не начинайте с выбора красивого шаблона. Сначала нужно понять три базовые вещи: домен, хостинг и WordPress. Хостинг - это место, где будет находиться сайт. Для новичка важно, чтобы там была простая установка WordPress и нормальная поддержка. Я сейчас как раз разбираю этот путь по шагам и отдельно смотрю сервисы, которые не пугают новичка настройками».

Ссылку он в комментарий уже не вставил. Вместо этого решил сделать отдельный материал, где всё объяснит нормально.

Это был важный сдвиг.

Раньше он думал: «Куда вставить ссылку?»

Теперь он начал думать: «Как объяснить человеку путь?»

Елена в это же время смотрела на свою будущую тему про нейросети. Она тоже нашла несколько партнёрских серви-

сов, которые можно было рекомендовать. Но после истории Николая решила не торопиться.

Она открыла блокнот и написала:

«Почему человек не покупает сервис нейросети сразу?»

Потом стала отвечать сама себе.

Потому что он не понимает, зачем ему сервис.

Потому что боится, что не разберётся.

Потому что не знает, какие задачи можно решать.

Потому что думает, что нейросети только для молодых и технических.

Потому что уже пробовал что-то открыть, получил странный ответ и закрыл.

Потому что не хочет платить, пока не увидит пользу.

И тогда она поняла: прежде чем рекомендовать сервис, ей нужно показать человеку простой результат. Например, как с помощью нейросети придумать план статьи, написать короткое письмо, составить список идей или объяснить сложную тему простыми словами.

То есть сначала опыт пользы. Потом рекомендация.

Не наоборот.

Это правило стало для Николая и Елены почти рабочим девизом.

Сначала польза. Потом ссылка.

Сначала объяснение. Потом предложение.

Сначала доверие. Потом рекомендация.

На следующий день у Николая появилась возможность

проверить эту мысль не в теории, а в обычной переписке. В одной группе человек спросил: «Хочу сделать сайт для небольшого дела, но не понимаю, с чего начать. Сразу покупать хостинг или сначала выбрать шаблон?»

Раньше Николай, скорее всего, ответил бы коротко: «Вот хостинг, берите здесь». Теперь он остановился. Вопрос человека был не про ссылку. Вопрос был про страх первого шага.

Николай написал ответ иначе:

«Я бы не начинал с шаблона. Шаблон - это уже внешний вид. Сначала нужно понять основу: адрес сайта, место для сайта и система, на которой Вы будете им управлять. Адрес - это домен. Место - это хостинг. Система - например, WordPress. Если эти три вещи понятны, дальше уже проще выбирать оформление».

Он не вставил ссылку сразу. Просто объяснил.

Через час человек ответил: «Спасибо, вот теперь стало понятнее. А хостинг - это прямо обязательно?»

И вот это был совсем другой разговор. Не случайный переход по ссылке, не холодный клик, а настоящий вопрос от человека, который начал понимать тему.

Николай показал эту переписку Елене.

Елена ответила:

«Вот видите. Человек сначала не был готов к ссылке. Ему нужно было понять, что такое хостинг. После объяснения он сам задал следующий вопрос».

Для Николая это стало маленьким открытием. Иногда

лучший способ приблизить человека к покупке - не продавать сразу, а ответить на первый простой вопрос. Когда вопрос снят, появляется следующий. Когда снят следующий, человек двигается дальше. Так и строится путь.

В этом месте важно понять ещё одну вещь: человек редко принимает решение одним прыжком.

Новичок не просыпается утром с мыслью: «Сегодня я куплю хостинг по партнёрской ссылке Николая». Сначала он вообще не знает, что ему нужен хостинг. Потом слышит это слово. Потом пытается понять, что оно значит. Потом сравнивает варианты. Потом боится ошибиться. Потом ищет простую инструкцию. Потом начинает доверять тому, кто объясняет без давления. И только потом может перейти по рекомендации.

То же самое у Елены. Человек не думает сразу: «Сейчас оплачу сервис нейросети». Сначала он не понимает, зачем она ему нужна. Потом пробует написать первый запрос. Потом получает странный ответ и разочаровывается. Потом читает объяснение Елены, как правильно ставить задачу. Потом скачивает промпты. Потом видит, что результат стал лучше. И только потом начинает думать о сервисе, курсе или инструменте.

Поэтому партнёрская рекомендация должна попадать не просто в тему, а в правильный момент.

Слишком рано - человек не готов.

Слишком резко - он закрывается.

Слишком непонятно - он не видит ценности.

Слишком чужеродно - он не доверяет.

А если рекомендация появляется после объяснения, она выглядит естественно.

Николай записал в блокнот ещё одну фразу:

«Ссылка должна отвечать на уже созревший вопрос».

Эта фраза ему понравилась. Она была простой, но очень точной. Если у человека ещё нет вопроса, ссылка висит в воздухе. Если вопрос созрел, ссылка становится ответом.

Для новичка это может звучать слишком просто, но именно простые вещи чаще всего и решают.

Проблема многих начинающих в том, что они относятся к партнёрской ссылке как к волшебному ключу. Получил ссылку - значит, можно зарабатывать. Но на деле ссылка - это не ключ, а дверь. И перед этой дверью человек должен понять, зачем ему вообще входить.

Если человек не понимает, куда ведёт дверь, он не войдёт.

Если ему страшно, он не войдёт.

Если он не доверяет тому, кто показывает дверь, он не войдёт.

Если ему не объяснили, что будет внутри, он не войдёт.

Поэтому задача автора не в том, чтобы везде расставить двери. Задача в том, чтобы провести человека к нужной двери спокойно и понятно.

Здесь важно не перегнуть в другую сторону.

Некоторые новички, поняв, что одной ссылки мало, начи-

нают думать: «Значит, надо написать огромный текст, сделать сложную воронку, записать десять видео, настроить ку-чу сервисов». И снова пугаются.

Но на старте не нужно усложнять.

Можно начать с простого объяснения.

Например, если Николай пишет статью о хостинге для первого сайта, в конце он может спокойно сказать:

«Если Вы только начинаете, выбирайте хостинг, где есть простая установка WordPress, понятная панель управления и поддержка. Я для примера использую такой-то вариант, потому что он подходит для первого сайта и не требует сложных настроек. Если хотите посмотреть, вот ссылка».

Это уже лучше, чем просто бросить ссылку.

Потому что есть причина.

Есть критерии выбора.

Есть объяснение для новичка.

Есть честный контекст.

Елена может сделать так же:

«Если Вы хотите попробовать нейросеть для текстов, не начинайте со сложных задач. Сначала попросите её составить план статьи или объяснить тему простыми словами. Для этого подойдёт такой-то сервис. Я покажу, как сделать первый запрос, а дальше Вы сами увидите, насколько это удобно».

Такая рекомендация воспринимается иначе.

Она не кричит: «Купи!»

Она говорит: «Вот понятный следующий шаг».

Именно так партнёрская ссылка перестаёт быть случайной рекламой и становится частью помощи.

Николай в этот момент вспомнил одного клиента. Мужчина долго не хотел менять старую деталь в стиральной машине. Он думал, что мастер просто хочет «накрутить» стоимость. Николай тогда не стал спорить. Он показал старую деталь, объяснил, где износ, что будет, если оставить как есть, и какие есть варианты. Клиент сам сказал: «Теперь понятно. Давайте менять».

Не потому, что его уговорили. А потому, что он понял.

В интернете работает тот же принцип.

Человека не нужно толкать. Ему нужно помочь разобраться.

Тогда решение становится его собственным.

Елена особенно зацепилась за эту мысль. Ей было важно, чтобы заработок не превращался в давление. Она написала Николаю:

«Мне нравится такая модель. Получается, я могу не продавать в привычном неприятном смысле. Я могу объяснять, помогать, показывать, а рекомендация будет просто продолжением темы».

Николай ответил:

«Да. И мне так спокойнее. Я не хочу бегать со ссылкой по комментариям. Лучше сделать нормально».

С этого дня они перестали спрашивать: «Где разместить

ссылку?»

Они начали задавать другой вопрос:

«Какой путь должен пройти человек перед этой ссылкой?»

Это один из главных вопросов всей книги.

Потому что если перед ссылкой нет пути, человек остаётся холодным. Он может посмотреть, но не понять. Может перейти, но закрыть. Может заинтересоваться, но испугаться. Может отложить и забыть.

А если путь есть, всё меняется.

Сначала человек видит материал по своей проблеме.

Потом получает простое объяснение.

Потом понимает, что автор говорит человеческим языком.

Потом видит следующий шаг.

Потом получает возможность подписаться или забрать полезный материал.

Потом читает ещё несколько писем.

Потом видит рекомендацию.

И тогда ссылка уже не выглядит чужой.

Она стоит на своём месте.

Вот почему одной партнёрской ссылки почти всегда мало.

Не потому, что партнёрские программы плохие. Не потому, что люди не покупают в интернете. Не потому, что новичку невозможно заработать.

А потому, что ссылка - это только один элемент. Без смыс-

ла, доверия и пути она слишком слабая.

**Если совсем просто:** партнёрская ссылка - это не продавец и не система. Это технический мостик к продукту. Чтобы человек по нему прошёл, он должен понимать, зачем ему это нужно, почему этому можно доверять и какую задачу продукт помогает решить.

**Главная ошибка новичка:** получить партнёрскую ссылку и сразу начать размещать её везде, где только можно. В комментариях, в личных сообщениях, на странице, в статье, в подписи, в чате. При этом не объяснять, кому это нужно, почему это полезно и какой следующий шаг получает человек.

**Что поняли Николай и Елена:** ссылка должна появляться не в начале, а после пользы. Николай понял, что перед рекомендацией хостинга нужно объяснить новичку, что такое хостинг и почему без него сайт не заработает. Елена поняла, что перед рекомендацией сервиса нейросети нужно показать человеку простой результат: текст, план, идею или письмо, которое он сможет сделать сам.

**Что сделать сейчас:** выберите любой продукт или сервис, который Вы могли бы рекомендовать. Напишите ответы на пять вопросов. Кому он нужен? Какую проблему решает? Почему человек может сомневаться? Что ему нужно объяснить перед переходом? Где ссылка будет выглядеть естественно: в статье, письме, инструкции, видео или после бесплатного материала?

**Вывод главы:** партнёрская ссылка начинает работать лучше, когда она встроена в понятный путь. Сначала человек должен увидеть пользу, разобраться, почувствовать доверие и понять следующий шаг. Только после этого рекомендация становится уместной.

## **Глава 5. Что такое система простыми словами**

После истории с партнёрской ссылкой Николай впервые почувствовал, что всё не так просто, как ему хотелось бы. Но, что удивительно, это не отбило у него желание продолжать. Наоборот, стало спокойнее.

Раньше он думал, что интернет-заработок похож на поиск удачной детали: нашёл правильную ссылку, поставил её в нужное место - и всё должно заработать. Теперь он видел, что ссылка сама по себе не решает задачу. Значит, не нужно бесконечно искать «самую денежную партнёрку» или «секретную ссылку». Нужно понять, как устроен путь человека.

Вечером Николай достал блокнот. Тот самый, где раньше записывал адреса клиентов и поломки. На новой странице он написал крупно:

«Что должно быть до ссылки?»

Потом ниже:

«Как человек вообще до неё дойдёт?»

Он смотрел на эти вопросы и чувствовал, что где-то рядом находится ответ, но пока он не складывается в простую картинку.

В это время Елена тоже сидела за столом с блокнотом. После работы она разобрала домашние дела, включила чайник

и открыла переписку с Николаем. Её зацепила мысль о пути. Как бухгалтер, она любила, когда всё было разложено по строкам. Если в отчёте есть доходы, расходы, остатки и итог, значит, можно понять, что происходит. Если цифры разбросаны по разным листам, всё превращается в хаос.

Она написала Николаю:

«Нам нужна схема. Не просто список инструментов, а схема. Как в отчёте: откуда пришло, куда ушло, что получилось в итоге».

Николай ответил почти сразу:

«Согласен. У меня в ремонте то же самое. Машина не работает не потому, что в ней одна деталь плохая. Иногда цепочка: вода не уходит, потому что насос забит, насос перегрелся, датчик даёт ошибку, программа останавливается. Если смотреть только на одну деталь, можно ошибиться».

И вот тут они впервые всерьёз произнесли слово «система».

Для многих новичков это слово звучит пугающе. Кажется, что система - это что-то большое, сложное, дорогое, с кучей сервисов, автоматизаций, схем, стрелочек и настроек. Человек слышит «система заработка» и сразу представляет себе огромную конструкцию, которую он точно не сможет собрать.

Но в этой книге мы будем использовать слово «система» в самом простом смысле.

Система - это когда действия связаны между собой и каж-

дое действие ведёт к следующему.

Не просто сайт. Не просто статья. Не просто ссылка. Не просто письмо. А понятный путь.

Человек пришёл.

Получил пользу.

Оставил контакт.

Начал доверять.

Увидел рекомендацию.

Сделал следующий шаг.

И в результате может появиться доход.

Вот это уже система.

Не обязательно сложная. Не обязательно большая. Не обязательно идеальная. На старте она может быть совсем простой. Но в ней должно быть главное: связь между шагами.

Николай и Елена решили нарисовать схему. Сначала каждый у себя в блокноте.

Николай написал:

«Человек пришёл - прочитал - понял - подписался - получил письма - перешёл по рекомендации».

Елена написала чуть иначе:

«Вопрос - полезный ответ - доверие - контакт - объяснение - решение».

Они обменялись фотографиями страниц и рассмеялись. Слова разные, смысл один.

Потом Елена предложила сделать схему совсем простой, чтобы её понял даже человек, который вчера впервые услы-

шал про партнёрские программы.

Так появилась первая человеческая формула:

«Человек - польза - контакт - доверие - рекомендация - доход».

Давайте разберём её спокойно.

Сначала есть человек.

Не трафик, не лид, не подписчик, не клиент, не покупатель. Просто человек. У него есть вопрос, задача, желание или проблема. Он может быть похож на Николая, который не понимает, как создать сайт. Может быть похож на Елену, которая боится нейросетей и не хочет нажать не туда. Может быть похож на Вас, если Вы сейчас читаете эту книгу и пытаетесь разобраться, с чего начать.

