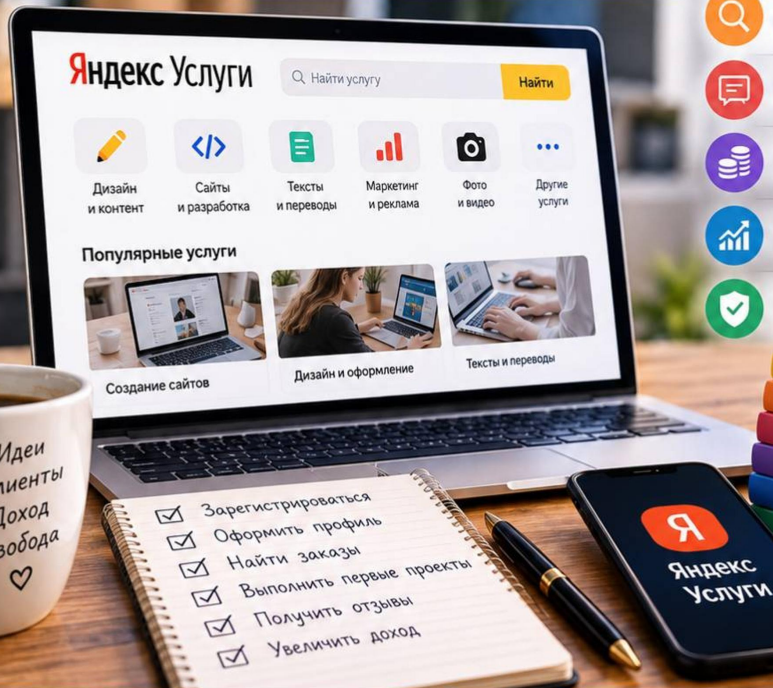


ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ЯНДЕКС УСЛУГАХ ОТ РЕГИСТРАЦИИ ДО ПЕРВЫХ ЗАКАЗОВ

ПОШАГОВОЕ РУКОВОДСТВО ПО ФРИЛАНСУ,
ПОИСКУ КЛИЕНТОВ И УДАЛЁННОМУ ЗАРАБОТКУ
БЕЗ БОЛЬШИХ ВЛОЖЕНИЙ



Виктория Кабанец

Как зарабатывать на Яндекс Услугах: от регистрации до первых заказов

<https://litres.ru/74627308>

SelfPub; 2026

Аннотация

Хотите начать зарабатывать на фрилансе, но не знаете, где искать первых клиентов?

Эта книга поможет разобраться, как использовать Яндекс Услуги для продвижения своих навыков, поиска заказчиков и организации удалённой работы.

Вы узнаете, как создать привлекательный профиль исполнителя, выбрать востребованные услуги, подготовить портфолио, грамотно общаться с клиентами и устанавливать цены на свою работу.

В книге подробно рассматриваются практические направления фриланса: написание текстов, переводы, создание сайтов, дизайн, оформление карточек товаров и другие цифровые услуги.

Вас ждут пошаговые инструкции, примеры откликов, полезные чек-листы, шаблоны сообщений, рекомендации по безопасной работе с заказчиками и план действий на 30 дней.

Книга подойдёт новичкам, которые хотят освоить фриланс, найти первых клиентов и постепенно создать дополнительный источник дохода без больших первоначальных вложений.

Начните с одного навыка, одной услуги и одного реального заказа!

