

Дмитрий Котовский

Налог на глупость

Непридуманная история
размером в 5 500 000 ₽

Вход на сайт

Логин или адрес эл. почты

Пароль

запомнить

Войти

[Забыли пароль?](#)

16+

Дмитрий Котовский

Налог на глупость

«ЛитРес: Самиздат»

2018

Котовский Д.

Налог на глупость / Д. Котовский — «ЛитРес: Самиздат», 2018

ISBN 978-5-532-07459-0

В интернете его никто не знает, но практически все ненавидят. Это история человека, который сделал себя миллионером, пройдя непростой путь с нуля до 70 000 рублей чистой прибыли в сутки. Без цензуры, как есть. Приготовьтесь взглянуть на социальные сети с необычной стороны...

ISBN 978-5-532-07459-0

© Котовский Д., 2018
© ЛитРес: Самиздат, 2018

Содержание

Предисловие	5
Начало	6
Крушение воздушных замков	8
В контакте с ВКонтакте	9
Национальная гордость	12
Подписки	14
День знаний	15
Вопрос выбора	17
Встреча Одноклассников	19
Конец ознакомительного фрагмента.	21

Предисловие

Пожалуй, представлюсь: я – объект ненависти сотен тысяч пользователей интернета.

Тот самый человек, которого обитатели социальных сетей, разбрызгивая слюной, любят называть спамером, а результат моей деятельности – лохотроном, разводом и обманом.

В этом направлении мною был пройден путь от первой пары сотен до 70 000 рублей чистой прибыли в сутки. Начав с полного нуля, я смог прыгнуть из грязи в князи всего за полгода, выжав из интернета нескромный заработок суммой более 5 миллионов рублей.

И именно об этом данная книга.

История о том, когда один в поле воин. История расцвета и заката его эпохи. История амбициозной цели и движения к ней. История дорогих уроков и глубоких разочарований.

Только факты и конкретика. Без воды. Без купюр.

Несмотря на некоторые технические подробности, история рассказана простым языком и будет доступна к пониманию даже неподготовленному читателю.

Вся информация в книге представлена в ознакомительных целях. Автор не несет ответственности за возможные последствия от её применения. Любые совпадения с реальными событиями или людьми случайны.

Начало

Отправной точкой погружения в мир финансовых высот интернета явилась непримечательная работа в офисе компании, которая занималась популярным направлением интернет-маркетинга. Именно на этой работе, после посещения таких мероприятий как РИФ+КИБ, моему взгляду открылась непреложная истина – в интернете есть деньги. Большие деньги.

На дворе стояло лето кризисного 2009-го года, и устроиться на эту работу мне удалось совершенно случайно – просто откликнувшись на вакансию на сайте HeadHunter. От момента, когда я впервые в жизни прочитал словосочетание «интернет-маркетинг» в описании предлагаемой должности, и до новой записи в трудовой книжке прошла всего пара недель. У меня до сих пор есть подозрение, что своим трудоустройством я обязан какой-то нелепой случайности, когда, например, в списке кандидатов по невнимательности путают схожие фамилии или что-то вроде того.

Так или иначе, изучение горячей темы продвижения сайтов и всего с этим связанного не могло позволить мне пройти мимо набирающих в то время популярность блогов «манимейкеров» и «интернет-бомжей» – людей, зарабатывающих под ветрами свободного плавания в интернете неприлично большие деньги. Как правило, они занимались созданием сайтов, их продвижением, продажей ссылок и баннерных мест, контекстной и тизерной рекламой и ещё чёрт знает чем со всем с этим связанным.

Обычно записи на подобных блогах содержали процент воды бóльший, чем из неё состоит человек. Палить конкретные темы заработка – действие, верно ведущее к их скорой гибели из-за шквала слетающих на шелест лёгких денег школьников, которые в силу своего юного возраста (или просто тупости) не умеют работать аккуратно. Поэтому в основном авторы занимались обсасыванием одних и тех же прописных истин в стремлении снабдить свой очередной пост рекламой или реферальной ссылкой.

Тем не менее, встречались и другие авторы блогов, которые не гнались за набором рефералов и не боялись сливать в паблик рабочие темы, расписывая подробные инструкции, доступные к выполнению даже далёким от интернета индивидуумам. Делали они это без какого-либо хитрого умысла – по большей части просто потому, что любили помогать людям. Я общался с одним из них, и он показывал скрин своей аськи с порядка двадцатью новыми открытыми за день беседами – и всем написавшим он терпеливо отвечал на их вопросы, зачастую далеко не умные.