Пока мы не видим человека, мы начинаем думать слишком технически. Нам кажется, что нужно поставить кнопку, найти ссылку, сделать страницу, подключить сервис. Всё это важно, но это не начало.

Начало - человек и его вопрос.

Потом идёт польза.

Польза - это не обязательно большой курс, сложная инструкция или многочасовой вебинар. На первом шаге пользой может быть простое объяснение. Статья, короткий разбор, чек-лист, пример, ответ на вопрос, спокойная подсказка.

Например, Николай может объяснить новичку, что хостинг - это место, где будет жить сайт. Не углубляться в сер-

веры, базы данных и технические детали, а сказать по-человечески: как квартире нужен дом, так сайту нужно место в интернете.

Елена может объяснить, что нейросеть - это не страшный робот, а помощник, которому нужно правильно поставить задачу. Если попросить расплывчато, ответ будет расплывчатым. Если дать понятный запрос, результат будет лучше.

Это уже польза.

Дальше нужен контакт.

Если человек просто прочитал и ушёл, связь оборвалась. Возможно, он вернётся. Но чаще всего нет. Он закроет вкладку, отвлечётся, забудет название сайта, потеряет пост в ленте. Поэтому системе нужен способ сохранить связь.

Контакт - это подписка, email, Telegram, бот, форма, получение бесплатного материала. Технически это может выглядеть по-разному, но смысл один: человек дал Вам возможность продолжить разговор.

После контакта появляется доверие.

Доверие не возникает только потому, что человек оставил email. Оно растёт через следующие касания: письма, полезные материалы, объяснения, примеры, ответы на вопросы. Человек видит, что Вы не просто хотите что-то продать, а действительно помогаете ему разобраться.

И только потом появляется рекомендация.

Рекомендация - это продукт, сервис, партнёрская программа, обучение или инструмент, который логично помо-

гает человеку сделать следующий шаг. Не что попало, не потому что там большая комиссия, а потому что это связано с его задачей.

И уже после рекомендации может появиться доход.

Доход в этой схеме стоит в конце не случайно. Он важен. Ради него мы и строим систему. Но если поставить деньги в самое начало, всё легко испортить. Тогда человек начинает думать не о пользе, а о том, куда бы быстрее вставить ссылку. Именно так Николай уже попробовал - и увидел, что это слабый путь.

Когда они с Еленой увидели эту цепочку, стало легче дышать.

Появилась карта.

Пусть ещё очень простая, нарисованная в блокноте. Но карта.

Николай написал:

«Получается, если я хочу рекомендовать хостинг, мне сначала нужно привести человека к теме сайта. Потом объяснить, зачем вообще нужен хостинг. Потом дать ему что-то полезное. Потом продолжить объяснять. И только потом рекомендовать».

Елена ответила:

«Да. А если я хочу рекомендовать сервис нейросети, мне сначала нужно показать человеку, какую задачу он сможет решить. Например, написать текст, придумать тему, составить письмо. И только потом давать ссылку на сервис».

Так человеческая формула начала превращаться в рабочую систему.

Чуть позже они увидели вторую версию этой же схемы, уже более маркетинговую:

«Трафик - подписка - письма - партнёрки - деньги».

Сначала эти слова всё ещё казались им сухими. Но теперь за каждым словом уже стоял понятный смысл.

Трафик - это не просто цифры. Это люди, которые приходят к Вашему материалу.

Подписка - это не просто форма на сайте. Это способ не потерять человека.

Письма - это не спам. Это продолжение разговора и доверие.

Партнёрки - это не случайные ссылки. Это готовые решения, которые можно рекомендовать, если они подходят человеку.

Деньги - это не чудо. Это результат всей цепочки.

Вот почему так важно сначала объяснять систему простыми словами.

Если новичку сразу сказать: «Вам нужна воронка, трафик, лид-магнит, рассылка, партнёрская монетизация и прогрев», он, скорее всего, закроет книгу. Не потому, что он не способен понять. А потому что ему сначала нужен перевод на человеческий язык.

Вместо «воронка» можно сказать «путь человека».

Вместо «трафик» - «люди, которые пришли к Вам».

Вместо «лид-магнит» - «полезный подарок за подписку».

Вместо «прогрев» - «спокойное объяснение, которое помогает человеку довериться».

Вместо «монетизация» - «понятный способ получить доход за рекомендацию».

Термины можно узнать позже. Сначала нужно понять смысл.

Николай особенно хорошо понял это через ремонт. Он вспомнил, как иногда клиенты пытались сами найти причину поломки по роликам в интернете. Они называли разные детали, путались, говорили: «Наверное, у меня сгорел модуль» или «Наверное, насос умер». Николай приезжал, смотрел и понимал, что дело иногда было совсем в другом: забился фильтр, пережат шланг или сломалась маленькая деталь.

Если человек не видит систему, он может менять не то.

В интернет-заработке точно так же.

Нет продаж - человек думает, что партнёрка плохая.

А на самом деле у него нет трафика.

Или трафик есть, но люди не подписываются.

Или подписываются, но не получают писем.

Или письма есть, но в них нет доверия.

Или доверие есть, но продукт не подходит.

Или продукт подходит, но рекомендация дана слишком резко.

Если нет системы, непонятно, где ошибка. Человек начинает менять всё подряд. Сегодня меняет партнёрку. Зав-

тра меняет тему. Послезавтра бросает сайт. Потом идёт в Telegram. Потом начинает изучать нейросети. Потом снова ищет новую схему.

А если система есть, можно смотреть по звеньям.

Есть ли люди?

Понимают ли они материал?

Есть ли следующий шаг?

Оставляют ли контакт?

Получают ли письма?

Переходят ли по рекомендации?

Подходит ли продукт?

Такой подход снимает хаос.

Елена сказала об этом по-своему:

«Это как в бухгалтерии. Если итог не сходится, я не переписываю весь отчёт с нуля. Я ищу строку, где ошибка. Так и здесь: если денег нет, надо не всё бросать, а понять, где цепочка обрывается».

Николай засмеялся:

«А у меня как с машиной. Если она не сливает воду, я же не меняю сразу двигатель, барабан и плату управления. Сначала смотрю, где именно проблема».

Эти аналогии помогли им окончательно принять слово «система».

Система - это не страшно.

Система - это когда понятно, что за чем идёт.

И теперь давайте разберём простую систему на примере

Николая.

Он хочет помогать людям, которые боятся создавать сайт. Значит, первым делом ему нужны люди с таким вопросом. Где они могут быть? В поиске, в социальных сетях, в комментариях, в тематических группах, среди знакомых, которые давно думают о своём сайте.

Первый шаг - материал. Например, статья: «Как новичку создать первый сайт и не запутаться в технических словах».

В этой статье Николай простыми словами объясняет, что сайт не начинается с дизайна. Сначала нужны три базовые вещи: домен, хостинг и система управления сайтом. Он не грузит человека сложностями. Он объясняет на бытовых примерах.

Домен - это адрес сайта.

Хостинг - место, где сайт хранится.

WordPress - простая система, с помощью которой можно управлять сайтом без программирования.

После статьи Николай предлагает человеку чек-лист: «Что подготовить перед созданием первого сайта». Человек оставляет email или подписывается в удобный канал.

Дальше Николай отправляет серию писем. В первом благодарит за подписку и объясняет, с чего начать. Во втором рассказывает, какие ошибки делают новички. В третьем показывает, как выбрать хостинг. В четвёртом объясняет, как поставить WordPress. В пятом рекомендует подходящий хостинг по партнёрской ссылке.

Вот система.

Ничего фантастического.

Но здесь есть путь.

Человек пришёл с вопросом.

Получил полезную статью.

Оставил контакт.

Получил письма.

Понял, что делать.

Увидел рекомендацию.

Сделал следующий шаг.

Теперь пример Елены.

Елена хочет помогать обычным людям разбираться с нейросетями. Её человек может думать: «Все говорят про нейросети, но я не понимаю, как с ними работать. Мне кажется, это сложно, и я боюсь выглядеть глупо».

Елена пишет статью: «Как написать первый текст с помощью нейросети, если Вы никогда этого не делали».

В статье она объясняет, что нейросеть не надо бояться. Ей нужно дать понятную задачу. Не просто написать: «Сделай текст», а объяснить, для кого текст, о чём он, в каком стиле и какой результат нужен.

После статьи Елена предлагает PDF: «10 простых промптов для первого знакомства с нейросетью». Человек подписывается и получает файл.

Дальше Елена отправляет письма. В первом показывает, как использовать первый промпт. Во втором объясняет, по-

чему нейросеть иногда отвечает плохо. В третьем даёт пример улучшенного запроса. В четвёртом показывает, как использовать нейросеть для статьи или письма. В пятом рекомендует сервис или обучающий материал, который поможет двигаться дальше.

Это тоже система.

Она может быть простой, но она уже не случайная.

Они даже попробовали нарисовать две разные картинки.

На первой Николай написал отдельные слова без связи: сайт, статья, ссылка, письмо, нейросеть, партнёрка. Слова были правильные, но выглядели как список покупок. Понятно, что всё это вроде бы нужно, но непонятно, в каком порядке и зачем.

На второй картинке Елена нарисовала стрелки: вопрос человека - статья - подарок за подписку - письма - рекомендация - результат. И эта картинка сразу выглядела спокойнее. В ней было движение.

Николай посмотрел и сказал:

«Вот теперь я вижу не склад деталей, а схему сборки».

Это очень важное ощущение для новичка. Когда перед Вами просто набор слов, хочется всё отложить. Когда появляется схема, даже сложная тема становится посильной. Не потому, что она стала совсем простой, а потому что Вы видите следующий шаг.

Именно поэтому в этой книге мы не будем начинать с большого количества инструментов. Мы будем всё время

возвращаться к простому вопросу: где сейчас находится человек и что должно произойти дальше?

Если человек ещё не пришёл, нужен вход.

Если пришёл, нужна польза.

Если получил пользу, нужен контакт.

Если оставил контакт, нужно доверие.

Если появилось доверие, можно показать решение.

Если решение подходит, появляется шанс на доход.

Так схема перестаёт быть сухой и становится живой.

Главное отличие системы от хаоса - в вопросе «что дальше?».

Человек прочитал статью. Что дальше?

Он заинтересовался. Что дальше?

Он оставил контакт. Что дальше?

Он получил первое письмо. Что дальше?

Он понял проблему. Что дальше?

Он увидел рекомендацию. Что дальше?

Если на каждом шаге есть ответ, система начинает работать.

Если ответа нет, человек теряется.

Например, статья есть, но подписки нет. Тогда человек прочитал и ушёл.

Подписка есть, но писем нет. Тогда человек получил файл и забыл.

Письма есть, но предложения нет. Тогда Вы дали пользу, но не показали следующий шаг.

Предложение есть, но оно не связано с темой. Тогда рекомендация выглядит чужой.

Вот почему система важнее отдельных инструментов.

Новичку не нужно сразу делать всё идеально. Но ему нужно понимать, какую роль выполняет каждый элемент.

Сайт - это место, где человек получает материал.

Статья - это ответ на его вопрос.

Трафик - это люди, которые приходят к этому ответу.

Подписка - это способ сохранить контакт.

Письма - это доверие и объяснение.

Партнёрская программа - это готовое решение, которое можно рекомендовать.

Деньги - это результат, если вся цепочка сработала.

Когда Николай увидел эту схему, он перестал думать о сайте как о технической задаче. Раньше он спрашивал: «Какой шаблон выбрать? Где кнопка? Какой цвет лучше? Как установить?» Теперь он начал спрашивать иначе: «Какую задачу должен решить мой сайт? Куда он ведёт человека?»

Елена тоже перестала думать о письмах как о неприятной продаже. Она увидела, что письма могут быть просто продолжением помощи. Если человек сам подписался на промпты, логично объяснить ему, как ими пользоваться. Если он получил пользу, логично показать, какой сервис может помочь дальше.

Именно так рождается спокойный подход к интернет-работке.

Не бегать за людьми.

Не упрашивать.

Не давить.

Не обещать чудеса.

А строить понятный путь.

Конечно, система не гарантирует, что деньги появятся сразу. Это тоже важно сказать честно. Первая версия может быть слабой. Статья может не получить много посетителей. Подарок за подписку может оказаться не очень привлекательным. Письма могут быть слишком сухими. Партнёрка может не подойти аудитории.

Но когда у Вас есть система, Вы хотя бы понимаете, что улучшать.

Можно написать новую статью.

Можно сделать более понятный подарок.

Можно переписать первое письмо.

Можно выбрать другую партнёрскую программу.

Можно добавить анонсы в социальные сети.

Можно объяснить тему проще.

Можно посмотреть, где человек останавливается.

Это уже не хаос. Это работа с понятной конструкцией.

Николай и Елена решили, что пока не будут строить ничего сложного. Никаких огромных порталов, десятков продуктов, дорогих сервисов и длинных цепочек. Только первая простая версия.

Один понятный вход.

Один полезный материал.

Один подарок за подписку.

Пять писем.

Одна-две партнёрские рекомендации.

Этого достаточно, чтобы начать.

Николай написал в блокноте:

«Моя первая система: статья про сайт - чек-лист - письма - хостинг».

Елена написала:

«Моя первая система: статья про нейросеть - PDF с промптами - письма - сервис».

Смотрелось очень просто.

Но в этой простоте уже была сила.

Потому что раньше у них были только разрозненные слова. Сайт. Партнёрки. Нейросети. Трафик. Рассылка. Ссылки. Теперь между этими словами появились стрелки.

А стрелки в такой системе очень важны.

Они показывают, что происходит дальше.

Если у человека есть только набор деталей, он не понимает, что строит. Если есть схема, детали начинают вставать на свои места.

Николай снова вспомнил коробку с запчастями. Если высыпать на стол насос, шланг, датчик, провод и крепления, обычный человек не поймёт, что с этим делать. Но если показать схему, становится понятнее, как элементы связаны.

Интернет-заработок для новичка часто выглядит именно

как такая коробка с деталями.

Сайт отдельно.

Партнёрка отдельно.