Содержание

От автора	7
Содержание	8
Глава 1. Площадка и модель заработка	9
Что продаёт исполнитель	9
Два канала получения заказов	10
Что площадка не обещает	11
Два пути к заказу: разбираем на примере	12
Замечания и типичные ошибки	14
Глава 2. Выбираем востребованную услугу	15
Критерий узкой специализации	15
Категории и реалистичные границы	16
Как изучить конкурентов этично	17
Матрица выбора ниши: не путайте интерес с спросом	18
Замечания и типичные ошибки	20
Глава 3. Считаем экономику до регистрации	21
Доход — не то же самое, что прибыль	21
Цена по формуле	22
Воронка без фантазий	23
Подробный расчёт цены на примере дизайнера	24
Замечания и типичные ошибки	26
Глава 4. Регистрация и структура профиля	27

Подготовка	27
Заголовок и описание	28
Чек-лист качества профиля	29
Профиль глазами заказчика: аудит за три минуты	30
Замечания и типичные ошибки	32
Глава 5. Портфолио без выдуманных клиентов	33
Демонстрационные кейсы	33
Структура кейса	34
Авторские права	35
Собираем первый кейс от идеи до результата	36
Конец ознакомительного фрагмента.	37

Виктория Кабанец Как зарабатывать на Яндекс Услуги: от регистрации до первых заказов

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

**КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ЯНДЕКС УСЛУГАХ
От регистрации до первых заказов**

Практическое руководство по поиску клиентов, удалённым услугам и работе с заказами

Книга № 84 • 2026

От автора

Эта книга написана для тех, кто хочет не просто зарегистрироваться на сервисе, а превратить конкретный навык в понятную услугу, которую покупают. Здесь нет обещаний лёгких денег, гарантированных заказов или «секретных кнопок». Есть последовательность действий, критерии проверки и практические упражнения.

Название «Яндекс Услуги» широко известно, однако в актуальных справочных материалах сервис называется «Яндекс Исполнители». В этой книге эти названия относятся к одной площадке для размещения услуг и поиска заказчиков. «Яндекс Задания» — другой продукт, ориентированный на иные типы задач.

Интерфейс, тарифы, доступные категории и правила могут меняться. Все сведения о платных функциях сверяйте в своём личном кабинете и в официальной справке непосредственно перед оплатой. Упоминания цен в примерах ниже — учебные расчёты, а не гарантированные рыночные расценки.

Книга предназначена для самостоятельной практики; вопросы договоров, налогов и персональных данных необходимо соотносить с вашей ситуацией и действующим законодательством.

Содержание

1. Площадка и модель заработка
2. Выбираем востребованную услугу
3. Считаем экономику до регистрации
4. Регистрация и структура профиля
5. Портфолио без выдуманных клиентов
6. Упаковка предложения и цены
7. Поиск подходящих заказов
8. Отклик, на который отвечают
9. Переговоры и постановка задачи
10. Безопасность, документы и оплата
11. Выполнение и сдача работы
12. Отзывы и повторные продажи
13. Платное продвижение без потерь
14. AI-инструменты для исполнителя
15. Разбор трёх реальных сценариев работы
16. План на 30 дней

Приложения: шаблоны, чек-листы, расчёты, официальные источники.

Глава 1. Площадка и модель заработка

Что продаёт исполнитель

На площадке продаётся не «наличие аккаунта», а измеримый результат: оформленная карточка товара, проверенный текст, настроенный сайт, серия баннеров или консультация. От описания результата зависят цена, сроки и доверие. Фраза «делаю всё в интернете» проигрывает формулировке «подготавливаю пять карточек товара с понятными характеристиками и единым оформлением».

ПРАКТИКА. Упражнение: напишите три формулировки по схеме «сделаю [результат] для [кому] за [срок/условие]». Уберите слова «качественно», «быстро», «недорого», если не объясняете, что именно они означают.

Два канала получения заказов

Первый путь — потенциальный клиент находит ваш профиль через поиск и обращается к вам. Второй — вы изучаете опубликованные задания и откликаетесь на подходящие. Первый требует убедительного профиля, второй — грамотного отбора заказов и адресных ответов. Эти процессы дополняют друг друга.

ПРАКТИКА. Практика: заведите таблицу из двух колонок: «Обращения из профиля» и «Мои отклики». Сразу разделяйте источники обращений, чтобы видеть, где появляются сделки.

