

100 СПОСОБОВ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ОНЛАЙН

КАК ПРЕВРАТИТЬ ПРОСМОТРЫ, ПОДПИСЧИКОВ
И ЗАЯВКИ В РЕАЛЬНЫЕ ПОКУПКИ

БОЛЬШЕ
ПРОДАЖ
БЕЗ БОЛЬШИХ
ВЛОЖЕНИЙ



- ✓ КОНВЕРСИЯ И СТА
- ✓ ПСИХОЛОГИЯ ПРОД
- ✓ ПРИМЕРЫ И ШАБЛО
- ✓ ГОТОВЫЕ ЧЕК-ЛИСТ
- ✓ УВЕЛИЧЕНИЕ СРЕДН
- ✓ ВОЗВРАЩАЮЩИЕСЯ
- ✓ ПОКУПАТЕЛИ
- ✓ И МНОГОЕ ДРУГОЕ

Больше
чем идеи —
реальные
результаты



Sales Plan:

- ☑ More traffic
- ☑ More conversions
- ☑ More sales
- ☑ More freedom



ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

Виктория Кабанец

**100 СПОСОБОВ УВЕЛИЧИТЬ
ПРОДАЖИ ОНЛАЙН**

«Автор»

2026

Кабанец В. В.

**100 СПОСОБОВ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ОНЛАЙН /
В. В. Кабанец — «Автор», 2026**

Просмотры есть, подписчики есть, заявки приходят — но продаж всё равно мало? Эта книга собрала 100 практических способов повысить конверсию и увеличить онлайн-продажи без постоянного увеличения рекламного бюджета. Вы узнаете, как усилить предложение, улучшить карточку продукта, повысить воспринимаемую ценность, использовать отзывы и социальное доказательство, убрать сомнения покупателя, сделать СТА понятнее, улучшить checkout, применять upsell и cross-sell, возвращать тёплых клиентов и стимулировать повторные покупки. Для каждого способа объясняется, что именно изменить, зачем это нужно, какой первый тест провести и каких ошибок избегать. В конце книги — быстрая проверка конверсии, 30-дневный план роста продаж, основные метрики и практические эксперименты для следующего месяца. Книга подойдёт владельцам онлайн-бизнеса, фрилансерам, авторам цифровых продуктов, экспертам и продавцам на маркетплейсах.

© Кабанец В. В., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Перед началом: проблема не всегда в трафике	6
Как использовать 100 способов	7
1. Оффер и ясность предложения	8
1. Сформулируйте один главный результат	8
2. Сделайте аудиторию конкретнее	9
3. Укажите проблему в первых строках	10
4. Покажите формат продукта	11
5. Объясните, что внутри	12
6. Уберите лишние обещания	13
7. Добавьте кому НЕ подходит	14
8. Сделайте предложение одним предложением	15
9. Подчеркните скорость получения ценности	16
10. Свяжите продукт с конкретным сценарием	17
2. Заголовки, обложки и первое впечатление	18
11. Сделайте заголовок проблемным или результатным	18
12. Упростите обложку	19
13. Покажите продукт на превью	20
14. Первое изображение = главный результат	21
15. Используйте читаемый контраст	22
16. Сделайте второе изображение «что внутри»	23
17. Добавьте визуальный before/after	24
18. Покажите масштаб	25
19. Проверьте миниатюру	26
20. Сделайте серию визуально узнаваемой	27
3. Цена и воспринимаемая ценность	28
21. Сравните цену с результатом	28
22. Протестируйте более низкий вход	29
23. Создайте premium bundle	30
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Виктория Кабанец

100 СПОСОБОВ УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ОНЛАЙН

100 СПОСОБОВ

УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ ОНЛАЙН

Как превратить просмотры, подписчиков и заявки в реальные покупки

**100 практических улучшений • оффер • доверие • цена • СТА • follow-up •
повторные продажи**

Виктория Кабанец

© Виктория Кабанец, 2026

Перед началом: проблема не всегда в трафике

Если люди уже видят ваш продукт, переходят на страницу, сохраняют публикации, задают вопросы или добавляют товар в избранное, но покупок мало, проблема может находиться не в количестве трафика, а в конверсии. Покупатель дошёл до вас — но что-то помешало ему сказать «да».

Конверсия складывается из десятков небольших деталей: ясность предложения, цена, доказательства, удобство покупки, качество превью, работа с возражениями, скорость ответа, доверие, СТА и то, что происходит после первого интереса.

Больше просмотров не исправят слабое предложение. Сначала улучшайте путь от интереса к покупке.

Эта книга — не список манипуляций. Цель не заставить человека купить то, что ему не нужно, а убрать ненужное трение и понятнее показать ценность. Выберите 5–10 способов, протестируйте их по одному и измеряйте результат.

Как использовать 100 способов

Не меняйте одновременно цену, обложку, описание и СТА — иначе не поймёте, что сработало.