Письма отдельно.

Статьи отдельно.

Нейросети отдельно.

А нужно увидеть схему.

Тогда сайт становится фундаментом.

Статья становится входом.

Подписка становится мостом.

Письма становятся дорогой доверия.

Партнёрка становится решением.

Деньги становятся результатом.

Елена сказала:

«Самое интересное, что теперь эти слова перестали пугать. Они всё ещё новые, но уже понятно, зачем каждое нужно».

Николай согласился:

«Да. Я раньше думал, что надо разобраться во всём интернете. А теперь вижу, что мне нужно собрать одну простую цепочку».

Вот это и есть правильный настрой для новичка.

Не пытаться освоить всё.

Не сравнивать себя с большими проектами.

Не строить идеальную систему в голове.

А собрать первую понятную цепочку.

Пусть маленькую. Пусть простую. Пусть неидеальную. Но такую, которую можно запустить, проверить и улучшить.

**Если совсем просто:** система - это путь человека от первого вопроса до понятного решения. В интернет-заработке этот путь может выглядеть так: человек пришёл к статье, получил пользу, оставил контакт, прочитал письма, увидел уместную рекомендацию и сделал следующий шаг. Доход появляется не от одного элемента, а от связи между ними.

**Главная ошибка новичка:** думать, что нужно найти один главный инструмент, который всё решит. Сайт сам по себе не решает. Партнёрская ссылка сама по себе не решает. Нейросеть сама по себе не решает. Письмо само по себе не решает. Результат появляется, когда эти элементы соединены в понятный путь.

**Что поняли Николай и Елена:** им не нужно сразу строить большую сложную систему. Николай может начать с простой цепочки: статья про первый сайт, чек-лист, письма и рекомендация хостинга. Елена может начать с цепочки: статья про нейросети, PDF с промптами, письма и рекомендация сервиса. Главное - чтобы каждый шаг отвечал на вопрос «что дальше?».

**Что сделать сейчас:** возьмите лист бумаги и нарисуйте свою первую цепочку. Не используйте сложные слова, если они Вас пугают. Напишите по-человечески: кто пришёл, какой вопрос у него был, какую пользу Вы дадите, как сохраните контакт, что объясните дальше, какое решение сможете

рекомендовать. Если на каком-то шаге пустота, это не проблема. Это подсказка, какой элемент нужно придумать.

**Вывод главы:** система заработка в интернете становится понятной, когда Вы перестаёте смотреть на инструменты отдельно и начинаете видеть путь человека. Не нужно начинать с идеальной конструкции. Достаточно собрать первую простую связку, где каждый шаг ведёт к следующему.

## Глава 6. Сайт — это не страшно. Это Ваша площадка

Утро началось для Николая с обычного звонка. Женщина на другом конце провода сказала, что стиральная машина сначала долго гудела, потом остановилась, а теперь на дисплее мигает какая-то ошибка.

Николай привычно уточнил модель, спросил, давно ли чистили фильтр, и записал адрес в блокнот.

С такими вещами всё было понятно. Если техника не работает, нужно найти причину. Проверить питание, шланг, фильтр, насос, плату управления. В любой поломке есть логика.

Даже если человек снаружи видит только мигающую лампочку, мастер понимает: внутри есть система, и надо пройти по ней шаг за шагом.

А вот когда Николай думал о сайте, логика куда-то исчезала. Слово «сайт» до сих пор вызывало у него лёгкое напряжение.

В голове сразу всплывали программисты, непонятный код, дорогие специалисты, какие-то панели управления, настройки, плагины, домены, хостинги и ещё десятки слов, от которых хотелось закрыть ноутбук и заняться чем-нибудь более понятным.

После выезда он вернулся домой, поставил чайник и открыл переписку с Еленой. За последние дни они уже привыкли обсуждать почти каждый новый шаг.

Сначала это были короткие сообщения в комментариях, потом личная переписка, а теперь у них даже появилась общая привычка: если кто-то из них упирался в непонятное слово, он писал другому.

Николай набрал: «Лена, вот мы всё говорим: сайт, сайт, сайт. А я пока честно скажу: само слово меня напрягает. Такое ощущение, что это для программистов, а не для обычного человека».

Ответ пришёл не сразу. Видимо, Елена была на работе. Николай успел выпить чай, разобрать сумку с инструментами и уже собирался смотреть ролик про WordPress, когда телефон коротко завибрировал.

Елена написала: «Я Вас очень понимаю. Я несколько лет назад тоже пыталась сделать себе блог. Открыла какую-то инструкцию, дошла до выбора шаблона и всё. Там было столько настроек, что я закрыла страницу и решила, что это не для меня».

Николай улыбнулся. Ему стало легче хотя бы от того, что он не один такой. Когда человек сталкивается с новой темой, ему часто кажется, что все вокруг давно всё понимают, а он один стоит у входа и не знает, за какую ручку взяться.

Но на самом деле большинство новичков проходят через один и тот же страх: им кажется, что сайт — это что-то боль-

шое, дорогое и технически сложное.

В этот момент Николай впервые поймал себя на мысли: может быть, проблема не в сайте, а в том, как ему объясняли эту тему. Когда человеку сразу говорят про домены, DNS, хостинг, CMS, плагины, адаптивность, индексацию, SSL-сертификат и аналитику, он естественно пугается.

Это всё равно что прийти к мастеру и вместо простого объяснения услышать полный список деталей внутри стиральной машины.

Если клиент спросил Николая, почему машина не сливает воду, он ведь не начинал с лекции про устройство насоса и электрическую схему платы. Он говорил проще: вода не уходит, потому что где-то возникла остановка. Сначала проверим фильтр, потом шланг, потом насос. Шаг за шагом.

Значит, и сайт надо объяснять так же. Не с технических слов, а с простого смысла.

Николай открыл блокнот и написал на новой странице: «Сайт — это не код. Сайт — это место, куда приходит человек». Потом задумался и дописал: «Как мастерская».

Ему понравилось это сравнение. У него была небольшая мастерская дома: стол, инструменты, коробки с деталями, полки, записи клиентов. Человек мог прийти с проблемой, показать технику, получить объяснение и понять, что делать дальше. В интернете сайт мог выполнять похожую роль.

Только вместо физической мастерской — страница в сети. Вместо разговора у стола — статья. Вместо визитки —

подписка. Вместо устной рекомендации — ссылка на полезный сервис.

Через несколько минут Елена прислала своё сравнение: «А я бы сказала, сайт — это как аккуратная папка с документами. Когда всё разбросано по разным листочкам, ничего не найти. А когда есть папка, разделы и порядок, человеку проще разобраться».

Николай перечитал её сообщение и понял, что Елена смотрит на сайт по-своему. Он как мастер видит мастерскую. Она как бухгалтер видит аккуратную систему документов. Но смысл один и тот же: сайт — это не страшная техническая штука, а место, где информация собрана в порядке.

Именно с этого лучше начинать новичку. Не с выбора шаблона. Не с красивой шапки. Не с логотипа. Не с вопроса, какой плагин поставить. А с простого понимания: зачем вообще нужен сайт в системе заработка.

Сайт нужен не для того, чтобы просто «быть в интернете». Сам по себе сайт ещё не приносит деньги. Это важно понять сразу, чтобы не ждать от него чуда.

Сайт — это площадка, на которой можно принимать людей, отвечать на их вопросы, собирать полезные материалы, предлагать следующий шаг и постепенно вести человека к решению.

Если совсем просто, сайт — это Ваша точка опоры в интернете. Социальная сеть может поменять правила. Пост в ленте быстро исчезает. Комментарий уходит вниз. Сообще-

ние в чате забывается. А сайт остаётся местом, куда можно направить человека снова и снова.

Николай подумал о своих клиентах. Если бы он каждый раз объяснял одно и то же по телефону, это занимало бы много времени.

Но если бы у него была страница: «Что делать, если стиральная машина не сливает воду», часть людей могла бы сначала прочитать простое объяснение, понять возможные причины, а потом уже решить, нужен ли мастер.

Вот так же работает статья на сайте. Она отвечает на вопрос человека до того, как Вы начали с ним личный разговор. Человек ещё Вас не знает, но уже может получить пользу. И если объяснение оказалось понятным, у него появляется доверие.

Елена в тот день написала Николаю ещё одно важное сообщение: «Получается, сайт — это не сразу про деньги. Это сначала про доверие».

Николай даже остановился, когда прочитал эту фразу. Она была простой, но точной. Да, сайт не должен восприниматься как касса, из которой сразу высыпаются деньги. Сайт сначала работает как место знакомства.

Человек приходит, смотрит, читает, понимает, подходит ли ему Ваша подача, можно ли Вам доверять, объясняете ли Вы по-человечески.

И только потом сайт становится частью системы заработка. Потому что на сайте можно не просто дать статью, а пред-

ложить человеку следующий шаг. Например, скачать чек-лист. Подписаться на письма. Перейти к полезному сервису. Посмотреть подробную инструкцию.

Получить список партнёрских программ. Узнать, как решить свою задачу дальше.

Здесь и начинается связь с системой. Сайт принимает человека. Статья даёт пользу. Подписка сохраняет контакт. Письма продолжают разговор. Партнёрская рекомендация показывает решение. Деньги появляются не потому, что сайт красивый, а потому что сайт встроен в путь человека.

Новичок часто ошибается именно здесь. Он думает: «Сделаю сайт — и начну зарабатывать». Но это всё равно что снять помещение под мастерскую, поставить стол, повесить вывеску и ждать, что клиенты сами начнут заходить толпами. Помещение важно, но этого мало.

Нужно, чтобы люди узнали о мастерской. Нужно, чтобы они поняли, какую проблему Вы решаете. Нужно, чтобы внутри им было понятно, куда обратиться и что делать дальше.

Поэтому сайт — это фундамент, но не весь дом. Фундамент нужен обязательно, но жить на одном фундаменте нельзя. На нём нужно постепенно строить стены, комнаты, вход, освещение, удобные проходы.

В интернет-системе такими «стенами» становятся статьи, подписка, письма, партнёрские предложения и трафик.

Николай несколько раз перечитал слово «фундамент».

Оно ему понравилось. В ремонте он часто видел, что люди пытаются исправить внешние признаки, не понимая основы. Машина прыгает — подкладывают коврик. Шумит — закрывают дверь в ванную.

Но если проблема внутри, такие решения не помогают. С интернет-заработком похоже: можно публиковать ссылки, писать посты, покупать рекламу, но если нет места, где человек спокойно получает объяснение и делает следующий шаг, система получается шаткой.

Елена тоже ухватилась за эту мысль. Она написала: «В бухгалтерии если нет нормальной базы, потом всё разваливается. Документы вроде есть, но ничего не сходится. Сайт, наверное, такая же база».

Они оба пришли к одному выводу: сайт нужен не потому, что так принято. И не потому, что «у всех серьёзных людей есть сайт». Сайт нужен потому, что он помогает собрать материалы, объяснения, подписку и рекомендации в одном месте.

Но здесь важно не уйти в другую крайность. Если человек понял, что сайт важен, он может начать усложнять. Захочется красивый дизайн, сложное меню, идеальный логотип, дорогую обложку, десятки страниц, необычные эффекты. И это снова ловушка.

На старте сайт должен быть простым. У него может быть обычный внешний вид. Главное — чтобы человек, который пришёл на страницу, понял три вещи: куда он попал, чем

Вы можете быть полезны и какой следующий шаг он может сделать.

Николай записал в блокнот три вопроса для будущего сайта: «О чём этот сайт? Кому он помогает? Что человеку сделать дальше?»

Потом он представил свой первый сайт. Не огромный портал. Не сложную платформу. Просто несколько понятных разделов. Главная страница, где объясняется, что сайт помогает новичкам разобраться с созданием первого сайта. Несколько статей про хостинг, домен, WordPress и первые ошибки.

Простая форма, где можно получить чек-лист. И дальше письма, которые помогут человеку спокойно пройти первые шаги.

Елена в это же время представила свою площадку. Не сайт для экспертов по искусственному интеллекту, не сложный технический блог, а простое место для обычных людей, которые боятся нейросетей.

Статьи вроде «Как попросить нейросеть написать простой текст», «Что такое промпт человеческим языком», «Как не бояться первого запроса», «Как использовать нейросеть для письма, объявления или плана статьи». Подарок за подписку — набор простых промптов.

Письма — спокойные объяснения без сложных слов.

Так сайт перестал быть для них страшным словом. Он стал не технической задачей, а понятной частью маршрута.

Конечно, техническая сторона всё равно останется. Нужно будет выбрать домен, хостинг, установить WordPress или другую платформу, выбрать шаблон, настроить основные страницы. Но всё это уже не выглядит так пугающе, если человек понимает, зачем он это делает.

Когда есть смысл, техника становится всего лишь набором шагов.

И здесь важно сказать прямо: новичку не нужно сразу знать все настройки. Не нужно становиться программистом. Не нужно изучать десятки сервисов. Не нужно неделю выбирать лучший шаблон. На старте достаточно простой рабочей площадки.

Даже если она не идеальна, она уже может выполнять свою главную задачу: принимать людей и давать им понятный следующий шаг.

Представьте, что Вы открываете небольшую консультационную точку в своём районе. На первом этапе Вам не нужен роскошный офис с мраморным полом. Вам нужно чистое помещение, понятная вывеска, стол, стул, материалы и возможность нормально поговорить с человеком. С сайтом так же.

Сначала порядок и смысл. Красота и улучшения — потом. Николай раньше думал, что сайт начинается с дизайна. Теперь он начал понимать, что сайт начинается с задачи. Если задача — помочь новичку создать первый сайт, значит, каждая страница должна работать на эту задачу.

Если задача Елены — помочь людям 40+ не бояться нейросетей, значит, её материалы должны быть спокойными, простыми и поддерживающими.

Ещё один важный момент они обсудили вечером. Николай спросил: «А если у меня пока нет опыта в интернет-заработке, могу ли я вообще делать сайт об этом?»

Елена ответила осторожно: «Наверное, не надо делать вид, что мы уже большие эксперты. Но можно честно вести человека по тому пути, который сами проходим. Например, Вы же можете объяснять, как обычный новичок разбирается с сайтом.