Что площадка не обещает

Наличие профиля не гарантирует показы, звонки и доход. На результат влияют категория, регион, конкурентность, портфолио, цена, репутация и скорость коммуникации. Если вы не получаете заказов, сначала проверяйте структуру своего предложения и качество откликов, а не покупайте продвижение наугад.

ПРАКТИКА. Контрольный вопрос: сможет ли клиент за десять секунд понять, что вы делаете, какой получит итог и как начать работу?

Итог главы. Зафиксируйте одно конкретное изменение в своём профиле, расчётах или процессе работы. Читайте следующую главу только после того, как можете показать результат предыдущего шага.

Два пути к заказу: разбираем на примере

Представьте, что вы оформляете карточки товаров для интернет-магазинов. Первый покупатель открывает каталог специалистов, вводит запрос «инфографика для маркетплейсов», изучает несколько профилей и сам пишет вам. В таком сценарии работают ясный заголовок, образцы работ, подробная услуга и быстрая реакция. Второй покупатель размещает конкретную задачу: «Нужны пять слайдов для карточки термокружки, исходные фотографии есть». Здесь вы находите опубликованный заказ и отправляете отклик. Важно не путать эти два механизма: профиль помогает быть найденным, отклик — показать ценность в конкретном запросе.

Третья ситуация особенно важна. Заказчик написал вам, но не прислал техническое задание. Новичок радуется и отвечает «Сделаю за 1000 рублей». Профессионал сначала уточняет число слайдов, исходные материалы, форматы файлов, сроки и количество исправлений. Если цена озвучена до выяснения объёма, неизбежно возникают бесплатные дополнительные работы.

Работа через платформу не равна трудоустройству. Здесь нет работодателя, который гарантирует загрузку, зарплату и отпуск. Вы управляете собственным маленьким сервисным

бизнесом. Для устойчивости нужны не только навыки исполнения, но и умение привлекать заявки, вести переговоры, фиксировать договорённости, учитывать деньги и соблюдать правила площадки.

Практикум: выпишите два способа получения ваших будущих заказов. Для каждого сформулируйте, что именно должен увидеть клиент, чтобы довериться вам.

Замечания и типичные ошибки

Проверка реальности: просмотрите именно заказы и профили по вашей специальности. Не делайте вывод о спросе из общего числа зарегистрированных исполнителей. Повторите просмотр в несколько дней недели: единичное объявление не доказывает стабильный поток работы. Помните, что спрос зависит от региона, сезона и способа оказания услуги. Сразу отделяйте фактические наблюдения от ваших гипотез.

Глава 2. Выбираем востребованную услугу

Критерий узкой специализации

Начинающему выгоднее протестировать одну понятную услугу, чем публиковать двадцать размытых предложений. Для проверки ниши нужен навык, образец результата, определяемая трудоёмкость и аудитория с повторяющейся задачей. Примеры: редактирование деловых текстов, оформление презентаций, инфографика для маркетплейсов, настройка простых сайтов, консультации по языку.

ПРАКТИКА. Упражнение: оцените три своих навыка по шкале 1–5: качество результата, скорость выполнения, доступность демонстрационного примера, интерес клиентов и готовность повторить задачу 20 раз.

Категории и реалистичные границы

Категории и подкатегории в аккаунте могут отличаться. Ищите ближайшую к своей фактической услуге, не выдавая себя за сертифицированного специалиста в областях, где такая квалификация обязательна. Создание чат-ботов, сложная разработка и реклама с бюджетом клиента требуют другого уровня контроля, чем набор текста.

ПРАКТИКА. Правило: не берите проект, если не можете сформулировать критерии готовности и способ проверить результат до сдачи.

Как изучить конкурентов этично

Выберите 10 публичных профилей в вашей нише. Отметьте заголовки, примеры работ, способы расчёта цены и явно указанные ограничения. Не копируйте тексты или чужие кейсы. Ваша цель — найти незакрытые вопросы клиента: сроки, формат передачи, число правок, исходные материалы.

