

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

ПАРТНЁРСКИЕ ВОРОНКИ ПРОДАЖ

Как превращать заинтересованных
посетителей в покупателей
и получать партнёрские комиссии

ГОТОВЫЕ
ПРИМЕРЫ
ШАБЛОНОВ
И ПЛАН
НА 30 ДНЕЙ

АВТОМАТИЧЕСКАЯ ВОРОНКА

-  ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ
-  БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ
-  EMAIL-ЦЕПОЧКА
-  ПАРТНЁРНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
-  ПОКУПКИ И КОМИССИИ



Полезный
гид бесплатно

ПОЛУЧИТЬ

АНАЛИТИКА ПРОДАЖ



ПРАКТИЧЕСКИЕ
ПРИМЕРЫ



ПОШАГОВЫЕ
ИНСТРУКЦИИ



ПРОВЕРЕННЫЕ
ИНСТРУМЕНТЫ



РЕАЛЬНЫЕ
СТРАТЕГИИ

Виктория Кабанец

Партнёрские воронки продаж

<https://litres.ru/74632338>

SelfPub; 2026

Аннотация

Хотите зарабатывать на партнёрских программах, но обычное размещение ссылок не приносит результатов?

Эта книга поможет разобраться, как создавать партнёрские воронки продаж — системы, которые превращают заинтересованных посетителей в потенциальных покупателей.

Вы узнаете, как выбирать партнёрские предложения, создавать полезные лид-магниты, оформлять посадочные страницы, выстраивать email-цепочки и использовать автоматизацию для продвижения товаров и услуг.

Особое внимание уделяется практической стороне: работе с Systeme.io, построению пути клиента, анализу переходов и конверсий, расчёту партнёрских комиссий и улучшению результатов.

В книге представлены 12 практических примеров, наглядные схемы и графики, шаблоны сообщений, рабочие листы и подробный план действий на 30 дней.

Вы также узнаете, как соблюдать правила партнёрских программ, корректно обозначать рекламные рекомендации,

защищать данные подписчиков и избегать распространённых ошибок.

Содержание

От автора	7
Как работать с книгой	8
Содержание	9
СХЕМА: маршрут партнёрской воронки	10
1. Что делает партнёрскую воронку особенной	11
Результат раздела	12
Практика	13
Проверка перед продолжением	14
2. Ниша и один конкретный читатель	15
Результат раздела	16
Практика	17
Проверка перед продолжением	18
3. Отбор предложения по принципу полезности	19
Результат раздела	21
Практика	22
Проверка перед продолжением	23
4. Атрибуция и комиссия без самообмана	24
Результат раздела	25
Практика	26
Проверка перед продолжением	27
5. Конструктор маршрута пользователя	28
Результат раздела	29
Практика	30

Проверка перед продолжением	31
6. Лид-магнит как решение маленькой задачи	32
Результат раздела	33
Практика	34
Проверка перед продолжением	35
7. Посадочная страница без манипуляций	36
Результат раздела	37
Практика	38
Проверка перед продолжением	39
8. Спасибо-страница и первый честный контакт	40
Результат раздела	41
Практика	42
Проверка перед продолжением	43
9. Согласие на письма и гигиена базы	44
Результат раздела	45
Конец ознакомительного фрагмента.	46

Виктория Кабанец

Партнёрские воронки продаж

ПАРТНЁРСКИЕ

ВОРОНКИ ПРОДАЖ

Как превращать заинтересованных посетителей в покупателей и получать партнёрские комиссии

Практическая система: лид-магнит, страница, письма, аналитика, этика и 30-дневный запуск

Виктория Кабанец

Издание для самостоятельной работы • 2026

От автора

Партнёрская воронка — это не набор волшебных кнопок. Это маршрут, который помогает человеку решить конкретную проблему, а автору — получать вознаграждение, если подходящее предложение оказалось полезным. Продажа происходит у рекламодателя, поэтому часть результата не зависит от владельца воронки: влияют продукт, сайт продавца, правила атрибуции, возвраты и подтверждение комиссии.