Вы не обещаете миллионы, Вы объясняете первый шаг».

Это было очень важное различие. Новичку не нужно изображать из себя гуру. Не нужно писать так, будто он уже построил огромную империю. Можно выбрать узкую тему и объяснять её честно. Например: «Я разбираюсь, как обычному человеку создать первый сайт, и делюсь простыми шагами».

Или: «Я показываю, как использовать нейросети без сложных слов». Такая позиция честнее и ближе читателю.

Более того, для аудитории новичков такой автор часто даже понятнее, чем слишком продвинутый эксперт. Эксперт иногда забывает, каково это — не понимать простых слов. А человек, который сам недавно прошёл через страх и путаницу, лучше чувствует вопросы начинающего.

Николай вспомнил, как однажды молодой специалист в

сервисном центре объяснял пожилой женщине проблему с техникой такими словами, что она только кивала и ничего не понимала. Потом Николай подошёл и сказал проще: «Машина не сливает воду. Скорее всего, засорился фильтр.

Сейчас почистим, и будет видно, есть ли другая проблема». Женщина сразу успокоилась.

В интернете людям тоже нужно такое объяснение. Не «оптимизируйте конверсию лид-магнита», а «сделайте так, чтобы человеку было понятно, зачем оставлять Вам контакт». Не «монетизируйте трафик», а «покажите читателю полезное решение и объясните, почему оно ему подходит».

Не «строим воронку», а «ведём человека от первого вопроса к решению».

Так Николай впервые почувствовал, что его обычный жизненный опыт не мешает, а помогает. Он не программист, но умеет объяснять людям поломки. Елена не маркетолог, но умеет наводить порядок в цифрах и документах.

Эти навыки можно перенести в интернет, если не пытаться сразу говорить чужим языком.

К концу дня Николай открыл чистую страницу в блокноте и написал заголовок: «Мой первый сайт». Ниже он не стал рисовать сложную схему. Он записал всего пять строк.

Первая строка: кому я помогаю. Вторая: какую проблему объясняю. Третья: какие статьи нужны. Четвёртая: какой подарок можно дать за подписку. Пятая: какое решение можно рекомендовать дальше.

Потом он отправил фотографию этой страницы Елене. Она ответила: «Вот это уже не страшно. Это похоже на план».

И это действительно был план. Небольшой, простой, но уже понятный. Не «сделать сайт вообще», а сделать площадку, которая будет помогать конкретным людям в конкретной теме.

На следующий день Николай решил проверить себя простым упражнением. Он представил, что к нему пришёл человек, который вообще не понимает, как создать сайт, но хочет попробовать. Что этот человек должен увидеть на первой странице, чтобы не испугаться и не закрыть вкладку?

Сначала Николай написал слишком много. Он хотел рассказать и про домены, и про хостинг, и про WordPress, и про статьи, и про партнёрские программы. Получилось как инструкция к сложному прибору: вроде всё правильно, но новичок устанет уже на первом экране.

Елена посмотрела на его набросок и мягко сказала: «А если человек вообще первый раз пришёл, ему, наверное, надо не всё сразу. Ему надо понять, куда он попал и почему ему здесь будет спокойно».

Эта фраза помогла Николаю упростить страницу. Он написал три коротких блока. Первый: «Здесь Вы разберётесь, как сделать первый простой сайт без программирования». Второй: «Начнём с самых обычных вопросов: что такое сайт, где он хранится и как не запутаться».

Третий: «Заберите чек-лист, чтобы пройти первые шаги по порядку».

Вот это уже стало похоже на нормальный вход для новичка. Не громкое обещание заработка, не список технических слов, а спокойное приглашение: здесь Вас не будут пугать, здесь объяснят по шагам.

Так Николай и Елена вывели для себя ещё одно правило: первый сайт не должен показывать, как много Вы знаете. Он должен помогать человеку не потеряться. Если читатель пришёл с тревогой, ему нужно дать ощущение порядка.

Можно представить простую структуру первого сайта. Главная страница объясняет, кому Вы помогаете. Раздел со статьями отвечает на вопросы людей. Страница с бесплатным материалом предлагает следующий шаг.

Страница «О проекте» коротко объясняет, кто Вы и почему решили вести эту тему. Этого на старте уже достаточно.

Новичку не нужно сразу делать двадцать разделов. Не нужно добавлять форум, магазин, личный кабинет, сложные калькуляторы и десятки кнопок. Всё это можно сделать потом, если появится необходимость. На первом этапе важнее, чтобы человек не запутался.

Елена сравнила это с рабочим столом бухгалтера. Если на столе лежит слишком много папок, человеку кажется, что всё сложно. Но если перед ним три понятные папки: «начать здесь», «полезные материалы», «следующий шаг», он быстрее ориентируется.

Николай усмехнулся и сказал, что в мастерской то же самое. Если на стол сразу выложить все инструменты, клиент подумает, что ремонт будет страшным и дорогим. А если мастер спокойно показывает одну деталь и объясняет одну причину, человеку становится легче.

Так и сайт для новичка должен быть не складом всего подряд, а понятным маршрутом. Человек зашёл, увидел тему, прочитал первый материал, получил предложение подписаться и понял, куда двигаться дальше.

После этого Николай решил составить самый простой план своего сайта. Он назвал его не «идеальная структура», а «первая рабочая версия». Это важно. Когда Вы называете что-то первой рабочей версией, Вам психологически легче начать. Вы уже не обязаны сделать идеально навсегда.

Вы делаете основу, которую потом можно улучшать.

В первой версии сайта Николая было всего четыре страницы. Главная. Статьи. Чек-лист для новичка. О проекте. Всё. Даже это сначала показалось ему слишком простым, но потом он понял, что именно простота и нужна.

Для главной страницы он написал несколько предложений простым языком. Не «профессиональные решения для веб-разработки», а «помогаю обычному человеку разобраться, как создать первый сайт без сложных слов». Эта разница очень важна.

Первая фраза звучит для специалистов, вторая — для его будущего читателя.

Для раздела статей он решил собрать ответы на самые частые вопросы. Не новости. Не личные заметки обо всём подряд. Именно ответы: что такое домен, что такое хостинг, как выбрать тему сайта, зачем нужны статьи, почему сайт сам по себе не зарабатывает.

Для страницы с чек-листом он придумал простой смысл: «Скачайте список шагов, чтобы не прыгать от одного урока к другому». Это было прямо в боль новичка. Люди часто не начинают не потому, что не способны, а потому что не понимают порядок действий.

Страницу «О проекте» Николай сначала хотел вообще не делать. Ему казалось, что о себе писать неловко. Но Елена напомнила: «Человек хочет понимать, кто ему объясняет. Не нужно хвастаться. Просто расскажите честно, почему Вы сами решили разобраться».

И это тоже хороший совет. Страница об авторе не должна быть парадом регалий. Особенно в книге и системе для новичков. Она может быть простым человеческим объяснением: я сам столкнулся с этой темой, разобрался и теперь объясняю так, чтобы другим было проще.

Елена параллельно составила план своей площадки про нейросети. Главная страница: «Нейросети простыми словами для обычных людей». Раздел статей: ответы на вопросы. Бесплатный материал: «10 промптов для первых задач».

Страница о проекте: почему она, бухгалтер, решила разобраться в нейросетях и объяснять это без технического сно-

бизма.

Ей понравилось, что в этой структуре не было ничего пугающего. Она не становилась блогером в привычном шумном смысле. Она просто создавала место, где можно спокойно разложить тему по полочкам.

Здесь читателю важно сделать такой же поворот. Не спрашивать: «Как мне сделать красивый сайт?» Сначала спросить: «Какой порядок я хочу дать человеку?» Потому что сайт — это не только страницы. Это порядок мыслей.

Если у Вас в голове хаос, сайт быстро превратится в хаос. Будет много кнопок, случайных статей, непонятных блоков, разных предложений. Человек зайдёт и не поймёт, что делать. Поэтому порядок сначала появляется на бумаге, а уже потом переносится на сайт.

Николай и Елена решили, что перед любой технической настройкой они будут задавать себе пять вопросов. Кто мой читатель? С какой болью он пришёл? Какой первый материал ему показать? Как сохранить с ним связь? Что полезного я смогу рекомендовать дальше?

Эти вопросы простые, но они сразу возвращают к системе. Если Вы не знаете, кто читатель, сайт будет слишком общим. Если не знаете его боль, статьи будут случайными. Если не знаете следующий шаг, человек уйдёт. Если не знаете, что рекомендовать, сайт не станет источником дохода.

Николай заметил ещё одну полезную вещь. Когда он ремонтирует технику, он всегда начинает с диагностики. Не

с замены дорогой детали, а с проверки простых причин. С сайтом так же: сначала нужно диагностировать задачу. Что именно должен делать этот сайт в Вашей системе?

Если задача сайта — просто собрать красивые страницы, это одно. Если задача — приводить людей из поиска, отвечать на вопросы, собирать подписчиков и вести к партнёрским рекомендациям, это уже другая логика. Тогда каждая страница должна работать на путь человека.

Елена предложила записать это как правило: «Каждая страница должна отвечать на вопрос: зачем она нужна читателю и что он сделает после неё».

Это правило можно применять к любому сайту. Главная страница нужна, чтобы человек понял тему и кому Вы помогаете. Статья нужна, чтобы ответить на вопрос. Страница подписки нужна, чтобы дать полезный материал и сохранить контакт.

Страница с рекомендацией нужна, чтобы объяснить подходящее решение. Если страница не выполняет никакой задачи, возможно, на старте она не нужна.

Так сайт постепенно превращается из страшной технической темы в понятную рабочую схему. Не «надо сделать сайт, потому что так говорят», а «надо создать место, где человек начнёт путь к решению».

Именно это понимание потом поможет Николаю и Елене не потеряться в настройках. Да, они ещё будут выбирать платформу, смотреть шаблон, разбираться с публикацией.

Но теперь любая настройка будет проверяться вопросом: помогает ли это читателю двигаться дальше?

Если помогает — оставляем. Если просто украшает и отвлекает — можно отложить. Если усложняет — убираем. Для новичковой системы это очень здравый подход.

Перед тем как закрыть блокнот, Николай решил сделать ещё одну полезную вещь. Он написал короткий список того, что точно не будет делать на старте. Не будет неделю выбирать логотип. Не будет спорить с собой из-за оттенка кнопки. Не будет ставить десять лишних разделов.

Не будет пытаться сразу сделать сайт «как у больших проектов».

Елена поддержала эту идею и составила такой же список для себя. Она решила не ждать идеальной уверенности, не читать бесконечно сравнения сервисов и не откладывать публикацию только потому, что ей кажется, будто кто-то объяснил бы лучше.

Для первого шага достаточно понятной структуры и честного объяснения.

Они даже назвали это правилом первой версии: сайт должен быть достаточно хорошим, чтобы начать помогать людям, но не обязан быть идеальным, чтобы понравиться самому автору. Это правило очень сильно снимает напряжение с новичка.

Потому что многие люди застревают не на технике, а на ожидании идеальности. Им кажется, что пока сайт выглядит

не так красиво, как у известных проектов, его нельзя показывать. Но читателю, который ищет простой ответ, часто важнее не дорогой дизайн, а ясность.

Он хочет понять, куда попал и что делать дальше.

Николай вспомнил одну пожилую клиентку, которая однажды сказала ему: «Мне не надо красиво объяснять, мне надо, чтобы я поняла». Эта фраза прекрасно подходила и к сайту. Новичку в интернете тоже часто нужно не красиво, а понятно.

Конечно, со временем сайт можно улучшать. Можно поменять оформление, добавить картинки, сделать удобное меню, настроить аналитику, подключить дополнительные инструменты. Но всё это второй этап.

Первый этап — запустить понятную площадку, где человек получает пользу и видит следующий шаг.

Так Николай и Елена договорились: сначала смысл, потом красота. Сначала путь человека, потом украшения. Сначала первая рабочая версия, потом улучшения. И это решение помогло им двигаться дальше без постоянного ощущения, что они ещё «не готовы».

В этот вечер оба впервые почувствовали, что сайт — это не стена, в которую они упёрлись, а дверь, которую можно открыть. Да, за дверью ещё были новые задачи. Но теперь они знали: если разложить всё на маленькие шаги, даже страшное слово становится понятным.

**Если совсем просто**

Сайт — это не магический инструмент и не технический монстр. Это Ваша площадка в интернете, где человек может получить полезное объяснение и сделать следующий шаг. Сам по себе сайт ещё не зарабатывает, но без понятной площадки система часто получается слабой и разрозненной.

### **Главная ошибка новичка**

Новичок часто думает, что сайт сначала должен быть красивым, сложным и почти идеальным. Из-за этого он неделями выбирает шаблон, меняет цвета, смотрит чужие примеры и не публикует ничего полезного. На старте важнее не идеальный дизайн, а понятная задача сайта.

### **Что поняли Николай и Елена**

Николай понял, что сайт можно воспринимать как мастерскую в интернете: человек приходит с вопросом, получает объяснение и видит следующий шаг. Елена поняла, что сайт похож на аккуратную папку: все материалы, объяснения и рекомендации должны быть собраны в порядке.

Для обоих сайт перестал быть страшным словом и стал понятной частью системы.

### **Что сделать сейчас**

Возьмите лист бумаги и напишите пять ответов. Кому будет помогать Ваш сайт? Какую одну главную проблему он будет объяснять? Какие первые пять статей можно на нём разместить? Что человек сможет получить за подписку? Какое полезное решение Вы сможете рекомендовать дальше?

Не думайте пока о дизайне. Сначала поймите смысл.

## **Вывод главы**

Сайт нужен не для того, чтобы просто «быть в интернете». Он нужен как Ваша точка опоры, где человек получает пользу, начинает доверять и может сделать следующий шаг. На старте сайт должен быть простым, понятным и связанным с общей системой заработка.

## **Глава 7. Статья — это ответ на вопрос человека**

На следующий день Николай проснулся с неожиданным чувством облегчения. Сайт уже не казался ему таким страшным. Он ещё не знал всех технических деталей, не понимал, какой шаблон выбрать, не разбирался в плагинах и настройках. Но главное изменилось: он понял, зачем ему сайт нужен.