ПРАКТИКА. Практика: сформулируйте три преимущества, которые можно доказать: например, предоставление редактируемого файла, чек-листа проверки или двух вариантов обложки.

Итог главы. Зафиксируйте одно конкретное изменение в своём профиле, расчётах или процессе работы. Читайте следующую главу только после того, как можете показать результат предыдущего шага.

Матрица выбора ниши: не путайте интерес с спросом

Выберите три услуги, которые действительно можете оказать: например, оформление презентаций, корректура русских текстов и создание простых лендингов. Для каждой поставьте оценки от одного до пяти по пяти критериям: владение навыком, наличие примеров, понятность результата, скорость выполнения и доступность заказов в выбранном регионе. Итоговая сумма не доказывает существование спроса, но помогает обнаружить слабые места.

Разберём ошибки. «Сделаю любой дизайн» звучит универсально, однако клиент не понимает, какой результат получит. «Создам пять инфографических слайдов для карточки товара на маркетплейсе на основе ваших фото и характеристик» — конкретная услуга. «Занимаюсь сайтами» слишком широко. «Соберу адаптивную одностраничную страницу для локальной услуги с формой заявки» уже похоже на предмет сделки.

Оцените реальные ограничения. Если вы не умеете писать программный код, не называйте разработкой сложной веб-системы сборку страницы в конструкторе. Если используете AI для черновиков, отвечаете за проверку фактов и права на материалы. Не принимайте медицинские, юридические или финансовые заказы, где требуется профессиональ-

ная квалификация, которой у вас нет. Лучше заработать на простом обещании и полностью исполнить его, чем получить конфликт из-за непосильного задания.

Практикум: составьте три названия услуг по формуле «действие + измеримый результат + тип клиента» и исключите расплывчатые слова «всё», «любой», «идеально».

Замечания и типичные ошибки

Пробная специализация на две недели: выберите один сегмент клиентов (например, небольшие интернет-магазины), один конкретный результат (например, пять товарных слайдов) и один предел сложности (без предметной фото-съемки). Составьте типовую последовательность операций. Затем сравните ваши часы с реальной ценой. Если выполнение занимает слишком много времени, меняйте процесс, а не только рекламный текст.

Глава 3. Считаем экономику до регистрации

Доход — не то же самое, что прибыль

Допустим, проект стоит 3 000 #, выполнение занимает четыре часа, переписка — один, обязательные расходы и комиссии составляют 300 #. До учёта налогов остаётся 2 700 # за пять часов, то есть 540 #/час. Если клиент добавит ещё три часа правок без доплаты, ставка упадёт до 337,50 #/час. Поэтому объём и число правок фиксируются заранее.

ПРАКТИКА. Запишите минимальную желаемую ставку за час и максимальное количество часов на маленький заказ. Это предотвратит работу в убыток.

Цена по формуле

Базовая цена = оценочные часы × ваша внутренняя ставка + прямые затраты + резерв на риск и коммуникацию. Для задачи на шесть часов при ставке 500 #/час, расходах 400 # и резерве 600 # ориентир составляет 4 000 #. Реальная рыночная цена может отличаться, поэтому формулу проверяют сравнением с аналогами.

ПРАКТИКА. Не соглашайтесь на «потом доплатим за сложность», если состав работы пока неизвестен.

Воронка без фантазий

Из 30 осмысленных откликов могут последовать, например, шесть диалогов и две сделки — это лишь иллюстрация подсчёта, а не средняя статистика площадки. У каждого исполнителя показатели будут другими. Отслеживать важно три коэффициента: доля ответов, доля согласований после диалога, чистый заработок на час.

ПРАКТИКА. Создайте таблицу: дата, ниша, ссылка на задачу, бюджет, отклик, ответ, договорённость, часы, фактический доход.

Итог главы. Зафиксируйте одно конкретное изменение в своём профиле, расчётах или процессе работы. Читайте следующую главу только после того, как можете показать результат предыдущего шага.

