

БОГАТЫЙ ПИСАТЕЛЬ

как зарабатывать
на книгах

Луиза Вот



Луиза Вот

**Богатый писатель. Как
зарабатывать на книгах**

«Автор»

2026

Вот Л.

Богатый писатель. Как зарабатывать на книгах / Л. Вот —
«Автор», 2026

Надоело писать и не зарабатывать? Не понимаете, как продвигать своё творчество? Эта книга поможет понять, что делать, чтобы начать продавать. Вы научитесь:- Составлять аннотацию, которая заставит читателя открыть книгу;- Вести соцсети так, чтобы они продавали;- Самостоятельно делать кликабельные обложки в бесплатных сервисах;- Работать с площадками, на которых выгоднее продавать;- Продвигать книги бесплатными и недорогими методами. В книге найдёте:- Готовые сценарии монетизации рукописей;- Ссылки на бесплатные инструменты для упрощения писательской рутины;- Личный опыт и путь успешных авторов. Давайте начнём знакомиться и разбираться в том, какие основные ошибки не дают начать зарабатывать на творчестве. Новые главы будут выходить каждую неделю. Добавьте книгу в избранное и подпишитесь, чтобы не пропустить выход полной версии.

© Вот Л., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Введение	5
Мысль 1. Главные ошибки	6
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Луиза Вот

Богатый писатель. Как зарабатывать на книгах

Введение

Здравствуйте, коллеги! Я — Лиза, пишу книги под псевдонимом Луиза Вот.

Я писала эту книгу с огромным вдохновением и желанием облегчить страдания тем, кто не понимает, как зарабатывать на своём творчестве.

Как и 99,9999999% начинающих писателей, я закончила работу над первой книгой и впала в ступор. А что делать дальше? Как её продавать?

Я создавала сайт, настраивала Яндекс Директ, писала статьи, вела Pinterest, писала издательствам, платила за увеличение показов на «Литрес», но это давало единичные продажи и слив бюджета. А издательства либо игнорировали, либо слали моё творчество куда подальше.

Сейчас я понимаю, почему так происходило, и могу объяснить, как выбраться из такой же ситуации.

В этой книге я НЕ буду заставлять вас делать то, что не хочется. Я буду рассказывать, что работает у других и у меня, а вы сами решайте, что из сказанного использовать для достижения успеха.

Какие-то мысли могут вызвать у вас сопротивление. Вам захочется набить моё прекрасное лицо и написать мне гадости. Это нормально. Мозг не любит изменения, поэтому новая информация часто обрабатывается со скрипом.

Да, изменения не всегда приятны, но, начав делать что-то новое, вы из незарабатывающего писателя станете зарабатывающим. Вы же этого хотите, верно?

Я покажу, что в книжном мире дело не только в везении, но в работающей стратегии и ряде важных факторов, которым обычно уделяют мало внимания или о которых вовсе забывают.

Вы скажете: «Ну, ты же не топ с миллионом подписчиков, чему ты нас можешь научить?»

Да, я не топ, но это не значит, что я не умею анализировать и видеть то, что работает у других.

Я долго просматривала работы топовых авторов в разных жанрах, слушала интервью с ними, выявляла закономерности, училась на своих ошибках и в итоге собрала большую базу знаний, из которой появилась эта книга.

Не обещаю, что после прочтения моего труда вы станете миллионерами, но я точно уверена, что вы поймёте, что нужно делать, чтобы добиться увеличения продаж.

Если вы готовы встать на путь успеха, то начнём с частых ошибок, которые совершают все новички. Именно из-за этих мелочей вместо продаж мы получаем апатию и желание всё бросить.

Мысль 1. Главные ошибки

Молчать

Многие начинающие писатели никак не продвигают своё творчество: не рассказывают о нём на личной странице, не ведут блог, не запускают рекламу — и результат, конечно, нулевой.