Начинайте с самых заметных точек: заголовок, первое изображение, оффер, цена, доверие, checkout.

Сравнивайте одинаковые периоды и похожий объём трафика.

Не делайте вывод по двум кликам. Собирайте достаточно данных для вашей площадки и объёма трафика.

Если продукт никто не хочет, оптимизация страницы не заменит спрос.

1. Оффер и ясность предложения

1. Сформулируйте один главный результат

Что изменить: уберите длинное описание и скажите, что покупатель получает в итоге.

Пример: «30-дневный план контента» вместо «полезный набор материалов».

Типичная ошибка: перечислять функции без результата.

2. Сделайте аудиторию конкретнее

Что изменить: покажите, кому продукт подходит лучше всего. **Пример:** «для начинающих Etsy-продавцов».

Типичная ошибка: пытаться быть полезным всем.

3. Укажите проблему в первых строках

Что изменить: покупатель должен сразу узнать свою ситуацию. **Пример:** «Есть просмотры, но нет продаж?».

Типичная ошибка: начинать с истории автора.

4. Покажите формат продукта

Что изменить: назовите, что человек реально скачает или получит. **Пример:** PDF + spreadsheet + checklist.

Типичная ошибка: оставлять формат непонятным.

5. Объясните, что внутри

Что изменить: дайте конкретный список разделов или файлов. **Пример:** «10 шаблонов, 30 идей, 1 трекер».

Типичная ошибка: писать «много бонусов».

6. Уберите лишние обещания

Что изменить: оставьте только то, что можно честно поддержать. **Пример:** сосредоточьтесь на одном измеримом результате.

Типичная ошибка: обещать гарантированный доход.

7. Добавьте кому НЕ подходит

Что изменить: это повышает доверие и снижает ошибочные покупки. **Пример:** «не для тех, кто ищет готовый трафик».

Типичная ошибка: продавать любой ценой.

8. Сделайте предложение одним предложением

Что изменить: если оффер нельзя быстро повторить, он слишком сложный. **Пример:** «Помогаю X получить Y с помощью Z».

Типичная ошибка: 5 разных офферов сразу.

9. Подчеркните скорость получения ценности

Что изменить: покажите, когда человек сможет начать использовать продукт. **Пример:** «скачайте и начните сегодня».

Типичная ошибка: обещать мгновенный результат там, где нужен труд.

10. Свяжите продукт с конкретным сценарием

Что изменить: покажите момент использования. **Пример:** «откройте этот чек-лист перед публикацией листинга».

Типичная ошибка: оставлять применение абстрактным.

2. Заголовки, обложки и первое впечатление

11. Сделайте заголовок проблемным или результатным

Что изменить: первые слова должны объяснять ценность. **Пример:** «Как получить первые 10 клиентов».

Типичная ошибка: красивый, но пустой заголовок.

12. Упростите обложку

Что изменить: одна сильная идея лучше 12 мелких надписей. **Пример:** крупный title + 1 подзаголовок.

Типичная ошибка: перегружать мелким текстом.

13. Покажите продукт на превью

Что изменить: используйте москит или реальные страницы. **Пример:** 3–5 внутренних разворотов.

Типичная ошибка: только красивая обложка.

14. Первое изображение = главный результат

Что изменить: первый кадр должен продавать сам. **Пример:** результат + формат + кому подходит.

Типичная ошибка: декор без смысла.

15. Используйте читаемый контраст

Что изменить: текст должен читаться на телефоне. **Пример:** крупные буквы, чистый фон.

Типичная ошибка: тонкий текст на фото.

16. Сделайте второе изображение «что внутри»

Что изменить: снизьте неопределённость. **Пример:** список файлов/глав.

Типичная ошибка: повторять первую обложку.

17. Добавьте визуальный before/after

Что изменить: покажите изменение состояния или процесса. **Пример:** хаос → система.

Типичная ошибка: фальшивые финансовые результаты.

18. Покажите масштаб

Что изменить: числа работают, когда они реальны. **Пример:** 100 идей, 30 дней, 50 шаблонов.

Типичная ошибка: случайные большие цифры.

19. Проверьте миниатюру

Что изменить: обложка должна работать в маленьком размере. **Пример:** уменьшите до размера карточки.

Типичная ошибка: оценивать только на большом экране.

20. Сделайте серию визуально узнаваемой

Что изменить: похожие книги могут усиливать друг друга. **Пример:** единый стиль серии.

Типичная ошибка: делать все обложки идентичными.

3. Цена и воспринимаемая ценность

21. Сравните цену с результатом

Что изменить: покупатель оценивает не страницы, а полезность. **Пример:** дороже, если продукт экономит много времени.

Типичная ошибка: назначать цену только по объёму.

22. Протестируйте более низкий вход

Что изменить: для неизвестного автора низкий риск может помочь первой покупке.

Пример: 299 вместо 599 для теста.

Типичная ошибка: постоянно демпинговать.

23. Создайте premium bundle

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.