

Email-маркетинг с нуля

Как собрать базу подписчиков
и превратить письма в продажи



Виктория Кабанец

Виктория Кабанец

Email-маркетинг с нуля

«Автор»

2026

Кабанец В. В.

Email-маркетинг с нуля / В. В. Кабанец — «Автор», 2026

Социальные сети постоянно меняют алгоритмы: охваты падают, публикации видит всё меньше людей, а аккаунт может быть заблокирован. Собственная база подписчиков позволяет сохранить прямой контакт с аудиторией и не зависеть только от чужих платформ. «Email-маркетинг с нуля» — практическое руководство для предпринимателей, экспертов, блогеров, фрилансеров и создателей цифровых продуктов. Вы узнаете, как определить целевую аудиторию, создать полезный лид-магнит, оформить страницу подписки и превратить нового подписчика в заинтересованного покупателя. Книга поможет написать приветственную серию писем, повысить открываемость рассылок, продавать без давления и спама, сегментировать аудиторию и анализировать результаты. Внутри — готовые шаблоны писем, идеи для контента, примеры продающих сообщений и пошаговый план запуска email-рассылки на 30 дней.

© Кабанец В. В., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Содержание	6
Введение. Почему база подписчиков важнее количества подписчиков в соцсетях	7
1. Что такое email маркетинг и как он приносит деньги	8
Путь подписчика	9
Минимальная рабочая воронка	10
2. Кому вы пишете: портрет читателя и одно главное предложение	11
Практический портрет читателя	12
Формула главного обещания	13
3. Лид магнит, который действительно нужен людям	14
Признаки сильного лид магнита	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Виктория Кабанец

Email-маркетинг с нуля

EMAIL МАРКЕТИНГ С НУЛЯ

Как собрать базу подписчиков и превратить письма в продажи

Практическое руководство с примерами писем, шаблонами и планом на 30 дней

Виктория Кабанец
2026

Содержание

Введение. Почему база подписчиков важнее количества подписчиков в соцсетях

1. Что такое email маркетинг и как он приносит деньги
2. Кому вы пишете: портрет читателя и одно главное предложение
3. Лид магнит, который действительно нужен людям
4. Страница подписки и честное обещание
5. Техническая основа без лишней сложности
6. Приветственная серия из семи писем
7. Письма, которые открывают и читают
8. Продажи без давления и спама
9. Контент план на месяц
10. Сегментация и персонализация
11. Аналитика и улучшение результатов
12. Ошибки, из за которых база молчит
13. Готовые шаблоны писем
14. План запуска на 30 дней

Заключение. Ваша система регулярных продаж

Введение. Почему база подписчиков важнее количества подписчиков в соцсетях

Социальные сети дают охваты, но не дают вам контроля. Алгоритм может изменить правила, снизить показы или заблокировать аккаунт. База email подписчиков устроена иначе: человек добровольно оставляет адрес и разрешает вам продолжить разговор. Это не гарантирует продажи, но создаёт актив, который можно развивать годами.

Email маркетинг — не массовая рассылка одинаковой рекламы. Хорошая система помогает человеку пройти путь от первого интереса до осознанной покупки. Сначала вы решаете небольшую проблему, затем показываете свою компетентность, отвечаете на сомнения и только после этого предлагаете продукт.

Главная ошибка новичка — искать идеальный сервис, дизайн или “секретную” тему письма. На практике результат определяют три вещи: точное понимание читателя, полезное предложение и регулярность. В этой книге мы построим простую систему, которую можно запустить без огромной аудитории и сложной автоматизации.

Вам не нужны тысячи адресов для первых продаж. Небольшая, но заинтересованная база часто ценнее большой случайной аудитории. Сто человек, которым действительно нужна ваша тема, могут принести больше результата, чем десять тысяч холодных подписчиков.

1. Что такое email маркетинг и как он приносит деньги

Email маркетинг состоит из четырёх связанных элементов: привлечение подходящих людей, получение согласия на письма, развитие доверия и предложение следующего шага. Если один элемент отсутствует, система ломается. Без притока людей база не растёт. Без доверия письма не читают. Без предложения письма не приносят доход.

Путь подписчика

Человек видит публикацию, рекламу, рекомендацию или страницу вашего продукта.

Он получает ясное предложение: полезный материал в обмен на email адрес.

Сразу после подписки приходит обещанный материал и первое письмо.

Следующие письма помогают решить часть проблемы и показывают ваш подход.

Когда предложение становится логичным продолжением, человек рассматривает покупку.

После покупки он получает поддержку, дополнительные материалы и новые релевантные предложения.

Задача письма — не всегда продать. Одно письмо может знакомить, другое — обучать, третье — собирать ответы, четвёртое — вести на страницу продукта. Но вся цепочка должна двигать читателя к понятному результату.

Минимальная рабочая воронка

Одна страница подписки.

Один лид магнит.

Серия из пяти–семи автоматических писем.

Одно основное платное предложение.

Одно регулярное письмо в неделю.

Не стройте десять воронок одновременно. Сначала доведите одну до состояния, когда она стабильно получает подписчиков, письма открываются, ссылки нажимают, а предложение хотя бы иногда покупают. Только потом добавляйте новые продукты и сегменты.

2. Кому вы пишете: портрет читателя и одно главное предложение

Фраза “мой продукт подходит всем” почти всегда означает, что сообщение не зацепит никого. Читатель открывает письмо, когда узнаёт в нём свою ситуацию. Поэтому начинать нужно не с красивого текста, а с конкретного человека и конкретной задачи.

Практический портрет читателя

Ответьте письменно на пять вопросов:

Какую проблему человек хочет решить прямо сейчас?

Что он уже пробовал и почему это не сработало?

Чего он боится потерять: деньги, время, уверенность, статус или спокойствие?

Какой небольшой результат он хочет получить в ближайшие семь дней?

Какие слова он сам использует, описывая проблему?

Не придумывайте ответы из головы, если у вас уже есть аудитория. Изучите комментарии, отзывы, вопросы в личных сообщениях и формулировки в поиске. Лучший текст часто уже существует в речи ваших потенциальных покупателей.

Формула главного обещания

Помогаю [кому] получить [конкретный результат] без [главное препятствие] с помощью [ваш подход].

Пример: “Помогаю новичкам создать первый цифровой продукт и получить первые продажи без большой аудитории и сложного сайта”. Здесь понятно, кто читатель, чего он хочет и что его останавливает.

Не обещайте гарантированный доход, мгновенный результат или то, что не зависит от вас. Сильное обещание конкретно, но честно. Доверие разрушается быстрее, чем строится.

3. Лид магнит, который действительно нужен людям

Лид магнит — бесплатный материал, который человек получает после подписки. Его цель не продемонстрировать всё, что вы знаете, а помочь сделать один понятный шаг и вызвать желание продолжить.

Признаки сильного лид магнита

Решает одну узкую проблему.

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.