Такое происходит из-за незнания или неуверенности в своём произведении. Авторам просто страшно говорить о своей рукописи.

Хотя известно множество случаев, когда посредственно написанные книги становятся успешными, их заваливают хейтом, но они всё равно продолжают хорошо продаваться.

Мы до боли в сердце боимся чужого мнения. Но в нас же бросят кирпич за плохо прописанных персонажей? В худшем случае недовольно посмотрят или что-то буркнут в духе: «Мне не нравится».

Но новички всё равно молчат, даже тогда, когда у них напрямую спрашивают о работе над книгой. Бедолаги стесняются, отмахиваются и сворачивают разговор, а зря. Можно было бы заняться саморекламой и привлечь потенциальных читателей.

Неуверенность является одной из главных причин неуспеха. Когда мы боимся оценки, у нас связываются руки, и мы не можем заставить себя делать то, что поможет привести к продажам.

Нужно преодолевать себя: выкладывать «новорождённый» текст на всеобщее обозрение и со слезами на глазах просить людей, чтобы они его оценили.

Чужие слова, как острое лезвие, пройдут по чувствительной коже бедняг. Возможно, даже останутся шрамы. Кто-то забьётся в угол и начнёт реветь, зализывая раны.

Вначале будет больно, но дискомфорт от «порезов» снизится, раны заживут. После нескольких подобных упражнений страх чужой оценки уменьшится до незначительного размера.

Уметь говорить о своём творчестве и выносить критику — это такие же навыки, как писать книги или вышивать крестиком. На их совершенствование тоже нужно выделять время. Вначале голос будет звучать неуверенно, но с каждой новой попыткой будет проще.

Следующий барьер, который тормозит продажи не меньше, чем сложенные лапки, — это оформление.

Недооценивать важность обложки

Первое, что видит потенциальный покупатель, — это обложка, и чаще всего она сделана «на отвали».

Если обложка вызывает желание сморщиться, то до чтения дело не дойдёт.

С тем же успехом можно закинуть рекламные деньги вместе с рукописью в шредер. Результат будет тот же.

Недавно читала комментарии под постом, где давали советы по рекламе. Одна писательница жаловалась, что, какую обложку ни делай, всё равно плохие продажи.

Я открыла её книгу, а там — огромная голова зелёного рептилоида, и внизу светло-зелёными «дохлыми» буквами еле заметно написано название произведения. Мне было больно на это смотреть.

В том, что у неё нет продаж, виновато её нежелание признаться себе в том, что она делает кошмарные обложки.

Она сливает бюджет, а могла бы эти деньги потратить на профессионального дизайнера или иллюстратора и в перспективе хорошо зарабатывать на этой книге.

Жаловаться и ныть — это удобная позиция. Мозгу больше не надо решать проблему. Виноваты судьба, инопланетяне, рептилоиды и тупые читатели, которые не видят гения. Ответ-

ственность снята, больше заморачиваться не нужно, остаётся только страдать. Так делает большинство: не берёт ответственность за свой успех.

В книжном мире с такой конкуренцией, без преданной аудитории, непозволительно так наплевательски относиться к данной составляющей книги. Тому, как самостоятельно сделать отличную обложку, я посвятила целую главу — «Рецепт продающей обложки».

У меня дизайнерское образование, и я трачу не часы, а дни, чтобы мои обложки цепляли внимание и вызвали желание заглянуть в текст.

Если вам лень самим заморачиваться, то проще найти того, кто будет заморачиваться за вас.

Выбор умельца

Следующая ошибка — выбрать не того специалиста.

Для создания хорошей обложки вам нужен узкоспециализированный графический дизайнер или книжный иллюстратор.

Если человек дизайнерит рекламные баннеры, рисует няшные стикеры или пилит сайты, то он вряд ли создаст продающую книжную обложку.

Если вы хорошо пишете любовные романы, это не значит, что вы гений в научной фантастике. Здесь такая же логика.