Одной из опубликованных этим автором тем был довольно простой метод заработка на желающих скачать свежешедший фильм, но в силу своей безграмотности не умеющих отличать рекламу от органической выдачи поиска Google.

В системе контекстной рекламы Google AdWords при помощи купона запускалась рекламная кампания по нужным ключевым словам с объявлениями типа «Смотреть фильм Кандагар в хорошем качестве!». Какие-то из нужных ключевых слов были опасными для использования (например: «скачать» или «загрузить»), так как в итоге приводили к блокировке аккаунта. Мастерство состояло в подборе таких ключевых слов и заголовков, чтобы можно было и бан обойти, и пользователя завлечь.

И тогда кинолюбитель, введивший подобный поисковый запрос в Google, видел это объявление перед остальной выдачей, клацал по нему и через промежуточный сайт попадал на продающую страницу (лендинг) партнёрской программы (ПП), где предлагалось оплатить скачивание фильма посредством смс-платежа. В лучшем случае бедолага получал запись отвратительного качества, которую он мог бы бесплатно скачать на любом торрент-трекере (если бы умел ими пользоваться).

После израсходования всех средств на аккаунте AdWords он подлежал забвению (так как без поддержки баланса купоном денежная эффективность схемы резко падала), а весь цикл – повторению с начала.

Расходы на один запуск составляли порядка 600 рублей (100 за новый домен, 300 минимальная сумма пополнения баланса и 200 за купон), не считая цены на хостинг, который при желании можно было найти бесплатно. За неделю эти инвестиции превращалась в 1000 качественных переходов, что при определённой доле везения позволяло получить в партнёрской программе от 900 до 1200 рублей выплаты за смс, которые отправляли приведённые пользователи в обмен на доступ к скачиванию фильма.

Первые, пусть и небольшие, деньги приятно зазвенели на WebMoney-кошельке, принеся 100% прибыли от первоначально вложенных средств. Кроме того, мне нравился творческий процесс подготовки красивых и привлекательных постеров к скачиваемым фильмам. Поэтому это занятие стало моей третьей работой, примкнувшей к другим, более традиционным – основной в офисе по стандартному графику 5/2 и дополнительной домашней подработке 3D-визуализатором интерьеров по ночам.

Киносхему удалось прокрутить несколько раз – до тех пор, пока в AdWords не подтянули гайки фильтров, и тема, как и положено всем слитым в общий доступ, вскоре загнулась.

Чуть позже я адаптировал данный подход к тематике поиска работы – в интернете было большое количество желающих устроиться на хлебные рабочие места в таких компаниях, как «Газпром» или «Лукойл» «по благу» стоимостью в несколько отправленных смс.

Несмотря на то, что больше мы с владельцем этого давно уже несуществующего блога не пересекались, по его активности на форумах известно, что ему удалось достичь впечатляющих результатов в интернет-заработке – открыть собственную партнёрскую программу и поучаствовать в серьёзных темах с серьёзными деньгами. Я весьма признателен Андрею за то, что в феврале 2010-го года он не пожадничал показать путь, который позже привёл к единственному занятию в жизни, где мне удалось достичь выдающихся успехов.

Крушение воздушных замков

Попытки пропихнуть в AdWords рекламные объявления других направлений к особым успехам не привели. Главным образом из-за того, что большинство интересующих меня тем к тому времени уже находилось в списке противоречащих правилам сервиса. Поэтому, вдоволь нахажившись по непредсказуемым минным полям фильтров контекстной рекламы, мне захотелось создать что-то надёжное и хотя бы относительно стабильное – свой собственный сайт. Сайт-варезник.

Варезом тогда называли различные компьютерные программы, а сайты, с которых их можно было скачать, – варезниками. Софт на них размещался ломаный, то есть бесплатный. В нашей стране вообще платить за программное обеспечение не принято, и порой я сталкивался с людьми, которые всерьёз считали, что цена 60 рублей за пиратский диск с Windows и есть настоящая стоимость этой операционной системы. Некоторые ещё и жаловались, что дорого.

Факт бесплатности и доступности софта являлся основной причиной высокой популярности варезников того времени, что, разумеется, отзывалось их владельцам звонкой монетой благодаря продаже рекламы или другим решениям монетизации (например, платным архивам, открыть которые можно было лишь после отправки смс на короткий номер или оформления подписки).

Вспоминая приятный звон выплат от своих первых шагов по связке AdWords + фильмы, естественным образом я захотел превратить в полноценный сайт именно это направление. Сделать киноресурс, с которого можно было бы отправлять трафик на ту самую партнёрскую программу, лишившую девственности мой WebMoney-кошелёк.