Эта книга — отдельное руководство именно по проектированию и диагностике партнёрских воронок, а не повторение общей теории аффилиат-маркетинга или универсальных воронок для собственных продуктов. Все цифры и кейсы учебные, если не указано иное; они не подтверждают реальный доход.

Важное правило: рекламу и материальную заинтересованность обозначают ясно рядом с рекомендацией. Почтовые контакты собирают с понятным согласием; рассылки должны содержать рабочую отписку. Проверяйте местные правила рекламы, налогов, персональных данных и условия выбранной партнёрской программы.

Как работать с книгой

После каждого раздела есть «Результат», «Проверка» и «Практика». Сначала заполните рабочие поля, затем соберите одну маленькую воронку и лишь после этого расширяйте объём контента. Не покупайте трафик до проверки связки и корректного отслеживания.

Содержание

1. Что делает партнёрскую воронку особенной
2. Ниша и один конкретный читатель
3. Отбор предложения по принципу полезности
4. Атрибуция и комиссия без самообмана
5. Конструктор маршрута пользователя
6. Лид-магнит как решение маленькой задачи
7. Посадочная страница без манипуляций
8. Спасибо-страница и первый честный контакт
9. Согласие на письма и гигиена базы
10. Прогревающая серия из пяти писем
11. Обзор, сравнение и рекомендация
12. Пример воронки для цифрового сервиса
13. Воронка для сложного продукта
14. Источники органического трафика
15. Метки, события и измерение
16. Математика воронки
17. А/В-тест: одна гипотеза
18. Техническая сборка в Systeme.io
19. Честное раскрытие рекламы и персональные данные
20. Почему воронки не работают
21. Бюджет, окупаемость и масштаб
22. План запуска на 30 дней

СХЕМА: маршрут партнёрской воронки

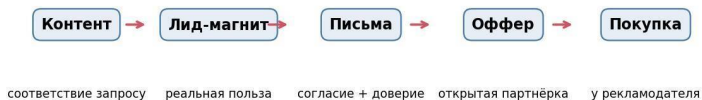


Рисунок 1. Предложение раскрывается открыто; переход к продавцу добровольен.

1. Что делает партнёрскую воронку особенной

В собственной продаже предприниматель обычно контролирует оплату и выдачу товара; в партнёрской модели эта часть находится на стороне рекламодателя. Поэтому строить воронку нужно с двойной прозрачностью: читателю понятна рекомендация, а владельцу понятно, какие события он реально измеряет.

Начните с карты владения: контент, форма, письма и ваша страница — под вашим контролем; корзина, оплата, атрибуция и возврат — обычно не под вашим. Это сразу исключает обещания, которые вы не способны обеспечить.

Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

Нарисуйте границу ответственности между своей страницей и страницей рекламодателя. Запишите два риска, которые не зависят от вас.

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

2. Ниша и один конкретный читатель

Ниша «всё для заработка» создаёт слишком много конфликтующих предложений. Лучше выбрать узкий запрос: например, фрилансеру нужен сервис для учёта проектов; репетитору — расписание и приём заявок; автору — платформа доставки цифровых файлов.

Опишите читателя по ситуации, а не по возрасту: что он делает сегодня, чего не умеет, что уже пробовал, каких затрат опасается и как выбирает решение. Сегмент с чётким запросом легче обслужить одним качественным материалом.

Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

Запишите портрет: задача, срочность, текущая альтернатива, бюджет, три критерия выбора.

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

3. Отбор предложения по принципу полезности

Высокая комиссия не компенсирует слабый продукт. Прежде чем включать партнёрскую ссылку, проверьте качество поддержки, условия возврата, ограничения стран, способы оплаты, требования к продвижению и срок действия атрибуции.

Сравните минимум три предложения по одинаковым критериям. На первом месте совместимость с нуждой аудитории, затем прозрачность условий и надёжность обслуживания; размер комиссии — лишь один из показателей.

Критерий

Программа А

Программа В

Польза для аудитории

Высокая

Средняя

Прозрачность тарифа

Да

Частично

Правила трафика

Доступны

Требуют проверки

Риск возвратов

Средний

Неизвестно

Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

Создайте оценочную матрицу и объясните, почему отклонили самое прибыльное по комиссии предложение.