Книжный рынок специфический, и в нём нужно разбираться. Без опыта даже хороший иллюстратор сделает не то, что вам нужно.

Мастер по аниме может нарисовать прекрасный арт с главными персонажами, но может абсолютно неумело добавить текст, и обложка не будет выполнять свою основную задачу — продавать.

Помимо специфики, нужно учитывать стиль мастера. Если иллюстратор пишет простые акварельные пейзажи в нежных оттенках, а вы от него хотите насыщенный яркий фон с кучей персонажей, то ничего не получится. Не издевайтесь над творцом. Идите искать дальше.

Если вы пишете нуарные детективы, а от вас будут хотеть ванильный Young Adult (жанр для молодёжи), то что с вами произойдёт после завершения рукописи? Рак мозга?

Внимательно отбирайте специалиста. Его стиль должен вам нравиться. Не работайте с человеком, пока не посмотрите его портфолио с книжными обложками.

Меня часто по знакомству просили что-то задизайнить (логотип или принт для одежды). Они не просили портфолио и вообще не понимали, что у меня есть какой-то стиль и специализация. В таких ситуациях выходило, что человеку не нравилось то, что получалось. Вкусы-то у всех разные.

Обязательно смотрите портфолио исполнителя и ожидайте примерно такого же результата.

Да, придётся долго искать своего иллюстратора или дизайнера, но когда найдёте, будете очень рады сотрудничеству с тем, кто с вами на одной волне.

Эти узкие специалисты обитают в: Нельзиграме, Авито, ВКонтакте, Kwork, YouTube, Behance, Dribbble, Dprofile, Pinterest. Они находятся по запросам: книжный иллюстратор, дизайнер обложек книг, обложка для книг.

Behance, Dribbble, Dprofile — это творческие площадки для выкладки своих работ. По сути это сайт с множеством портфолио.

Рекомендую искать именно на Dprofile. Это отечественная площадка, и там сидят исполнители из России. Обычно авторы оставляют на видном месте контакты для связи. На самой площадке вам, скорее всего, не ответят. Никто туда каждый день не заходит.

Крупные книжные платформы «Литрес» и «Ridero» тоже предоставляют услуги отличных специалистов. Но нужно быть готовым заметно переплатить, так как площадка забирает себе достаточно большую комиссию.

Не торопитесь при выборе специалиста. Ищите человека, чей стиль у вас откликается, и никогда не работайте с теми, кто создаёт то, что вам не нравится. Не мучайте ни себя, ни людей.

Если вам удалось найти идеально подходящего специалиста, не спешите радоваться. Вас может подстерегать следующая проблема.

Юридическая неграмотность

Я обратилась к редакторше из Сыктывкара. У неё был многолетний опыт работы, она активно вела группу в ВК, у неё были активные подписчики. Никаких подозрений она не вызывала.

Написала ей с вопросом, возьмёт ли она мой нон-фикшн про отношения. Она сказала, что да, только надо подождать: сейчас она трудится над другой рукописью. Я согласилась, мы договорились о точной дате начала работы, я отправила документ для ознакомления и пошла заниматься созданием иллюстраций к книге.

Когда настал день X, от неё — ни буквы.

Пишу сама. Она отвечает: «Да-да, начинаем работу». Уточнила у неё дату завершения проверки, ответила на вопросы и продолжила заниматься своими делами.

Прошло время. Настал день Y. От неё — ни знака. Обычно исполнители сами проявляют инициативу, а тут — обратная, непривычная для меня ситуация.

Пишу сама: как дела и когда я увижу проверенную рукопись? Она начала жаловаться, что её внук заболел ковидом и она, бедолага, была вынуждена сидеть с ним, поэтому не успела проверить рукопись.

Я не злая, вошла в положение, и мы договорились, что редакторша из Сыктывкара может заниматься проверкой ещё две недели.

