

КАК СДЕЛАТЬ ПЕРВЫЕ 10 ПРОДАЖ ЦИФРОВОГО ПРОДУКТА

Практический план: как найти первых покупателей, проверить предложение и превратить первые продажи в систему

СТРАТЕГИИ
КОНТЕНТ
ШАБЛОНЫ
ПРИМЕРЫ
И ГОТОВЫЙ
ПЛАН



ПОИСК
ПЕРВЫХ
ПОКУПАТЕЛЕЙ



ПРОДВИЖЕНИЕ
БЕЗ БОЛЬШОГО
БЮДЖЕТА



ГОТОВЫЕ
ШАБЛОНЫ
И ТЕКСТЫ



ПРОВЕРКА
ПРЕДЛОЖЕНИЯ



ПЕРВЫЕ
10 ПРОДАЖ
И ДАЛЬНЕЙШИЙ
РОСТ

Виктория Кабанец

Как сделать первые 10 продаж цифрового продукта

<https://litres.ru/74558229>

SelfPub; 2026

Аннотация

Цифровой продукт готов, но как получить первые продажи? «Как сделать первые 10 продаж цифрового продукта» — практическое руководство для тех, кто хочет перейти от публикации продукта к реальным покупателям.

Вы разберётесь, где искать первых клиентов, как сформулировать предложение, создавать контент, который приводит к покупке, работать с возражениями и анализировать результаты.

Внутри — стратегии первых продаж, 30 идей контента, 40 hooks, 20 СТА, готовые шаблоны и примеры, разбор типичных ошибок, 14-дневный спринт продвижения, 50 вопросов для диагностики и 30-дневный план.

Цель книги — не просто получить случайную продажу, а понять, что работает, и постепенно превратить первые результаты в систему.

Содержание

Введение. Первые 10 продаж важнее первой тысячи просмотров	5
1. Что должны доказать первые 10 продаж	6
2. Диагностика перед продвижением	8
3. Воронка первых 10 продаж	9
4. План 10 продаж: не ждать, а создавать касания	11
5. 30 идей контента для первых продаж	13
6. Как получить первые продажи без большой аудитории	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Виктория Кабанец

Как сделать первые 10 продаж цифрового продукта

Как сделать первые 10 продаж цифрового продукта

Практический план: как найти первых покупателей, проверить предложение и превратить первые продажи в систему

Виктория Кабанец

Практическое руководство • 2026

Введение. Первые 10 продаж важнее первой тысячи просмотров

После создания цифрового продукта начинается этап, на котором многие останавливаются: продукт готов, ссылка опубликована, но покупатели не появляются автоматически. Первые десять продаж — это не просто десять платежей. Это первые реальные доказательства того, что предложение понятно рынку, цена приемлема, а продукт способен решить задачу покупателя.

Цель этой книги — не обещать быстрый доход, а дать понятную систему тестирования. Вы научитесь отличать проблему трафика от проблемы предложения, выбирать каналы продвижения, писать продающий контент без постоянного давления, работать с избранным и вопросами покупателей, собирать обратную связь и принимать решения по цифрам.

Не оценивайте продукт по одному дню. Одна продажа может быть случайностью, а отсутствие продаж в первые сутки ещё не доказывает, что продукт плохой. Нам нужен небольшой, но осмысленный массив данных: просмотры, клики, сохранения, вопросы, покупки и причины отказа.

1. Что должны доказать первые 10 продаж

На старте вы проверяете не только продукт. Вы одновременно проверяете пять элементов: проблему, аудиторию, формулировку, цену и канал привлечения. Если хотя бы один элемент не совпадает, продажи могут остановиться даже у хорошего продукта.

Элемент

Что проверяем

Сигнал

Проблема

Достаточно ли она важна

Люди узнают себя и задают вопросы

Аудитория

Те ли люди видят продукт

Есть релевантные переходы и сохранения

Предложение

Понятен ли результат

Покупатель быстро понимает, что получит

Цена

Соответствует ли ценности и рынку

Есть покупки без долгих уговоров

Канал

Есть ли доступ к аудитории

Появляются просмотры нужных людей

Первые десять продаж нужны не для красивой цифры. После них вы должны знать больше, чем до запуска: кто покупает, откуда приходит, какие слова цепляют, что вызывает сомнение и какой следующий продукт логично предложить.

2. Диагностика перед продвижением

Не увеличивайте трафик на страницу, которая не объясняет продукт. Сначала проведите быстрый аудит. Представьте, что покупатель видит карточку впервые и ничего о вас не знает.

Название показывает конкретный результат или тему.

Обложка читается в маленьком размере.

