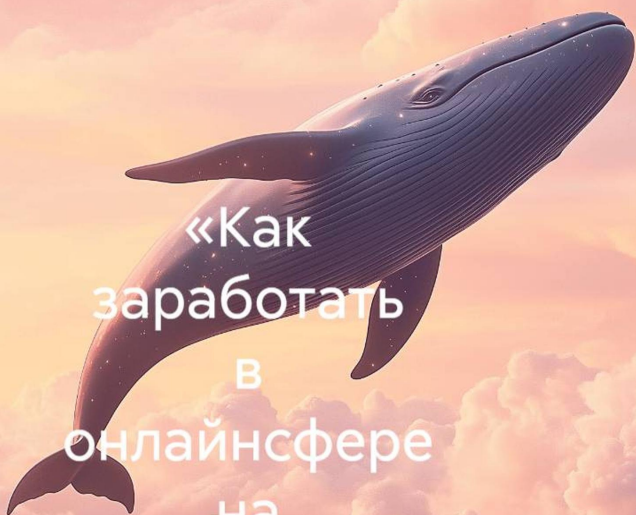


Анастасия Лебедева



«Как
заработать
в
онлайнсфере
на
UGCкреаторстве:
от

Анастасия Лебедева

«Как заработать в онлайнсфере на UGСкреаторстве: от первых роликов до стабильного дохода»

<https://litres.ru/74098631>

SelfPub; 2026

Аннотация

«Как заработать в онлайнсфере на UGСкреаторстве: от первых роликов до стабильного дохода»

Эта книга — практический путеводитель для тех, кто хочет превратить съёмку коротких видео и создание контента в реальный источник дохода. Она особенно подойдёт тем, кому важна гибкость и возможность работать в удобном ритме: молодым мамам, начинающим авторам и всем, кто ищет способ зарабатывать онлайн без жёсткого графика и дорогого оборудования.

В книге нет абстрактных теорий и пустых обещаний «быстрых денег». Вместо этого — пошаговые инструкции, которые можно применять сразу: как выбрать нишу, где искать первые заказы, как снимать и монтировать ролики на смартфоне, как договариваться с брендами и правильно оформлять доход. Вы узнаете, какие

форматы UGC (пользовательского контента) сейчас наиболее востребованы, как собрать портфолио даже без подписчиков и как превратить разовые проекты в стабильную загрузку.

Содержание

Глава	5
Введение: что такое UGC и почему это сейчас работает	6
Глава 1. С чего начать: ниша, позиционирование, упаковка	7
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Анастасия Лебедева
«Как заработать
в онлайнсфере на
UGСкреаторстве: от
первых роликов до
стабильного дохода»

Глава

Введение: что такое UGC и почему это сейчас работает

UGC (User Generated Content) — это контент, который создают обычные люди, а не штатные маркетологи брендов. Это сторис, рилсы, короткие видео, обзоры, распаковки, «живые» посты с реальной реакцией. Бренды любят UGC, потому что он выглядит честно: люди верят обычному человеку больше, чем глянцевой рекламе.

Для тебя как для мамы, которая ищет гибкий доход и не хочет уходить в жёсткие графики, UGC — отличный вариант. Ты можешь снимать, когда ребёнок спит или играет рядом, монтировать в телефоне, а зарабатывать — на партнёрах, интеграциях и прямых заказах.

Почему сейчас хорошее время:

Алгоритмы любят «человечность». Неидеальный свет, живой голос, настоящие эмоции — это плюс, а не минус.

Бренды ищут микроинфлюенсеров. Им не нужен миллион подписчиков, им нужна вовлечённая аудитория и релевантный контент.

Много площадок. Если одна лента проседает, можно перераспределить усилия на другую.

Глава 1. С чего начать: ниша, позиционирование, упаковка

Выбери нишу, где ты уже «в теме»

Не обязательно быть экспертом, достаточно быть заинтересованным пользователем. Для тебя могут отлично зайти такие связки:

Быт, семья, воспитание. «День с ребёнком», «как я успеваю всё за 2 часа», «бюджетные лайфхаки для дома».

Страхование и финансы (если актуально). «Что реально покрывает страховка», «разбор мифов», «как не переплатить».

Красота и уход. «Бюджетный уход», «что реально работает», «честные обзоры».

Еда и быстрые рецепты. «Ужин за 30 минут», «меню на неделю», «что приготовить, когда нет сил».

Формула позиционирования: «Я помогаю [кому] решить [какую проблему] с помощью [своего подхода]». Пример: «Я помогаю молодым мамам находить простые и бюджетные решения для дома и быта, без перегруза и сложных схем».

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.