Подробный расчёт цены на примере дизайнера

Допустим, заказчик просит четыре карточки с инфографикой. На подготовку макета уходит 45 минут, на работу со снимками — 90 минут, на тексты — 35 минут, на коммуникацию — 30 минут, на проверку и выгрузку — 20 минут. Итого 220 минут, или примерно 3,7 часа. Если целевой доход составляет условные 700 рублей в час, одна только стоимость времени — около 2590 рублей. Прибавьте резерв на согласованные правки, расходы на инструменты, налоги и возможные комиссии. Цена ниже этой суммы может быть оправданна как ограниченная учебная акция, но не как постоянный тариф.

Ведите две цифры: выручку и чистый результат. Например, пять заказов по 3500 рублей создают выручку 17 500 рублей. Если расходы на платные инструменты и продвижение составили 2800 рублей, а прочие обязательные платежи и налоги ещё не учтены, нельзя объявлять 17 500 прибылью. Расходы на закрытие заказа и функции платформы следует сверять с актуальными условиями личного кабинета.

Для контроля конверсии зафиксируйте цепочку: 20 подходящих откликов → 6 диалогов → 2 согласованных заказа → 1 оплаченный и завершённый. Это пример, не среднестатистическая норма. Цель таблицы — понять, где теряют-

ся заявки. Если отклики вообще не читают, улучшайте точность ответов и профиль. Если диалоги есть, но сделки не происходят, проверяйте бриф и коммерческое предложение.

Практикум: рассчитайте минимальную стоимость трёх пакетов услуг с учётом своего времени. Отдельно обозначьте допущения и максимальное число правок.

Замечания и типичные ошибки

Сценарный анализ: рассчитайте план при нуле, одном и трёх заказах за месяц. Даже если ожидаете несколько проектов, финансовую подушку стройте от консервативного варианта. Если на продвижение требуется кредит, а подтверждённой воронки продаж нет, такой эксперимент рискован. Для начала предпочтительнее ограниченные тесты с заранее определённой суммой, которую не страшно потерять.

Глава 4. Регистрация и структура профиля

Подготовка

Для начала используйте официальную страницу сервиса и авторизацию через Яндекс ID. Внимательно выбирайте тип профиля: частное лицо или организация, если такой вариант соответствует вашему статусу. Проверьте актуальные требования к контактам, подтверждению данных, региону и услугам в вашем интерфейсе.

ПРАКТИКА. Перед созданием профиля подготовьте нейтральное фото, короткое описание, три образца работ, рабочие часы и ответы на частые вопросы.

Заголовок и описание

Плохое описание: «Любые услуги. Большой опыт. Дёшево». Рабочее: «Оформляю карточки товаров для маркетплейсов: инфографика, заголовки, характеристики. Передаю готовые изображения в согласованном размере. Два круга правок включены». Это не гарантия заказов, но снижает неопределённость для клиента.

ПРАКТИКА. Составьте описание длиной 500–800 знаков: специализация, формат результата, ваши границы, сроки ответа и этапы работы.

Чек-лист качества профиля

Проверяйте профиль с позиции покупателя: есть ли конкретный предмет услуги, показаны ли примеры, описаны ли условия, легко ли выбрать подходящий вариант, нет ли заявлений без подтверждения. Ошибки в орфографии и разноречивой в оформлении подрывают доверие даже к технически сильному специалисту.

ПРАКТИКА. После публикации откройте публичную карточку и сделайте скриншот. Попросите знакомого за 15 секунд объяснить, чем вы занимаетесь.

Итог главы. Зафиксируйте одно конкретное изменение в своём профиле, расчётах или процессе работы. Читайте следующую главу только после того, как можете показать результат предыдущего шага.

Профиль глазами заказчика: аудит за три минуты

Клиент видит много похожих карточек и редко читает длинные биографии. За три минуты он должен получить ответы на пять вопросов: что специалист делает, какой результат он получит, сколько это примерно стоит, какие доказательства качества есть и как начать работу. Откройте свой профиль на другом устройстве или в другом браузере и проверьте эту логику без подсказок.