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

4. Атрибуция и комиссия без самообмана

Клик не равен продаже. Партнёрская программа может считать первое или последнее касание, устанавливать срок действия cookie, не оплачивать отменённые заказы и ограничивать отдельные источники трафика. Некоторые программы запрещают промокоды или брендовые объявления.

Сохраните письменные правила программы: допустимые каналы, срок атрибуции, порядок начисления, минимальный вывод, возвраты, географию и ограничения на самостоятельные покупки.

Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

Составьте карточку партнёрской программы из семи обязательных полей.

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

5. Конструктор маршрута пользователя

У хорошей воронки нет лишних ступеней. Каждый экран отвечает на вопрос читателя: зачем мне это, что я получу, какие условия и куда я перейду. Для простого продукта иногда достаточно полезной статьи с открытым партнёрским предложением — сбор email не всегда нужен.

Сравните два маршрута: короткий «контент → прозрачная рекомендация → магазин» и длинный «контент → чек-лист → разрешённая серия писем → рекомендация → магазин». Выберите маршрут по сложности решения.



Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

На бумаге изобразите две схемы и уберите одну лишнюю ступень.

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

6. Лид-магнит как решение маленькой задачи

Бесплатный материал должен самостоятельно приносить пользу: например, таблица сравнения сервисов или чек-лист технических критериев. Скрывать всю полезную информацию, чтобы вынудить к покупке, — плохая стратегия и репутационный риск.

Сильный чек-лист состоит из короткого объяснения задачи, таблицы выбора, примера заполнения и честного вывода. Не включайте выдуманные отзывы или недостоверные результаты.

Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

Создайте одностраничную таблицу «Как выбрать сервис» с пятью проверяемыми критериями.

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

7. Посадочная страница без манипуляций

Заголовок объясняет результат, подзаголовок — для кого материал, три пункта — что внутри. Форма запрашивает минимум необходимых данных. Рядом с согласием на рассылку ясно указаны частота и характер сообщений.

Соберите страницу из шести зон: обещание, пример материала, выгоды, форма, правила данных, сведения об авторе. Искусственную срочность и выдуманные счётчики не используйте.

Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

Напишите заголовок до 12 слов и три выгоды без слов «гарантия дохода» и «секрет».

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

8. Спасибо-страница и первый честный контакт

После заявки человек должен немедленно понять, где находится бесплатный материал. Не заставляйте его сначала переходить по партнёрской ссылке. Если хотите предложить дополнительный сервис, отмечайте его как добровольную рекомендацию.

Текст: «Материал отправлен на вашу почту. Пока он приходит, можете посмотреть сравнительную таблицу — некоторые ссылки партнёрские, я могу получить комиссию». Так сохраняется контроль у читателя.

Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

Практика

Напишите страницу благодарности из трёх коротких абзацев.

Проверка перед продолжением

Можете объяснить пользу этого шага одним предложением без обещания гарантированного дохода?

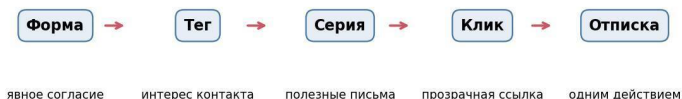
Есть ли подтверждаемые данные и прозрачные условия, если упоминаются выгоды продукта?

Понятно ли, что нужно измерить и кто владеет соответствующими данными?

9. Согласие на письма и гигиена базы

Разрешение получать файл не всегда означает разрешение на маркетинговую серию. Собирайте отдельное понятное согласие там, где это требуется; сохраняйте свидетельство получения, не покупайте базы и удаляйте недействительные адреса.

Используйте подтверждение подписки, когда это уместно. В каждом маркетинговом письме укажите отправителя, реальную тему и простой способ отписаться. Следите за требованиями провайдера рассылки.



Результат раздела

У вас должен появиться конкретный артефакт: документ, таблица, текст, схема или проверенный шаг воронки — а не только прочитанная теория.

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.