Через две недели — тишина. Пишу сама. Она отвечает, что да-да, всё проверено, завтра отправит, сейчас она не у компьютера. Угадайте, что произошло дальше?

На следующий день я снова пишу, но она не отвечает.

Я подумала: может быть, она сама заболела или в больницу попала? Всякое в жизни бывает. Но нет. Редакторша из Сыктывкара продолжала выкладывать посты в свою группу, отвечать на комментарии подружек и коллег, а меня отправила в раздел «игнор».

У меня бомбануло, я написала ещё несколько сообщений, напоминая о себе. Ответа не было, хотя она заходила в группу и продолжала активничать.

На следующий день я написала подробное письмо, в котором вежливо объяснила, что меня не устраивает такой стиль работы, что мне надоело ждать и больше я сотрудничать с ней не буду.

Она прочитала и ничего не ответила. У меня с этого подгорело ещё больше, и я забанила её, чтобы навсегда забыть о редакторе из Сыктывкара. Вот такая Санта-Барбара.

Не представляю, что было бы со мной, если бы я ещё оставила предоплату.

Она потратила два с половиной месяца моей жизни на непонятно что. Месяц я ждала, пока она закончит проверку другой рукописи. Месяц она непонятно чем занималась и проверила только половину моей книжки из 110 страниц.

Тётя корректурой занималась, если что, а не редактурой. А потом ещё больше двух недель трепала мне нервы.

Какую я совершила ошибку?

Я согласилась работать без договора. Никогда так не делайте! Никогда! Никогда!!! НИКОГДА!!!

Повторите вслух десять, пятнадцать, сто раз и сделайте татуировку на лбу: «Я никогда не буду работать без подписанного договора. Никогда!!!»

Есть редакторы, корректоры, дизайнеры, верстальщики которым глубоко насрать на вас и качество своей работы. Они ходят на основную работу или получают хорошую пенсию. Про-

верка книг и другие услуги для них — это как необязательный дополнительный заработок. И уровень их мотивации зависит от настроения левой пятки.

Договор заставляет их напрягать мягкое место и соблюдать прописанные договорённости. Когда есть юридическая ответственность специалисты сразу перестают валять дурака.

Ссылку на договор оказания услуг, оставлю в конце книги.

Начинайте сотрудничество только после подписания обеими сторонами. Не раньше. Не переводите предоплату до подписания договора! Не стесняйтесь говорить на эту тему. Это ваши деньги, и вы должны всеми способами их защитить.

Не соглашайтесь на сотрудничество, если редактор, корректор или дизайнер отказывается от подписания договора или перехода на фриланс-биржу.

Меня столько раз бросали: и когда я заказывала услугу, и когда я сама дизайном занималась. Заказчики просто говорили, что результат не нравится, и сливались.

Таких ситуаций не должно возникать. В договоре должны быть прописаны все условия на случай форс-мажоров (болезнь, «не понравилось», «умерла кошка», «застрелился сын»). Четко прописана максимальная отсрочка.

Если исполнитель отказывается выполнять условия договора, то вы идёте в суд и на законных основаниях отсуживаете компенсацию за потраченное время. Переписка в соцсетях не является доказательством вашей правоты. Только договор имеет юридическую силу.

Вы, скорее всего, не захотите так заморачиваться. В этом случае заказывайте услугу через фриланс-биржу. Там ваши деньги сразу замораживаются, и в случае неразрешённого спора площадка обеим сторонам компенсирует ущерб.

Да, за это она возьмёт небольшую комиссию, но она точно будет меньше, чем оплата судебных разбирательств.

Даже если вам удалось договориться, в процессе работы может появиться новая проблема.

Не ваш редактор

Если через интернет-тернии вы смогли наконец найти адекватного, порядочного, милого исполнителя, не спешите радоваться. Он может вам не подойти.

Я заказывала редактора на «Литресе». Работа над моим детективом в 320 тысяч знаков обошлась в 53 тысячи рублей. Я понимаю, что за такую работу это немного, но по рынку — это дорого. И я подозреваю, что «Литрес», чтобы не загнуться, половину оставляет себе.