Подзаголовок объясняет, для кого и зачем продукт.

Описание отвечает на вопрос «что внутри?».

Формат продукта понятен: PDF, шаблон, таблица, набор файлов и т. д.

Цена видна и не требует дополнительных объяснений.

Есть хотя бы один пример, превью или перечисление практических материалов.

Нет обещаний, которые невозможно гарантировать.

Если вы не можете за 15 секунд объяснить продукт незнакомому человеку, сначала исправьте ясность. Продвижение не лечит непонятное предложение — оно только быстрее показывает его большему числу людей.

3. Воронка первых 10 продаж

Полезно мыслить не продажами, а переходами между этапами. Человек должен увидеть предложение, заинтересоваться, открыть страницу, понять ценность, сравнить цену с ожидаемой пользой и только потом купить.

Этап

Вопрос

Что улучшать

Охват

Достаточно ли людей увидело?

Каналы и частота публикаций

Интерес

Остановились ли на сообщении?

Hook, тема, визуал

Переход

Открыли ли страницу?

СТА и ссылка

Рассмотрение

Поняли ли предложение?

Описание, превью, доверие

Покупка

Решились ли оплатить?

Цена, ценность, простота оплаты

Если у вас 20 просмотров и 0 продаж, данных почти нет. Если 2 000 целевых просмотров и 0 продаж, это уже повод проверить предложение. Не сравнивайте цифры разных площадок механически: «просмотр» может означать разные действия.

4. План 10 продаж: не ждать, а создавать касания

Покупатель редко приобретает неизвестный продукт после одного упоминания. Поэтому вместо одного продающего поста создайте серию касаний. Одни объясняют проблему, другие демонстрируют решение, третьи снимают возражения, четвёртые прямо предлагают купить.

Тип касания

Пример

Проблема

«Почему ваши цифровые продукты смотрят, но не покупают»

Мини-решение

Дайте один полезный шаблон или совет

Демонстрация

Покажите страницу, таблицу или структуру

История

Почему вы создали этот продукт

Возражение

«А если у меня нет аудитории?»

Сравнение

Что человек делает сам vs. с готовым шаблоном

FAQ

Ответьте на 5 частых вопросов

Прямое предложение

Что внутри, цена, где купить

Цель первых 10 продаж — не спамить одним сообщением, а дать человеку несколько разных причин обратить внимание.

5. 30 идей контента для первых продаж

1. Назовите главную ошибку аудитории.
2. Покажите один фрагмент продукта.
3. Расскажите, какую задачу продукт экономит по времени.
4. Дайте мини-чек-лист из 5 пунктов.
5. Покажите «до и после» процесса.
6. Разберите миф в вашей теме.
7. Ответьте на вопрос, который задают чаще всего.
8. Покажите содержание продукта.
9. Объясните, кому продукт не нужен.
10. Расскажите, почему выбрали именно эту проблему.
11. Сделайте пост «3 признака, что вам нужен...».
12. Покажите один готовый шаблон в действии.
13. Разберите типичную ошибку новичка.
14. Сделайте короткое видео с листанием страниц.
15. Покажите, как использовать продукт за 10 минут.
16. Сравните бесплатный хаотичный поиск и готовую систему.
17. Дайте один пример заполнения.
18. Покажите результат, который человек может получить сам.

19. Расскажите о создании продукта без преувеличений.
20. Сделайте FAQ-карусель.
21. Ответьте на возражение о цене.
22. Ответьте на возражение «у меня нет времени».
23. Покажите 3 способа применения продукта.
24. Сделайте пост «что внутри за эту цену».
25. Покажите обновление или улучшение.
26. Попросите аудиторию выбрать между двумя вариантами.
27. Сделайте мини-аудит типичной ситуации.
28. Расскажите, какую часть продукта вы считаете самой полезной.
29. Опубликуйте отзыв, если он уже есть и вы имеете право его использовать.
30. Сделайте прямой пост с предложением и понятным СТА.

6. Как получить первые продажи без большой аудитории

Маленькая аудитория не означает отсутствие шансов. На старте важнее точность: 100 подходящих людей могут быть полезнее 10 000 случайных подписчиков. Используйте места, где проблема уже обсуждается.

Собственная небольшая аудитория: посты, stories, канал, email.

Поисковый трафик площадки: название, категория, теги, описание.

Тематические сообщества, если правила разрешают полезные публикации и ссылки.

Партнёрские рекомендации от небольших авторов с совпадающей аудиторией.

Личные контакты только там, где уже был релевантный разговор — без массового спама.

Контент на Pinterest, поисковых платформах или блогах для продуктов с долгим сроком жизни.

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.