Теперь это была не загадочная интернет-конструкция, а площадка, где он сможет отвечать на вопросы людей. Осталось понять другое: чем эту площадку наполнять.

Этот вопрос пришёл быстро. Николай открыл блокнот, посмотрел на вчерашние пять строк и остановился на пункте «первые статьи». Вот тут снова стало тревожно.

Статья. Слово вроде бы простое. Но в голове сразу появились школьные сочинения, длинные тексты, правила русского языка, заголовки, абзацы, ошибки, критика. Николай не считал себя писателем. Он мог объяснить клиенту, почему стиральная машина не сливает воду.

Мог показать, где фильтр. Мог по телефону подсказать, что проверить перед вызовом мастера. Но писать статьи для интернета? Это уже казалось чем-то другим.

Он написал Елене: «С сайтом более-менее понял. Но вот статьи... Я же не журналист. О чём вообще писать?»

Елена ответила почти сразу. Видимо, этот вопрос у неё тоже давно сидел внутри.

«Я как раз об этом думаю. Мне кажется, что если писать про нейросети, надо быть большим экспертом. А я сама только разбираюсь. Кто будет читать мои статьи?»

И снова они оказались в одной точке. Сайт стал понятнее, но теперь перед ними встала следующая ступень: контент. Точнее, статьи. А вместе с ними — страх, что нужно писать сложно, умно, красиво и идеально.

На самом деле именно здесь многие новички останавливаются. Они вроде бы готовы сделать сайт, но не понимают, что на нём публиковать. Им кажется, что статья должна быть большой, профессиональной, почти научной.

Нужно знать всё, писать без ошибок, использовать правильные термины, делать глубокий анализ. И если человек не чувствует себя экспертом, он решает: «Мне пока рано писать».

Но это ловушка. Потому что статья для новичковой аудитории — это не научная работа. Это не диплом. Не доклад на конференции. Не попытка показать, какой Вы умный. Хорошая статья в простой системе заработка — это ответ на конкретный вопрос человека.

Николай прочитал эту мысль в одной из своих заметок и остановился. Ответ на вопрос. Вот это уже было намного понятнее.

Он каждый день отвечал на вопросы клиентов. Почему

машина шумит? Почему не включается? Почему вода остаётся внутри? Почему после стирки пахнет сыростью? Что делать, если техника прыгает? Нужно ли покупать новую или можно починить старую?

Эти вопросы не казались ему статьями, но по сути каждая такая консультация могла стать понятным материалом.

Елена тоже быстро нашла свой пример. В бухгалтерии ей постоянно задавали вопросы: почему сумма не сходится, как заполнить документ, что значит эта строка, почему нужно сохранить чек, куда прикрепить файл. Она не называла это «контентом».

Она просто объясняла людям то, что для неё было понятным, а для них — запутанным.

Вот так и нужно смотреть на статью. Статья — это не способ произвести впечатление. Это способ помочь человеку разобраться в одном вопросе.

Если человек набирает в поиске «как выбрать хостинг для сайта», ему не нужна философия на двадцать страниц. Ему нужно простое объяснение: что такое хостинг, зачем он нужен, на что смотреть, чего не бояться, какие ошибки бывают у новичков и какой вариант можно выбрать для старта.

Если человек спрашивает «как написать текст с помощью нейросети», ему не нужна лекция про искусственный интеллект. Ему нужно понять, куда нажать, что написать в запросе, как сформулировать задачу, как проверить результат и почему не стоит слепо копировать всё без правки.

Именно поэтому статья должна начинаться не с желания автора что-то сказать, а с вопроса читателя. Это очень важный поворот. Новичок часто садится писать и думает: «Что бы мне такое умное рассказать?» А надо спросить иначе: «Что сейчас не понимает мой читатель?»

Когда Вы начинаете с вопроса читателя, текст сразу становится проще. У него появляется направление. Вы не пишете обо всём. Вы отвечаете на одну задачу. Человек пришёл с конкретным непониманием и должен уйти с конкретной ясностью.

Николай решил попробовать. Он открыл новую страницу блокнота и написал: «Вопросы новичка про сайт». Сначала было пусто. Потом он вспомнил себя самого неделю назад и начал записывать.

Что такое сайт простыми словами? Что такое хостинг? Чем домен отличается от хостинга? Нужно ли быть программистом, чтобы сделать сайт? Сколько стоит первый сайт? Что такое WordPress? Почему сайт сам по себе не зарабатывает? Как написать первую статью?

Как не запутаться в настройках? Что делать после создания сайта?

Через десять минут у него было уже больше двадцати вопросов. И тут Николай понял удивительную вещь: ему не нужно придумывать темы из воздуха. Темы уже есть. Они спрятаны в страхах и вопросах таких же новичков, каким недавно был он сам.

Елена сделала то же самое. Она написала: «Вопросы новичка про нейросети». И тоже быстро набрала список. Что такое нейросеть? Что такое промпт? Как правильно задать вопрос? Можно ли использовать нейросеть для работы? Как написать письмо? Как придумать тему статьи?

Почему ответ получается странным? Можно ли доверять нейросети? Что делать, если она пишет слишком сложно? Как попросить написать проще?

После этого страх перед статьями немного уменьшился. Потому что перед ними лежал не пустой лист, а список живых вопросов.

Но дальше возник новый вопрос: какие темы выбирать первыми? Ведь написать можно обо всём. И про сайт, и про хостинг, и про домен, и про WordPress, и про партнёрки, и про нейросети. С чего начать?

Здесь снова помогает простая логика. Первые статьи должны отвечать на самые базовые вопросы человека, который только входит в тему. Не на редкие детали. Не на профессиональные тонкости. Не на сложные сравнения. А на то, что мешает человеку сделать первый шаг.

Николай понял, что для его аудитории первым вопросом может быть не «какой плагин поставить», а «нужно ли вообще делать сайт, если я ничего не понимаю в технике». Потом уже можно объяснить, что такое хостинг, как выбрать домен, как установить WordPress, как написать первую статью.

Елена поняла, что её читателю сначала нужно не «как ав-

томатизировать контент-план», а «что такое нейросеть простыми словами» и «как задать первый вопрос, чтобы получить нормальный ответ». Если человек боится даже открыть сервис, ему рано рассказывать про сложные сценарии.

Это правило очень важно для книги, сайта и всей системы заработка. Нельзя начинать объяснение с середины. Нужно встретить человека там, где он сейчас находится. Если он стоит у входа, не надо звать его сразу на третий этаж. Сначала покажите дверь, потом коридор, потом лестницу.

Статья работает лучше, когда читатель чувствует: автор понимает моё состояние. Не смеётся надо мной. Не считает мои вопросы глупыми. Не говорит сверху вниз. А спокойно берёт за руку и объясняет.

Николай вспомнил, как иногда клиенты стеснялись задавать простые вопросы. Один мужчина однажды спросил, можно ли открыть фильтр стиральной машины самому, или там «что-то током ударит». Вопрос мог показаться смешным специалисту, но для клиента он был настоящим.

Николай тогда спокойно объяснил, что нужно выключить машину из розетки, подложить тряпку, открыть крышку и аккуратно выкрутить фильтр. Человек был благодарен именно за простоту.

С читателем статьи происходит то же самое. Он может стесняться, что не знает базовых вещей. Поэтому Ваша задача — не показать превосходство, а снять напряжение.

Елена сказала об этом по-своему: «Когда я объясняю че-

ловеку документ, он не хочет чувствовать себя глупым. Он хочет, чтобы ему нормально объяснили. Наверное, со статьями так же».

Да, именно так. Статья в книге и в интернет-системе должна быть не экзаменом для читателя, а помощью. Особенно если Вы пишете для новичков 40+, которые часто боятся технической темы и переживают, что «уже поздно разбираться».

После этого Николай и Елена начали собирать простую формулу статьи. Не сложный шаблон для копирайтера, а понятную схему, которую может использовать обычный человек.

Первый шаг — взять конкретный вопрос. Например: «Что такое хостинг и зачем он нужен новичку?» Или: «Как написать первый текст с помощью нейросети?»

Второй шаг — объяснить проблему простыми словами. Почему человек вообще задаёт этот вопрос? Чего он боится? Где обычно путается?

Третий шаг — дать понятное объяснение. Без сложных терминов или с расшифровкой каждого термина. Если термин нужен, сначала объясните смысл, а потом назовите слово.

Четвёртый шаг — показать пример. Лучше из жизни. Николай может сравнить хостинг с местом, где «живёт» сайт. Елена может сравнить промпт с обычной просьбой к помощнику: чем понятнее попросили, тем лучше результат.

Пятый шаг — дать следующий шаг. Что читателю сделать после статьи? Скачать чек-лист, посмотреть инструкцию, подписаться на серию писем, перейти к сервису, прочитать следующую статью.

Вот и вся основа. Вопрос, объяснение, пример, следующий шаг. Уже на этой схеме можно написать десятки полезных материалов.

Николай попробовал набросать план первой статьи: «Как выбрать хостинг для первого сайта». Он написал: сначала объяснить, что сайт должен где-то храниться. Потом сравнить хостинг с помещением для мастерской. Потом рассказать, что новичку не нужен самый дорогой вариант.

Потом показать, на что смотреть: простая установка WordPress, поддержка, понятная панель, нормальная цена. Потом предложить чек-лист запуска сайта.

Елена набросала свою статью: «Как написать первый текст с помощью нейросети». Сначала объяснить, что нейросеть не читает мысли. Потом показать, что ей нужно дать задачу. Потом привести простой пример плохого запроса и хорошего запроса.

Потом объяснить, что результат надо перечитать и поправить. Потом предложить PDF с десятью простыми промптами.

Когда они обменялись планами, оба удивились. Ещё утром статьи казались чем-то страшным и почти писательским. А вечером это уже выглядело как набор понятных объ-

яснений.

Но здесь важно не забыть про систему. Статья нужна не только для того, чтобы человек прочитал и сказал: «Полезно». Это уже хорошо, но в системе заработка у статьи есть ещё одна задача — вести дальше.

Если человек прочитал статью Николая про хостинг и ушёл, Николай помог ему, но контакт потерял. Если человек прочитал статью Елены про нейросеть и закрыл страницу, Елена тоже дала пользу, но не продолжила разговор. Поэтому в конце статьи должен быть мягкий следующий шаг.

Не обязательно сразу партнёрская ссылка. Часто лучше сначала предложить подписку. Например: «Если хотите не запутаться при запуске первого сайта, скачайте чек-лист». Или: «Если хотите попробовать нейросеть без страха, забери́те 10 простых промптов».

Так статья становится входом в систему.

Вот здесь появляется связь со всей моделью: статья помогает привлечь человека, подписка помогает его не потерять, письма помогают объяснить глубже, партнёрская рекомендация помогает показать решение. Статья — это первое серьёзное касание.

Николай записал: «Статья — это входная дверь». Елена дописала в своём блокноте: «Статья должна не просто рассказать, а пригласить дальше».

Это очень точные формулировки. Если сайт — это площадка, то статья — это одна из дверей, через которую чело-

век попадает внутрь. Причём таких дверей может быть много. Каждая статья отвечает на свой вопрос и приводит свою часть аудитории.

Человек, который ищет «что такое хостинг», ещё совсем новичок. Человек, который ищет «как установить WordPress», уже чуть ближе к действию. Человек, который ищет «лучший хостинг для WordPress», возможно, уже готов выбрать сервис. Разные статьи могут вести людей на разных этапах.

Но все они должны быть связаны общей логикой.

То же самое у Елены. Кто-то ищет «что такое нейросеть», кто-то — «как написать пост с помощью нейросети», кто-то — «промпты для статей», кто-то — «как сделать письмо через нейросеть».

Это разные вопросы, но они могут вести к одной системе: человек знакомится с темой, получает простое объяснение, забирает промпты, читает письма и потом видит подходящее решение.

Так статьи перестают быть хаотичными текстами. Они становятся дорожками, по которым люди приходят к Вашей системе.

Ещё один страх, который важно снять: «А если я напишу плохо?» На старте почти никто не пишет идеально. И это нормально. Первые статьи могут быть простыми, неровными, не такими красивыми, как хотелось бы.

Но если они отвечают на вопрос человека и написаны че-

ловеческим языком, они уже могут быть полезны.

Николай сказал: «Я, наверное, буду писать слишком просто». Елена ответила: «А может, это как раз хорошо? Мы ведь пишем для тех, кто ничего не понимает».

Это была правильная мысль. Для новичка простота — не недостаток. Простота — это ценность. Если человек пришёл в тему впервые, ему не нужны сложные конструкции. Ему нужно, чтобы кто-то наконец объяснил без умных слов.

Конечно, текст должен быть аккуратным. Нужно перечитывать, убрать лишнее, проверить, чтобы мысли шли по порядку. Но не стоит превращать каждую статью в многодневную пытку. Лучше опубликовать полезную первую версию, а потом улучшать её, чем бесконечно ждать идеального момента.

Елена предложила Николаю маленькое правило: «Одна статья — один вопрос». Николай добавил: «И один следующий шаг».

Получилась отличная формула: одна статья — один вопрос — одно понятное объяснение — один следующий шаг.

Именно по такой формуле может писать даже человек, который никогда раньше не считал себя автором. Не нужно начинать с огромной книги. Не нужно сразу писать двадцать статей.

Достаточно взять первый вопрос и ответить на него так, как Вы объяснили бы знакомому человеку за кухонным столом.

К вечеру Николай сделал то, что ещё утром казалось ему

невозможным. Он написал первый черновой план статьи. Не идеальный текст, не готовую публикацию, а план. Но это уже был настоящий шаг.

Елена тоже прислала ему свой план. В конце сообщения она добавила: «Кажется, я впервые поняла, что статья — это не про то, чтобы казаться умной. Это про то, чтобы человеку стало понятнее».

Николай ответил: «Вот это надо запомнить».

После того как Николай и Елена составили первые планы статей, они решили сделать ещё одно упражнение. Каждый должен был взять одну тему и объяснить её так, будто говорит с человеком, который вообще ничего не знает. Не с экспертом. Не с коллегой.