В подарок я получила договор, где я ни на что не имею права, и заниматься проверкой они могут, мягко говоря, долго.

«Ну ладно», — подумала я и подписала договор с дьяволом.

Распределительная шляпа на данной площадке работает без моего участия. Мне достался тот, кто сам пишет детективы, но это был явно возрастной дядька, для которого мой текст был наивным и скучным.

Он убирал важные для сюжета диалоги, ссылаясь на скуку, ругал меня за то, что персонажи постоянно друг друга оскорбляют, хотя у них такой вайб — они же друзья.

Удивлялся, что восемнадцатилетняя девушка в моей истории вышивает. Якобы сейчас вообще никто не вышивает.

Да, Александр сделал мой детектив «Расследование Джонни» значительно лучше. 95 % того, чем он был недоволен, я поменяла, но он не понимал мой текст.

Местами делал его более топорным — не моим. Иногда он вставлял такие слова, которые смотрелись как «Motorola» в руках дамы в воздушном платье XVIII века.

Когда выбираете редактора, обращайте внимание не только на компетентность, но и на возраст, опыт, на то, что он сам пишет. То, как человек излагает мысли, многое говорит о нём. Нужно только присмотреться.

Многие книги с огромным количеством ошибок нравятся людям благодаря лёгкости и непосредственности. А когда приходит человек из другой эпохи и начинает свои слова вставлять, то всё сыпется к чёртовой матери и магия перестаёт работать.

Внимательно подбирайте редактора и проверяйте его работу. Не соглашайтесь со всем, что вам говорят, и не спорьте с пеной у рта над каждым предложением. Человек просто выполняет свою работу.

Задача редактора — сделать ваш текст лучше. Но ни один человек в мире не может полностью вас понять. Поэтому убирайте эмоции и читайте на холодную голову. Где-то редактор действительно может вас не понять, но в большинстве случаев специалист прав, и к нему надо прислушаться.

Связность, понимание и смыслы также важны в аннотации.

Бессмысленная аннотация

Чаще встречаются две крайности: либо автор полностью вываливает всё, что происходит у него в книге, и читатель уже не понимает, зачем платить за полную версию, либо автор пишет три абстрактных предложения, в которых чёрт ногу сломит, пытаюсь объяснить, что происходит.

В обеих ситуациях читатель не купит книгу, даже если обложка хорошая.

Конечно, есть группа читателей, которым важна только обложка, и если она им нравится, то они пойдут читать текст. Но это обычно те, у кого есть подписка, или те, кто любит очень лёгкое чтение.

Мою аннотацию хейтили за непонятность. Мне казалось, что всё логично, но человеку со стороны мои связи были непонятны. То, что было важно для меня, не было важно для читателя. Поэтому важно показывать готовую аннотацию коллегам или знакомым, чтобы они дали обратную связь.

Также можно случайно сфокусироваться на деталях, а не на главной сюжетной линии. Из-за этого у читателя возникнут ложные ожидания от книги. И после прочтения недовольный читатель пойдёт писать гневные отзывы о том, что его жестоко обманули.

В главе «Продающая аннотация» я объясняю, какую формулу используют редакторы крупных издательств, чтобы зацепить читателей и при этом не обмануть их ожидания.

Допустим, вы молодец: выложили книгу, запустили рекламу, заморочились с обложкой, написали цепляющую аннотацию, но следующая ошибка убьёт все возможные продажи.

Нет отзывов

Именно отзывы являются одной из важных составляющих при принятии решения: купить произведение или забыть о нём навсегда.

Понятно, что когда вы начинающий автор, у вас ещё нет армии преданных читателей, которые будут спешить оставлять вам положительные отзывы с трепетными вздохами, — это логично. Но продаваться всё равно как-то надо, поэтому ответственность за появление первых отзывов ложится на вас.