Вскоре был найден подходящий хостинг с доменом, изучен популярный среди варезников движок, была вложена душа в дизайн и собственноручно написана стартовая сотня уникальных описаний как уже вышедших, так и только готовящихся к прокату фильмов. Была проработана навигация по разделам, грамотно оформлены мета-теги, расставлены перекрёстные ссылки – в общем, всё делалось на совесть, согласно известным на тот момент официальным рекомендациям поисковых систем по созданию сайтов для людей.

Энтузиазм рисовал воображаемое будущее кинопроекта яркими красками. Однако поисковые системы быстро спустили меня с небес на землю – сайт ушёл под известный АГС-фильтр Яндекса, не прожив и пары недель.

Узнать причину столь нелестной оценки моих благих начинаний у отвечающей шаблонными отписками службы поддержки Яндекса являлось делом практически безнадежным. А само разбирательство, судя по многочисленным историям на форумах, с лёгкостью могло растянуться на месяцы томительного ожидания очередного односложного ответа. Со своей стороны, могу с уверенностью сказать, что на тот момент сайт не имел ни единого повода для заслуженного наказания. На нём ещё даже не было внешних ссылок и кнопок «Скачать», так как в партнёрской программе, с которой я планировал работать, имелось ограничение на минимальную посещаемость сайтов, и ресурсы с нулевым трафиком просто не принимались.

Поэтому я хотел сначала «разогнать» сайт, получить первых реальных посетителей и только потом уже добавляться в ПП и размещать ссылки на скачивание. По сути, на момент бана сайт представлял собой сборник авторских описаний различных фильмов, что при всём желании вряд ли можно было расценивать нарушением правил Яндекса.

Воздушный замок с треском рухнул, засеяв подозрение о генетической несовместимости с SEO (Search Engine Optimization). Несколько последующих попыток связаться с этими тремя буквами лишь подтвердили догадки. Вселенная намекала, что долгий путь создания и продвижения сайтов – не моё, и стоит поискать призвание где-нибудь ещё, благо разнообразие всемирной сети никогда не стесняло в выборе направления по интересу.

В контакте с ВКонтакте

Безуспешно попробовав свои силы в нескольких других начинаниях, в итоге я обнаружил себя на популярном среди вебмастеров форуме Searchengines, просматривающим подряд все темы раздела «Партнёрские программы» в поисках каких-либо зацепок на актуальные направления.

Я часто так делал, когда не знал куда двигаться. Несмотря на известную истину «Деньги любят тишину», некоторые добившиеся успеха вебмастера не упускали случая прихвастнуть на форумах своими достижениями в виде скриншотов впечатляющей статистики, либо каким-то другим образом намекая на источник своего финансового благополучия.

Авторов «жирных» скриншотов было принято поздравлять, восхищаться ими и задавать классический вопрос «Откуда траф?». Одним из ответов на такой вопрос была небрежно брошенная фраза «Из социалок», которая после некоторых соображений сузила область поиска до стремительно набирающей популярность социальной сети ВКонтакте (ВК).

Это было именно то, что я искал. Так или иначе, SEO-продвижение мне никогда не нравилось, в том числе из-за отложенности своего результата – до появления первого поискового трафика могло минут несколько месяцев, и никто не отменял риск в итоге уйти под фильтр поисковой системы при очередном её обновлении, как произошло в моём случае. А в социальных сетях, как правило, всё очень быстро становится понятно благодаря высокой скорости обратной реакции – рабочая тема или нет, приносит прибыль или не очень. Оценку эффективности своих действий можно получить в течение одного-двух дней.

Такой расклад пришёлся по вкусу моей местами нетерпеливой натуре, и было решено обратить на ВК пристальное внимание. Как станет видно дальше, стратегическое направление было выбрано верное и перспективное – именно оно привело меня в мир больших денег. До которых, тем не менее, ещё предстояло дойти.

К моменту своего появления в ВК летом 2010-го года основные способы добычи трафика с этого сайта были представлены спамом в личные сообщения и рассылкой приглашений в рекламные группы (инвайтингом). Откровенный спам в виде рассылки сообщений доживал свои последние дни и особого интереса для меня не представлял – разработчики ВК в то время серьёзно работали по созданию настоящих трудностей любителям этого классического вида непрошенной рекламы: вводились жесткие фильтры со сложными алгоритмами, регулярно проводились массовые чистки аккаунтов, учинялись прочие препятствия.