А с обычным знакомым за кухонным столом.

Николай выбрал хостинг. Сначала он написал: «Хостинг — это услуга размещения файлов сайта на сервере». Потом сам посмотрел на эту фразу и поморщился. Она была правильной, но звучала так, что новичок мог закрыть текст уже на первом предложении.

Он переписал проще: «Чтобы сайт открывался в интернете, он должен где-то храниться. Это место и называют хостингом. Можно представить его как помещение для Вашей интернет-мастерской».

Вот теперь смысл стал понятнее. Термин не исчез, но сначала появилось объяснение. Именно так и нужно вводить новые слова в книге и статьях: сначала образ, потом термин.

Елена проделала то же самое со словом «промпт». Сначала она написала: «Промпт — это запрос к нейросети». Потом добавила: «Если проще, это Ваша просьба. Чем точнее Вы объясните, что нужно сделать, тем лучше нейросеть поймёт задачу».

Эти маленькие переписывания очень важны. Они показывают, как обычный человек может делать текст понятнее. Не нужно обладать специальным талантом. Нужно просто смотреть на каждую фразу глазами новичка.

Николай и Елена даже придумали для себя проверку: если после предложения хочется спросить «а это что значит?», значит, нужно объяснить проще. Если в тексте появилось сложное слово, рядом должно быть человеческое объяснение.

Например, не просто «домен», а «домен — это адрес сайта, по которому человек сможет его найти». Не просто «подписка», а «подписка — это способ не потерять человека после первого визита».

Не просто «партнёрская программа», а «партнёрская программа — это когда Вам платят за рекомендацию клиента».

Так статья становится не набором терминов, а мостиком. Человек переходит от непонимания к ясности маленькими шагами.

Потом они разобрали ещё одну частую ошибку: начинать статью слишком издалека. Николай хотел начать материал про хостинг с истории развития интернета. Елена рассмея-

лась и сказала: «Человек пришёл выбрать хостинг, а Вы его отправляете в музей».

Она была права. В статье для новичка можно дать небольшой контекст, но не нужно уходить в длинные вступления, если человек пришёл с конкретным вопросом. Лучше сразу показать, что Вы понимаете его задачу.

Например: «Если Вы впервые делаете сайт, слово хостинг может звучать непонятно. Но на самом деле всё проще: сайту нужно место, где он будет храниться». Такое начало сразу попадает в состояние читателя.

Елена написала похожее начало для своей статьи: «Если Вы открыли нейросеть и не знаете, что туда писать, это нормально. Нейросеть не требует специальных слов. Ей нужно просто понятно объяснить задачу».

Они оба увидели разницу. Хорошее начало не пытается удивить. Оно успокаивает и говорит: «Я понимаю, где Вы сейчас находитесь». Для новичка это очень важно.

Дальше Николай и Елена составили простой список первых статей. Не на год вперёд, а всего на ближайший старт. Пять тем для Николая и пять тем для Елены.

У Николая получился такой список: что такое сайт простыми словами; что такое домен и хостинг; как выбрать хостинг для первого сайта; почему сайт сам по себе не зарабатывает; что написать на сайте в первую очередь.

У Елены список был другим: что такое нейросеть простыми словами; как задать первый вопрос нейросети; как напи-

сать текст с помощью нейросети; как попросить нейросеть объяснить проще; как использовать нейросеть для идей статей и писем.

Этот список стал для них очень важным. Он убрал ощущение пустоты. Когда есть пять первых тем, уже не нужно каждое утро мучительно думать, о чём писать. Достаточно взять следующую тему и ответить на вопрос.

Здесь полезно заметить: первые статьи должны быть связаны между собой. Если сегодня Вы пишете про сайт, завтра про рыбалку, послезавтра про похудение, а потом про кредиты, читатель не поймёт, в чём Ваша тема. Поисковые системы тоже будут хуже понимать, о чём Ваш сайт.

Но даже если не говорить о поисковых системах, для человека важен порядок. Он прочитал одну статью, затем вторую, затем третью и постепенно начинает видеть Вашу логику. Это уже похоже на обучение. А обучение рождает доверие.

Елена сказала: «Получается, статьи должны не просто существовать, а как будто вести человека по ступенькам».

Да. Именно так. Первая статья снимает самый общий страх. Вторая объясняет базовое понятие. Третья помогает сделать первый выбор. Четвёртая показывает ошибку. Пятая предлагает следующий шаг. Так из отдельных материалов начинает складываться маршрут.

Николай сравнил это с ремонтом. Если человек вообще не понимает, что случилось с машиной, сначала ему нужно

объяснить возможную причину. Потом показать, что можно проверить самому. Потом объяснить, когда уже нужен мастер.

Нельзя начинать с замены платы, если человек ещё не понял, как открыть фильтр.

В интернет-теме точно так же. Нельзя сразу говорить новичку «соберите воронку и монетизируйте трафик», если он ещё не понимает, что такое сайт и зачем нужна подписка. Сначала простые вопросы. Потом следующие шаги.

Отдельно они обсудили заголовки. Николай сначала писал заголовки сухо: «Хостинг». «Домен». «WordPress». Елена заметила, что такие заголовки ничего не обещают читателю. Человек не понимает, какую пользу получит.

Они начали переделывать. Вместо «Хостинг» — «Что такое хостинг и как выбрать его для первого сайта». Вместо «Домен» — «Домен простыми словами: как выбрать адрес для сайта». Вместо «Нейросеть» — «Что такое нейросеть и как задать ей первый вопрос».

Заголовок должен быть понятным обещанием ответа. Не обязательно кричащим. Не обязательно слишком рекламным. Главное — чтобы человек увидел свой вопрос и понял, что внутри будет ответ.

Елена предложила ещё одну проверку: если заголовок можно представить как вопрос читателя, он хороший. Например, человек спрашивает: «Как выбрать хостинг?» — статья отвечает. Человек спрашивает: «Как написать первый

текст?» — статья отвечает.

Потом они перешли к структуре самой статьи. Николай хотел писать как получится: сел и пошёл от начала до конца. Но быстро понял, что так легко уйти в сторону. Елена, как бухгалтер, предложила сначала сделать план.

План может быть очень простым. Первое: с какой проблемой пришёл человек. Второе: объяснение простыми словами. Третье: основные шаги или пункты. Четвёртое: пример. Пятое: что сделать дальше.

Для статьи про хостинг Николай написал такой план: почему без хостинга сайт не откроется; что такое хостинг на простом примере; какие параметры важны новичку; чего не нужно бояться; какой следующий шаг сделать.

Для статьи про первый запрос к нейросети Елена написала: почему у новичка может не получаться; что нейросеть ждёт от человека; пример плохого запроса; пример хорошего запроса; предложение скачать готовые промпты.

Такой план сразу показывает, где статья начинается и куда ведёт. Он защищает от хаоса. А ещё он помогает писать быстрее, потому что автор уже не смотрит на пустой лист.

Очень важно, чтобы в статье был пример. Без примера объяснение часто остаётся в воздухе. Николай понял, что почти каждую интернет-тему можно объяснить через бытовую аналогию. Хостинг — место для сайта. Домен — адрес. Статья — консультация. Подписка — оставленный контакт.

Письма — продолжение разговора.

Елена поняла, что нейросети тоже можно объяснять через простые сравнения. Промпт — просьба к помощнику. Черновик — заготовка, которую нужно проверить. Тон текста — манера разговора. Уточнение запроса — как если бы Вы попросили человека переделать работу понятнее.

Такие аналогии особенно важны для аудитории, которая раньше не сталкивалась с интернет-заработком. Человек может не знать маркетинговых терминов, но он понимает магазин, мастерскую, папку с документами, разговор с консультантом, адрес, маршрут и очередь.

Через эти образы можно объяснить почти всё.

В конце дня Николай и Елена сделали ещё один вывод. Если статья должна быть полезной, она не обязана сразу продавать. Наоборот, если в каждой статье с первых строк давить на покупку, доверие не появится. Сначала человек должен получить ответ.

Партнёрская рекомендация может быть в статье, но она должна быть уместной. Например, после объяснения хостинга логично дать ссылку на сервис, если человек уже понял, зачем он нужен. После объяснения промптов логично предложить инструмент или набор материалов.

Но если ссылка появляется раньше смысла, она выглядит чужой.

Это снова возвращает к главной системе. Статья — это не отдельный рекламный плакат. Она часть пути. Она помогает человеку сделать первый шаг, а потом мягко приглашает

дальше.

Николай записал в блокнот: «Не писать ради текста. Писать ради шага читателя». Елена написала рядом у себя: «После статьи человек должен стать спокойнее и понимать, что делать дальше».

Вот это и есть правильный результат хорошей статьи для новичка. Не обязательно, чтобы человек сразу купил. Сначала пусть поймёт, что Вы объясняете ясно. Пусть почувствует, что с Вами не страшно. Пусть сделает маленький шаг. Из таких шагов потом и строится доверие.

### **Если совсем просто**

Статья — это ответ на конкретный вопрос человека. Не лекция, не диссертация и не попытка показать себя экспертом. Хорошая статья помогает читателю разобраться в одной задаче и сделать следующий шаг.

### **Главная ошибка новичка**

Новичок часто пытается писать слишком широко и сложно. Например, не «как выбрать хостинг для первого сайта», а «всё про создание сайтов». Не «как написать первый текст с помощью нейросети», а «всё про нейросети».

Из-за этого текст расплывается, автор устаёт, а читатель не получает ясного ответа.

### **Что поняли Николай и Елена**

Николай понял, что статьи можно брать из вопросов таких же новичков, каким недавно был он сам. Елена поняла, что ей не нужно быть большим техническим экспертом, чтобы

объяснить первый шаг простыми словами.

Оба увидели, что статья — это входная дверь в систему, а не отдельный текст ради текста.

### **Что сделать сейчас**

Выпишите десять вопросов, которые может задать новичок в Вашей теме. Потом выберите один самый простой вопрос и составьте план статьи по схеме: вопрос, почему он важен, простое объяснение, пример из жизни, следующий шаг для читателя. Не пытайтесь написать обо всём сразу.

Начните с одного вопроса.

### **Вывод главы**

Статьи помогают людям находить Вас через свои вопросы. Чем проще и конкретнее Вы отвечаете, тем выше шанс, что человек дочитает, почувствует доверие и сделает следующий шаг.

В системе заработка статья работает как первая дверь: через неё человек входит в Вашу тему и начинает путь к решению.

## Глава 8. Трафик — это просто люди

Вечером Николай вернулся домой позже обычного. День выдался рабочий: сначала стиральная машина, потом холодильник, потом ещё один выезд, где клиент уверял, что техника «просто перестала слушаться». Николай устал, но привычно открыл ноутбук. За последние недели это стало почти ритуалом. Раньше после работы он мог включить телевизор и просто отдыхать. Теперь же ему было любопытно посмотреть, что происходит с его первой статьёй.

Статья уже была опубликована. Не идеальная, не блестящая, не такая, за которую дают литературные премии. Но она была настоящая. Николай написал её простыми словами: как новичку выбрать хостинг для первого сайта и не запутаться в тарифах. Он объяснил, что такое хостинг, зачем он нужен, почему не стоит сразу брать самый дорогой вариант и почему для первого сайта достаточно простого решения.

Он нажал на статистику и увидел цифру: семь посетителей.

Сначала Николай даже усмехнулся. Семь. Не семьсот. Не семь тысяч. Просто семь человек. В голове сразу появился привычный голос: «Ну и что это за результат? Ради семи человек сидел вечером, писал, проверял, правил?»

Он уже почти закрыл ноутбук, но остановился. Семь человек — это всё-таки не ноль. До этого его статьи вообще никто не читал, потому что этих статей не было. А теперь семь живых людей каким-то образом пришли на его страницу. Не соседи, не родственники, не случайные знакомые, которых он попросил посмотреть. Просто люди из интернета.

Николай написал Елене: «Лена, у меня сегодня семь посетителей. С одной стороны смешно. С другой — я вообще не понимаю, радоваться или расстраиваться».

Елена ответила не сразу. Видимо, тоже была после работы. Через полчаса пришло сообщение: «А почему смешно? Семь человек — это семь человек. Представь, что к тебе в мастерскую сегодня зашли семь незнакомых людей и спросили про ремонт. Ты бы сказал, что это ерунда?»

Николай задумался. В реальной жизни он бы точно не сказал, что это ерунда. Если бы в мастерскую зашли семь человек с вопросами, это уже был бы поток. Пусть небольшой, но поток. С кем-то можно поговорить, кому-то помочь, кто-то потом вернётся, кто-то посоветует знакомому. В интернете цифры почему-то казались холодными, почти пустыми. А Елена вернула их к нормальному человеческому смыслу.

«Наверное, ты права, — написал он. — Просто когда видишь цифру в статистике, не понимаешь, что за ней люди».

«Вот именно, — ответила Елена. — Мне кажется, трафик — это просто люди. Только в интернете мы почему-то называем их страшным словом».

Так Николай и Елена впервые по-настоящему подошли к теме трафика. До этого они уже слышали это слово много раз. В роликах говорили: нужен трафик. В статьях писали: без трафика нет продаж. На вебинарах показывали схемы: источники трафика, каналы трафика, целевой трафик. Но для новичка всё это звучало сухо и немного пугающе.

На самом деле трафик — это не сложный термин, а обычные люди, которые пришли к Вашему материалу. Они открыли статью, зашли на сайт, посмотрели страницу, перешли из социальной сети, нашли Вас через поиск или увидели ссылку в анонсе. Пока людей нет, система стоит без движения. Можно написать хорошие письма, подобрать партнёрские программы, сделать красивую страницу, но если никто не приходит, всё это похоже на магазин, который открылся в переулке без вывески и без прохожих.

Николай очень хорошо понял эту аналогию. За годы работы он видел, как многое зависит от потока людей. Если о мастере никто не знает, телефон молчит. Если есть рекомендации, объявления, постоянные клиенты, то звонки появляются. Интернет в этом смысле не такой уж другой. Только вместо физической улицы у Вас есть поисковые системы, социальные сети, комментарии, видео, статьи, рассылки и другие места, где люди могут впервые о Вас узнать.