Просите знакомых и родственников оставлять хотя бы по одному предложению. Пишите текст за них, чтобы им не приходилось напрягаться. Просите коллег накидать тёплых слов по принципу взаимности.

Для «взаимок» существуют писательские сообщества, писательские чаты, независимые чаты. Ссылку на один из таких чатов я оставляю в конце книги.

Да, писательство — это не совсем для интровертов. Иногда нужно вылезать из уютной раковины и общаться с людьми.

К сожалению, для среднестатистического читателя нет выгоды в том, чтобы оставлять отзыв. Только любители писать отзывы могут порадовать своим критически настроенным взглядом. Остальные потребляют контент и уходят по своим делам.

Если отзывы получаются спорными, то потенциальный покупатель идёт читать бесплатный отрывок и уже на его основе принимает решение о покупке, и тут совершается следующая ошибка.

Скучное начало

Реклама работает, всё подготовлено. Вы заходите в личный кабинет и видите, что люди читают первую главу, а потом уходят в книжный закат, и больше ваши судьбы не пересекаются.

Если так происходит, значит, от вашего текста несёт скукой. Нужно срочно останавливать рекламу и бежать переписывать его.

Как писать текст так, чтобы читатель не мог оторваться, подробно рассказываю в главе «Как написать продающий текст».

Вспомните себя. Вы же тоже что-то читаете. Если не зацепило, логично, что не захочется доставать кошелёк. Мотивация для покупки не появилась. Вам не дали ни страсти, ни пользы, ни эмоций, ни пятнадцати загадок. Зачем покупать книгу?

Когда вы будете перечитывать первую главу, спросите себя: «Зачем читать дальше?»

Если вы не сможете дать чёткий, уверенный ответ, значит, главу надо переписать.

Не забудьте перепроверить бесплатный фрагмент на грамотность. Многим читателям не нравятся опечатки, пунктуационные и стилистические ошибки. По опросам читателей именно грамматические ошибки и опечатки являются одним из главных раздражающих факторов при оценке книги.

Если страдаете врождённой невнимательностью, то есть масса проверочных сервисов, которые с лёгкостью решают эту проблему.

Часто мы намеренно пишем скучный текст, потому что не верим, что книги могут быть кому-то интересны.

Неверные убеждения

«Люди не читают! Книги никому не нужны», — часто слышу я.

После прочтения этой книги зайдите на любую книжную платформу или в книжный блог и посмотрите, сколько человек там сидит. Все эти люди читают. Есть специальные читательские клубы, в которых десятки людей за месяц вместе читают книги, а потом обсуждают их.

Если среди ваших знакомых никто не читает и они уверенно вам заявляют, что вы занимаетесь ерундой, — такое бывает, и это правда только для них.

Я начинаю рассказывать знакомым про свои книги, и сразу оказывается, что все у нас культурные: либо читают, либо сами собираются что-то написать. Просто об этом не говорят.

Я тоже читаю, и вы тоже читаете прямо сейчас. Так что давайте забудем эту глупость, что книги не нужны.

Россия входит в число самых читающих стран, уступая место Китаю, у которого такая численность населения, что переплюнуть его невозможно.

Книжные блогеры собирают сотни тысяч подписчиков. Они обмениваются впечатлениями о прочитанных книгах.

Люди обожают читать. Поэтому они заводят читательские дневники, которые стараются системно вести.

Вы видели, как красиво и подробно они оформляют впечатления о каждой книге? Вбейте в Pinterest «читательский дневник» и поразитесь тому, сколько книг читает молодёжь.

Постоянно слышу от коллег, что на книгах не заработать, что зарабатывают только топы, а остальные борются за копейки.

Давайте разберемся, почему читатели, как умалишенные, скупают с полок одни книги, в то время как другие, достойные произведения, пылятся на полках. Что особенного в популярных книгах и почему они так хорошо продаются?

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.