Описание лучше строить в таком порядке: результат, специализация, процесс, сроки и ограничения. Например: «Создаю презентации для малого бизнеса: коммерческие предложения, отчёты и учебные материалы. Сначала получаю цель и исходный текст, согласовываю структуру, затем готовлю оформление. На выходе передаю редактируемый файл и PDF. В базовую стоимость входят две серии правок в рамках согласованного задания».

Не публикуйте выдуманные отзывы, чужие сертификаты или фотографию человека, которым не являетесь. Адрес, способ оказания услуги и категория должны соответствовать реальной работе; публикация профиля может зависеть от их корректного заполнения и модерации. Доступность отдельных настроек меняется. Прежде чем публиковать инструкции «нажмите сюда», сравните интерфейс со справкой ис-

полнителя.

Практикум: попросите знакомого за одну минуту описать, какую работу вы предлагаете, просмотрев только ваш профиль. Если ответ отличается от задуманного, переделайте первый экран.

Замечания и типичные ошибки

Обновление профиля: после каждой серии переговоров записывайте повторяющиеся вопросы. Если клиенты постоянно спрашивают о формате исходника, добавьте эту информацию в описание. Если никто не понимает, что означает «полный пакет», перечислите результат количественно. Не изменяйте всё разом: укажите дату изменения, чтобы сравнивать показатели.

Глава 5. Портфолио без выдуманных клиентов

Демонстрационные кейсы

Если реальных заказов нет, вы можете создать учебные проекты. Обозначайте их как «демонстрационный пример» — не придумывайте клиентов, отзывы, цифры продаж или коммерческие результаты. Лучше качественная учебная карточка товара с объяснением задачи, чем красивая вымышленная история успеха.

ПРАКТИКА. Создайте три примера: простой, средний и сложный; для каждого укажите исходные данные, вашу работу и формат итогового файла.

Структура кейса

Кейс должен отвечать на четыре вопроса: какая была задача, какие ограничения, что сделали, что получил заказчик. Если вы не измеряли конверсию, пишите об улучшении читаемости и организации информации, а не о «росте продаж на 80%». Для сайтов добавляйте мобильный вид и описание доступных функций.

ПРАКТИКА. Готовая схема: «Задача — ... / Ограничения — ... / Решение — ... / Результат — ... / Что входит в передачу — ...».

Авторские права

Используйте собственные, лицензированные или разрешённые к показу материалы. Логотипы, фотографии и тексты клиента нельзя автоматически публиковать в открытом портфолио без согласия. Для кейса под NDA используйте обезличенную структуру и заменённые данные.

ПРАКТИКА. Упражнение: составьте короткое письменное разрешение на публикацию кейса, где клиент отмечает, какие элементы можно показать.

Итог главы. Зафиксируйте одно конкретное изменение в своём профиле, расчётах или процессе работы. Читайте следующую главу только после того, как можете показать результат предыдущего шага.

Собираем первый кейс от идеи до результата

Вы ещё не работали с реальными заказчиками? Создайте честный демонстрационный проект. Возьмите вымышленный бренд «Лесной чай» и придумайте задачу: оформить пять слайдов карточки травяного напитка для учебного магазина. Напишите требования, сделайте собственные изображения или используйте законно лицензированные ресурсы, сохраните исходный макет и экспортируйте результат. Подпишите работу «учебный проект», а не «проект для клиента».

Кейс должен содержать краткий бриф, исходную проблему, ваши действия, итоговый набор файлов и ограничения. Не пишите «продажи выросли на 200%», если измерения не было. Допустимо честное «сделал структуру характеристик более читаемой» с иллюстрацией до и после, если обе версии ваши. Сложные профессиональные кейсы укрепляются не красивыми словами, а возможностью открыть результат и оценить качество.

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.