Елена тоже нашла свою аналогию. В бухгалтерии всё строится на движении документов. Если документ не пришёл, его нельзя обработать. Если счёт не поступил, его нельзя опла-

тить. Если акт не передали, отчёт не сходится. Так и в системе заработка: если человек не пришёл, с ним невозможно продолжить путь. Нельзя подписать человека, который Вас не увидел. Нельзя выстроить доверие с тем, кто не прочитал ни одной строки. Нельзя рекомендовать решение тому, кто вообще не знает, что Вы существуете.

Поэтому трафик — это первый живой поток в системе. Но здесь важно сразу снять одну ошибку. Многие новички думают, что трафик — это просто цифры. Чем больше, тем лучше. Увидел сто просмотров — хорошо. Увидел тысячу — ещё лучше. Но не всё так просто. Важно не только количество людей, а то, какие это люди и зачем они пришли.

Представьте, что Николай написал статью про выбор хостинга для первого сайта, а к нему пришли люди, которым нужен ремонт холодильника. Посетители есть, но они пришли не за тем. Или Елена написала материал про простые промпты для нейросети, а к ней пришли люди, которые ищут бухгалтерскую отчётность. Формально трафик есть, но он не совпадает с темой. Такие люди могут быстро уйти, потому что не находят того, что искали.

Именно поэтому есть важное слово — целевой трафик. Но пугаться его не нужно. Целевой трафик — это просто люди, которым потенциально интересна Ваша тема. Если человек ищет, как создать сайт, и попадает к Николаю на статью про первый сайт, это целевой посетитель. Если человек боится нейросетей и ищет простую инструкцию, а попадает к

Елене на статью «как написать первый текст с помощью нейросети», это тоже целевой посетитель.

Трафик бывает разный. Кто-то приходит из поиска. Кто-то из социальной сети. Кто-то из комментария. Кто-то из Telegram. Кто-то из Дзена или VK. Кто-то по ссылке из письма. Кто-то увидел видео. Кто-то получил рекомендацию от знакомого. Но задача у всех этих источников одна: привести человека к первому контакту с Вашим материалом.

В этот момент Николай понял, что его семь посетителей — это не просто цифра, а первый слабый ручеёк. Пока маленький, почти незаметный, но настоящий. Если его усилить, он может стать стабильным потоком. А если не делать ничего, он может так и остаться случайной каплей.

На следующий день Николай решил посмотреть, откуда пришли эти семь человек. Он не понимал статистику глубоко, но увидел, что часть переходов была из поиска, а часть — из социальной сети, где он разместил короткий анонс. Анонс был простым: «Написал статью про выбор хостинга для новичка». Тогда он не думал, что это сработает. Но кто-то всё-таки перешёл.

Елена в этот же день посмотрела свои результаты. У неё была статья про первый текст с помощью нейросети. Она написала небольшой пост в социальной сети: «Если Вы давно хотели попробовать нейросеть, но не знали, с чего начать, я разобрала самый простой первый шаг». Переходов было немного, но люди задерживались на странице дольше, чем

она ожидала.

«Значит, важно не просто дать ссылку, — написала она Николаю, — а объяснить, зачем человеку переходить».

Николай ответил: «Получается, анонс — это как вывеска. Если вывеска непонятная, человек пройдёт мимо».

Это была очень точная мысль. Трафик не появляется только потому, что Вы опубликовали статью. Статья сама по себе может лежать на сайте и ждать, когда её кто-то найдёт. Иногда люди придут из поиска, но это не всегда происходит быстро. Поэтому на старте важно помогать статье получать первые переходы: делать анонсы, делиться ссылкой там, где это уместно, отвечать на вопросы, оставлять полезные комментарии, использовать социальные сети.

Но здесь снова нужна аккуратность. Помогать статье получать трафик — не значит спамить ссылками везде подряд. Новичок часто путает продвижение и навязчивость. Он нашёл свою статью и начинает вставлять ссылку в любые комментарии: «Заходите ко мне», «Читайте мой сайт», «Вот моя ссылка». Люди чувствуют это и проходят мимо. А иногда ещё и раздражаются.

Правильнее действовать иначе. Сначала польза, потом ссылка. Например, человек в комментариях спрашивает: «Какой хостинг выбрать для первого сайта?» Николай может коротко ответить по сути: «Для первого сайта не стоит сразу брать дорогой тариф. Важно, чтобы была простая установка WordPress, нормальная поддержка и понятная панель. Я

как раз расписал это простыми словами в статье, можете посмотреть». Здесь ссылка выглядит уместно, потому что она продолжает ответ.

То же самое у Елены. Если кто-то пишет: «Я открыл нейросеть и не понимаю, что ей писать», Елена может ответить: «Начните не со сложных команд, а с простой фразы: помогите мне составить план текста для такой-то темы. Я собрала несколько простых примеров для новичков». И дальше дать ссылку, если это уместно. Это уже не спам, а помощь.

Так Николай и Елена начали понимать важное правило: трафик приходит туда, где есть понятная причина прийти. Если Вы просто кричите: «Зайдите ко мне», человеку всё равно. Если Вы отвечаете на его вопрос, помогаете решить маленькую проблему и показываете продолжение, появляется интерес.

Для полного новичка очень важно не пытаться сразу освоить все источники трафика. Не нужно одновременно вести сайт, Telegram, VK, Дзен, YouTube, писать комментарии, запускать рекламу, делать короткие видео и ещё десять каналов. Так можно быстро устать и бросить. На старте лучше выбрать один-два простых источника и научиться работать с ними спокойно.

Например, Николай решил начать с поиска и социальной сети. Поиск — потому что его статьи отвечают на конкретные вопросы. Социальная сеть — потому что там он уже общался, писал комментарии и мог делиться материалами без

сложной настройки. Елена тоже выбрала социальную сеть и личные анонсы, потому что ей было проще писать короткие человеческие объяснения, чем сразу разбираться в рекламе.

Они договорились не гнаться за всем сразу. Николай будет публиковать статьи и делать к каждой 2–3 анонса. Елена будет писать посты через страхи новичков: «не знаю, что написать нейросети», «боюсь нажать не туда», «кажется, что это только для молодых». Так они не просто размещали ссылки, а говорили с людьми на языке их вопросов.

На этом месте читателю тоже важно остановиться и не торопиться. Если Вы раньше не занимались интернет-заработком, не нужно сразу думать о тысячах посетителей. Для начала достаточно понять, кто Ваш человек и где он может находиться. Он ищет ответы в Яндексe? Задаёт вопросы в комментариях? Читает тематические группы? Смотрит видео? Общается в чатах? Чем лучше Вы понимаете, где уже есть такие люди, тем проще привести их к своему материалу.

Трафик не существует отдельно от темы. Если тема выбрана слишком широко, трафик тоже будет размытым. Например, «заработок в интернете» — очень широкая тема. Туда входят фриланс, маркетплейсы, криптовалюта, инвестиции, партнёрки, блоги, нейросети, удалённая работа и многое другое. Новичку трудно понять, для кого он пишет. А вот «как новичку создать первый сайт на WordPress» уже конкретнее. «Как написать первый текст с помощью нейросети» тоже конкретнее. Конкретная тема притягивает более

понятных людей.

Николай заметил это на простом примере. Когда он написал общий пост «Хочу разобраться с заработком в интернете», почти никто не отреагировал. А когда написал: «Разобрал, как выбрать хостинг для первого сайта, если Вы вообще никогда этим не занимались», люди начали задавать вопросы. Один спросил, нужен ли домен сразу. Другой уточнил, можно ли сделать сайт без программиста. Третий написал, что давно хочет блог, но боится технической части.

Елена увидела то же самое. Общая фраза «нейросети помогают в работе» почти никого не зацепила. А пост «Что написать нейросети, если Вы открыли её впервые и не знаете, с какой фразы начать» дал первые комментарии. Люди узнавали себя. Им было не стыдно признаться, что они не понимают, с чего начать, потому что Елена сама говорила об этом простыми словами.

Здесь появляется ещё одно важное правило: хороший трафик часто начинается с хорошего вопроса. Если Вы отвечаете на вопрос, который реально есть у людей, им проще прийти. Если Вы пишете абстрактно, человеку сложнее понять, зачем ему это читать.

Допустим, Вы хотите писать про партнёрские программы. Можно написать: «Партнёрский маркетинг: обзор возможностей». Звучит серьёзно, но для новичка холодно. А можно написать: «Что делать с партнёрской ссылкой, если Вы получили её впервые». Вот это уже конкретный вопрос. Человек

узнаёт свою ситуацию и с большей вероятностью открывает материал.

Можно написать: «Как зарабатывать на сайте». А можно: «Почему сайт сам по себе не приносит деньги и что должно быть рядом с ним». Второй вариант сразу объясняет проблему. Можно написать: «Рассылка для бизнеса». А можно: «Зачем нужны письма, если человек уже прочитал статью». Чем ближе формулировка к реальному вопросу новичка, тем легче привлечь нужных людей.

Николай и Елена решили завести простую таблицу вопросов. Не сложную, без специальных сервисов. Просто обычный список. В одну колонку они записывали вопросы людей. Во вторую — возможную статью. В третью — где можно сделать анонс. В четвёртую — какой следующий шаг предложить читателю.

У Николая появились такие вопросы: «Нужен ли сайт новичку?», «Что такое хостинг?», «Можно ли создать сайт без программиста?», «Сколько стоит первый сайт?», «Почему сайт не приносит деньги сам по себе?» У Елены: «Что такое промпт?», «Что написать нейросети в первый раз?», «Можно ли с помощью нейросети писать статьи?», «Как не получить сухой текст?», «Зачем нейросети в заработке?»

Эта таблица помогла им увидеть, что трафик — это не случайность. Конечно, невозможно управлять каждым переходом. Но можно делать материалы, которые отвечают на вопросы, и показывать эти материалы там, где такие вопросы

уже задают.

Ещё один важный момент: на старте не стоит оценивать трафик только деньгами. Человек может прийти на статью и не купить ничего сразу. Это нормально. В первых главах Николай уже убедился, что одной ссылки мало. Теперь он понимал: трафик — это только вход. Человек пришёл, но дальше его нужно не потерять. Значит, после трафика в системе должен быть следующий шаг.

Елена сформулировала это особенно хорошо: «Если трафик — это люди, которые пришли в гости, то дальше надо хотя бы предложить им сесть, выпить чаю и продолжить разговор. А если они зашли, посмотрели и ушли, мы даже не узнали, кто это был».

Николай улыбнулся: «Получается, трафик без следующего шага — это как если клиент зашёл в мастерскую, спросил цену и ушёл, а я даже телефон не взял».

Эта мысль стала мостиком к следующей теме — подписке. Но прежде чем перейти к ней, Николай и Елена решили закрепить, что они поняли о трафике. Не нужно бояться этого слова. Не нужно сразу гнаться за тысячами. Не нужно думать, что трафик — это только платная реклама или сложные настройки. В самом начале трафик — это первые люди, которые нашли Ваш полезный материал.

И если эти люди пришли не случайно, если они увидели ответ на свой вопрос, если им стало чуть понятнее, значит, система начала дышать.

Позже вечером Николай открыл чистый лист и написал сверху: «Где могут быть мои люди?» Сначала он хотел написать: «езде». Но потом вспомнил, как сам искал информацию. Когда ему нужно было разобраться с каким-то инструментом, он не шёл «езде». Он набирал конкретный вопрос в поиске, смотрел несколько статей, иногда читал комментарии, иногда открывал видео. Значит, и его будущие читатели будут вести себя похоже.

Он представил мужчину своего возраста, который решил сделать сайт для маленького дела, блога или своего увлечения. Такой человек может написать в поиске: «как сделать сайт самому», «сколько стоит сайт на WordPress», «нужен ли хостинг для сайта», «что такое домен простыми словами». Эти вопросы уже были дорожками, по которым человек мог прийти к статье Николая.

Елена в это же время сделала похожее упражнение для своей темы. Она представила женщину, которая слышала про нейросети, но не понимает, с чего начать. Такая женщина может писать: «как пользоваться нейросетью новичку», «что написать ChatGPT», «как сделать текст с помощью нейросети», «нейросети для работы простыми словами». Елена впервые увидела не абстрактную аудиторию, а конкретного человека с конкретной фразой в голове.

Это упражнение оказалось очень полезным. Пока Вы думаете «мне нужен трафик», всё звучит туманно. Но когда Вы пишете конкретные вопросы людей, сразу становится понят-

нее, какие статьи нужны, какие анонсы можно сделать, какие слова использовать и куда вести человека дальше.

Николай заметил ещё одну вещь. Если человек спрашивает «что такое хостинг», ему рано сразу предлагать сложный тариф или продвинутую настройку. Он только разбирается. Значит, статья должна быть простой, а следующий шаг после статьи тоже простой. Если же человек спрашивает «какой хостинг выбрать для WordPress», он уже чуть ближе к действию. Ему можно дать более конкретную рекомендацию. То есть разные вопросы показывают разную степень готовности человека.

Елена сказала: «Получается, вопрос человека показывает, где он находится на дороге». Николай согласился. Кто-то стоит в самом начале и спрашивает: «что это вообще такое?» Кто-то уже сделал первый шаг и спрашивает: «как выбрать?» Кто-то почти готов действовать и спрашивает: «какой вариант лучше?» Если понимать это, материалы становятся точнее.

Для новичка это очень важное открытие. Не все посетители одинаково готовы к покупке или подписке. Один человек просто интересуется темой. Другой уже ищет инструкцию. Третий выбирает инструмент. Четвёртый готов нажать кнопку, но боится ошибиться. Поэтому не нужно требовать от каждого посетителя немедленной покупки. Нужно понимать, на каком этапе он находится, и давать ему подходящий следующий шаг.

Когда Николай это понял, он перестал злиться на тех, кто просто прочитал и ушёл. Возможно, человек был ещё не готов. Возможно, ему нужно было сначала понять базу. Возможно, он вернётся позже через другую статью. А возможно, если рядом будет подписка, он оставит контакт и продолжит путь уже не случайно, а вместе с автором.

Елена предложила разделить будущие материалы на три простые группы. Первая группа — для тех, кто вообще не понимает тему. Вторая — для тех, кто уже хочет попробовать. Третья — для тех, кто выбирает конкретное решение. У Николая это выглядело так: «Что такое сайт простыми словами», «Как выбрать хостинг», «Какой хостинг подойдёт новичку». У Елены: «Что такое нейросеть», «Как написать первый запрос», «Какие инструменты помогут писать тексты быстрее».

Так у них появилась простая лестница трафика. Сначала человек читает самый простой материал. Потом переходит к более практическому. Потом видит рекомендацию или подписывается, чтобы разобраться дальше. Это уже не хаотичный набор статей, а маршрут.

Николай сравнил это с ремонтом техники. Если человек звонит и говорит: «машина не включается», мастер не начинает сразу с замены платы. Он задаёт вопросы: есть ли электричество, горит ли индикатор, слышен ли звук, закрыта ли дверца. Сначала простое, потом сложнее. В интернет-системе так же: сначала нужно понять уровень человека и не пе-

регружать его тем, к чему он ещё не готов.

Елена сравнила это с бухгалтерским обучением. Новому сотруднику не дают сразу годовой отчёт. Сначала объясняют, где лежат документы, как подписывать первичку, как не путать счета. Если начать с самого сложного, человек испугается. Если идти по шагам, он постепенно входит в систему. Именно так и нужно вести читателя.

После этого они договорились: каждая новая статья должна отвечать на один вопрос и иметь один понятный следующий шаг. Не пять разных кнопок, не десять ссылок, не хаос из предложений, а один главный маршрут. Человек прочитал — понял, что делать дальше.

Это правило особенно важно для людей, которые раньше не сталкивались с интернет-заработком. Когда на странице слишком много всего, новичок теряется. Ему предлагают подписаться, купить, посмотреть видео, перейти в Telegram, скачать ещё один файл, прочитать десять статей. В итоге он не делает ничего. Поэтому на старте лучше простота: один материал — один следующий шаг.

Николай посмотрел на свою статью и увидел, что в конце у него пока ничего нет. Просто текст закончился. Человек прочитал и остался один. Николай добавил в конце спокойную фразу: «Если Вы хотите понять, что подготовить перед созданием первого сайта, я сделал простой чек-лист для новичка». Пока чек-лист ещё не был подключён технически, но смысл следующего шага уже появился.

Елена сделала то же самое. В конце статьи она написала: «Если Вы открыли нейросеть и не знаете, что ей написать, начните с готовых простых фраз. Я собрала 10 промптов, которые можно использовать как первый шаг». Она увидела, что статья стала не тупиком, а дверью дальше.

Именно в этот момент трафик перестал быть для них отдельной цифрой. Он стал началом движения. Пришёл человек. Прочитал. Узнал себя. Получил пользу. Увидел следующий шаг. Вот тогда даже небольшое количество посетителей начинает иметь смысл.

Вечером они договорились сделать маленький эксперимент. В течение недели Николай должен был не просто ждать, когда поисковик сам найдёт его статью, а аккуратно показать её в трёх местах, где это выглядело уместно. Не раскидать ссылку по всем группам, а именно найти разговоры, где люди уже спрашивали про первый сайт, хостинг или WordPress.

Елена решила сделать то же самое со своей статьёй. Она нашла несколько обсуждений, где люди писали, что пробовали нейросеть, но получили странный текст. Вместо того чтобы сразу бросать ссылку, она сначала отвечала по сути: объясняла, что нейросети нужно давать контекст, задачу и пример желаемого результата. И только потом добавляла, что у неё есть простой материал для первого шага.

Через несколько дней они увидели разницу. Переходов всё ещё было немного, но эти переходы были качествен-

нее. Люди читали дольше, задавали вопросы, кто-то сохранял страницу. Елена получила комментарий: «Спасибо, наконец-то объяснили не для программистов». Николай получил вопрос: «А если я хочу сайт не для бизнеса, а просто для своих заметок, мне тоже нужен хостинг?» Это были маленькие сигналы, что они попали в нужных людей.

Николай сказал: «Теперь я понял, почему нельзя просто гнать трафик. Мне нужны не толпы, а те, кому это действительно надо». Елена ответила: «Да. И, наверное, наша задача не в том, чтобы поймать всех подряд, а в том, чтобы наш человек узнал себя и сказал: вот это про меня».

Так они подошли к ещё одной простой мысли: трафик начинается не только с источника, но и с языка. Если Вы пишете слишком умно, новичок может пройти мимо, даже если тема ему подходит. Он увидит знакомые слова, но подача будет чужой. Поэтому Николай и Елена старались писать так, как говорили бы с человеком за столом: без высокомерия, без сложных терминов, без ощущения, что читатель должен уже всё знать.

Эта простота не делает материал слабым. Наоборот, она помогает человеку войти в тему. Сложно написать просто. Гораздо легче спрятаться за словами «монетизация», «каналы привлечения», «конверсия» и «воронка». Но если перед Вами новичок, сначала лучше сказать: люди приходят, читают, оставляют контакт, получают письма, видят рекомендацию. А уже потом можно объяснять термины.

Поэтому в конце недели Николай и Елена сделали первый общий вывод: трафик — это не отдельная гонка за цифрами. Это начало отношений с людьми. И чем понятнее Вы говорите с этими людьми, тем выше шанс, что они не просто зайдут, но и сделают следующий шаг.

**Если совсем просто** трафик — это люди, которые пришли к Вашему материалу. Не цифры ради цифр, а живые посетители со своими вопросами, страхами и задачами. Если к Вам никто не приходит, система не запускается. Если приходят не те люди, результата тоже может не быть. Поэтому важно не просто получить просмотры, а привести людей, которым действительно интересна Ваша тема.

**Главная ошибка новичка** думать, что любой трафик одинаково полезен. Новичок может радоваться большим цифрам, но если эти люди не интересуются темой, не читают материал и не делают следующий шаг, такие просмотры почти ничего не дают. Гораздо лучше 30 целевых посетителей, которым нужна Ваша тема, чем 300 случайных людей, которые сразу закрыли страницу.

**Что поняли Николай и Елена** Николай понял, что семь посетителей — это не смешная цифра, а первые живые люди, которые нашли его материал. Елена поняла, что анонс должен говорить не о том, что автор что-то написал, а о том, какую проблему читатель сможет решить. Оба увидели: трафик начинается с вопроса человека и полезного ответа.

**Что сделать сейчас** возьмите свою тему и выпишите ми-

нимум 10 вопросов, которые может задать новичок. Потом рядом с каждым вопросом напишите, где такой человек может искать ответ: в поиске, социальной сети, комментариях, тематической группе, видео, Telegram или другом месте. Это будет первая простая карта Вашего будущего трафика.

**Вывод главы** трафик — это не магия и не страшный маркетинговый термин. Это люди, которые приходят к Вам за ответом. Ваша задача — понять, какие вопросы у этих людей уже есть, подготовить полезные материалы и показать им понятный путь дальше.

## **Глава 9. Подписка — это способ не потерять человека**

На следующий день Николай снова открыл статистику. Посетителей стало чуть больше. Не настолько, чтобы прыгать от радости, но уже не семь. Статья начала получать первые переходы. Он даже почувствовал лёгкую гордость. Всё-таки люди приходили. Значит, не зря он писал, не зря сидел вечером, не зря спорил с собой, стоит ли вообще всё это начинать.

Но радость быстро сменилась новым вопросом. Люди приходили, читали и уходили. Николай видел цифры, но не знал, кто эти люди. Не мог им написать. Не мог спросить, помогла ли статья. Не мог предложить им следующий материал. Не мог объяснить, что дальше делать с сайтом. Он словно видел следы на снегу возле мастерской, но самих людей уже не было.

Он написал Елене: «Похоже, с трафиком стало чуть понятнее. Люди пришли. Но что дальше? Они почитали и ушли. И я ничего не могу с этим сделать».

Елена ответила почти сразу: «Вот и у меня так же. На статью про первый текст с нейросетью люди заходят. Но я не понимаю, как продолжить с ними разговор. Получается, мы их встретили, но не познакомились».

Эта фраза очень точно описывала ситуацию. Человек пришёл, посмотрел, может быть, даже получил пользу, но потом закрыл страницу. Возможно, он вернётся. Но скорее всего нет. Он отвлечётся, забудет название сайта, потеряет ссылку, переключится на другое дело. В интернете это происходит постоянно. Человек может искренне заинтересоваться, но через минуту ему позвонят, придёт сообщение, откроется другая вкладка, и всё — контакт потерян.

В реальной жизни Николай понимал это прекрасно. Если клиент позвонил по ремонту, но мастер не записал номер, не уточнил адрес и не договорился о времени, клиент может уйти к другому. Даже если разговор был хороший. Даже если мастер всё объяснил грамотно. Без контакта продолжения нет.

Елена сравнила это со своей бухгалтерией. Если человек принёс документ, но его не зарегистрировали, потом трудно доказать, что он вообще был. Документ может потеряться, уйти не туда, остаться без движения. Поэтому в любой нормальной системе важна фиксация контакта или события. В интернет-заработке подписка выполняет похожую роль: она помогает не потерять человека после первого касания.

Слово «подписка» тоже часто пугает новичков. У кого-то оно вызывает ассоциации с навязчивыми рассылками. Кто-то думает про спам. Кто-то представляет сложные сервисы, формы, базы, какие-то настройки. Но если убрать техническую оболочку, подписка — это просто способ продолжить

разговор с человеком, которому уже стала интересна Ваша тема.

Человек пришёл на статью. Прочитал. Получил пользу. И в этот момент Вы можете предложить ему следующий маленький шаг. Не сразу покупку. Не давление. Не «оставьте контакты, потому что нам так надо». А нормальное продолжение: заберите чек-лист, получите инструкцию, скачайте список, возьмите примеры, подпишитесь на серию уроков, чтобы спокойно разобраться дальше.

Вот в этом смысл подписки. Она переводит случайного посетителя в Вашу аудиторию. Пока человек просто зашёл на страницу, Вы не можете с ним общаться дальше. Когда он оставил email, подписался в бот, вступил в канал или получил материал через форму, у Вас появляется возможность продолжить разговор.

Николай сначала отнёсся к этому настороженно. «Лена, а это не будет выглядеть так, будто мы выпрашиваем контакты?» — спросил он. Елена задумалась. Ей самой не нравились формы, где без объяснения просили оставить телефон или почту. Она не хотела делать так же. Но потом она сформулировала очень важную мысль: «Если мы просто просим контакт, это может выглядеть странно. А если человек получает за это полезный материал, который помогает ему сделать следующий шаг, это уже нормальный обмен».

Именно так нужно смотреть на подписку. Не как на хитрость, не как на сбор адресов любой ценой, не как на техни-

ческую галочку. Подписка должна быть честным обменом. Человек оставляет возможность связаться с ним, а Вы даёте ему понятную пользу.

Например, Николай написал статью про выбор хостинга для первого сайта. Какой следующий шаг может быть у читателя? Скорее всего, человек хочет не просто прочитать статью, а понять, что ему конкретно подготовить перед созданием сайта. Ему нужен простой список: домен, хостинг, тема сайта, несколько страниц, базовые настройки. Значит, Николай может предложить чек-лист «Что подготовить перед созданием первого сайта». Это логично продолжает статью.

Елена написала статью про первый текст с помощью нейросети. Какой следующий шаг у читателя? Ему нужны примеры фраз, которые можно написать нейросети, чтобы получить не сухую кашу, а нормальный черновик. Значит, Елена может предложить PDF «10 простых промптов для новичка». Это тоже логично продолжает материал.

Вот здесь появляется важное правило: подписка должна быть связана с темой, по которой человек пришёл. Если человек читает про создание сайта, ему странно предлагать PDF про семейный бюджет или подборку рецептов. Если он читает про нейросети, ему не нужен чек-лист по ремонту стиральной машины. Предложение должно продолжать интерес, который уже появился.

Новички часто делают одну ошибку: ставят на сайт форму «Подпишитесь на новости». Сама по себе такая фраза почти

не работает. Почему человек должен подписываться на новости незнакомого сайта? Что он получит? Какие новости? Как часто? Зачем ему это сейчас? Для автора всё понятно: он хочет собрать подписчиков. Для читателя — нет.

Гораздо лучше говорить конкретно. Не «подпишитесь на новости», а «заберите чек-лист запуска первого сайта». Не «получайте обновления», а «получите 10 простых промптов для первого текста». Не «оставьте email», а «скачайте список ошибок, из-за которых партнёрская ссылка не приносит продаж». Чем понятнее польза, тем легче человеку сделать шаг.

Николай начал набрасывать свой чек-лист. Сначала он хотел сделать большой документ страниц на тридцать. Ему казалось, что если материал будет маленьким, люди не оценят. Он уже открыл файл и написал заголовок: «Полное руководство по созданию сайта с нуля». Потом остановился. Полное руководство — это опять сложно. Если человек только что прочитал первую статью, ему не нужно сразу тридцать страниц. Ему нужен простой следующий шаг.

Елена помогла ему упростить. Она сказала: «Николай, представь клиента, который впервые спрашивает тебя про ремонт стиральной машины. Ты же не читаешь ему лекцию на два часа о всех видах двигателей. Ты сначала говоришь: проверьте розетку, посмотрите, есть ли вода, не забит ли фильтр. То есть даёшь первый понятный список».

Николай рассмеялся. Сравнение было точным. Он сде-

лал чек-лист на несколько страниц. В нём были простые пункты: выбрать тему сайта, придумать название, понять, зачем сайт нужен, выбрать домен, выбрать хостинг, установить WordPress, подготовить первую страницу, написать первую статью. Не идеально, зато понятно.

Елена тоже сначала хотела сделать большой сборник промптов. Пятьдесят, а лучше сто. Потом поняла, что новичка это только перегрузит. Если человек боится открыть нейросеть, ему не нужен огромный справочник. Ему нужны несколько простых фраз, которые можно сразу скопировать, подставить свою тему и увидеть результат. Она оставила десять промптов и к каждому добавила короткое пояснение человеческим языком.

# 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.