Поэтому мой выбор пал на серую схему рассылки приглашений в группы. Называть это спамом было бы не совсем корректно, так как любой пользователь имел возможность запретить приглашать себя в группы в настройках. А если не запретил приглашения, значит согласен их получать, в отличие от действительно нежелательного спама в личку. Именно этим мне и нравятся серые схемы – вроде не совсем честно, но в тоже время всё как бы в рамках дозволенного. Настоящее мастерство балансирования.

Порог входа в инвайтинг в ВК тех времен особой высотой не отличался – практически каждый школьник мог на сэкономленные на обедах деньги купить софт для работы (инвайтер стоимостью порядка 3000 рублей), аккаунты, IP-адреса (прокси) и начать делать свой первый заработок в тот же день.

Программы для работы в ВК были представлены для продажи во всём многообразии. Новые авторы быстро появлялись и так же быстро исчезали, не выдерживая бремени необходимости постоянного технического сопровождения, обновления и поддержки своего детища.

Как правило, портрет разработчика представлял собой студента-программиста старших курсов профильного ВУЗа, почувявшего в силу своей молодости, откуда ветер дует. Ожидать от них ответственности и постоянства не приходилось – если реагировали на изменения сайта

и выкатывали обновления хотя бы в течение недели, уже хорошо. Ввиду того, что мои знания программирования были ограничены университетским курсом информатики, приходилось напрямую зависеть от добросовестности разработчиков приобретённого софта.

Суть работы в ВК-инвайтинге была проста, как топор – создавалась группа, которая оформлялась так, чтобы любыми способами (в зависимости от рекламного таланта автора) побудить зашедшего в неё пользователя перейти по ссылке на лендинги ПП.

А тематика предоставляемых партнёрами лендингов была крайне разнообразна – от вечной темы похудения и диет до таких направлений как IQ-тесты, увеличение груди и/или члена, чтение чужих смс, кастинги в кино, розыгрыши iPhone, тайна фамилии, поиск работы, фильмы, аудио-наркотики, порно, мобильные и онлайн игры, программы вроде OperaMini, Jimm и бесконечное количество прочих предложений. В общем всё, где можно было бы под любым предлогом попросить пользователя отправить смс на короткий номер или ввести свой телефон для оформления подписки.

Несмотря на то, что смс-платежи благодаря подобным разводам (в том числе и на ТВ в виде популярных смс-голосований) уже обрели в народе статус синонима лохотрона, доверчивые пользователи ВК всё равно охотно на них клевали.

Также можно было встретить и не связанные с мобильными платежами темы вроде сбора заявок на кредиты или оформления страхования автомобиля, где вознаграждение партнёру выплачивалось с денег от покупки действительно полезной услуги. Однако количество таких предложений меркло на фоне повсеместного распространения тематик, основанных на разводе и мобильных платежах.

Есть у меня особенность – прыгать по жизни в последний вагон. Поэтому, следуя лучшим традициям, я застал лишь закат эпохи работы спамеров и инвайтеров в ВК.

Мне доводилось общаться со старожилами 2009-го года, когда администрация этой социальной сети ещё не объявила войну спаму. Когда ещё не было никаких ограничений и фильтров, прокси были не нужны, аккаунты доставались бесплатно и не банились, аудитория была непуганой, операторы сотовой связи не стеснялись использовать тройные смс-авторизации по \$10 с каждого абонента наряду с возможностью уводить его баланс в минус, а конверт в ПП не падал ниже 1:2 (когда каждый второй пришедший пользователь приносил прибыль). В те времена эти люди поднимали суммы, сравнимые со стоимостью хорошей квартиры в Москве, за месяц. Буквально золотой век работы.

Меня же ВК встречал лимитом в 40 приглашений с одного аккаунта каждые 8 часов, необходимостью использовать прокси, регулярным баном ссылок и очень мутным фильтром удаления групп – нужно было избегать использования определённых стоп-слов в названии, «отстаивать» свежесозданные группы несколько дней перед запуском приглашений в них и благодарить судьбу за каждый день жизни уже раскрытых сообществ. Фильтр отличался странностью и непредсказуемостью. Например, из 5 одинаковых групп, созданных в одно и то же время, через пару дней отстоя (до запуска приглашений) в живых оставалось штуки 2-3. Группы, условия и характер их создания были полностью идентичными.

Отдельной головной болью в заднице был вопрос поиска живых и незаезженных прокси, так как с одного IP-адреса позволялось сделать ограниченное количество приглашений, пусть даже с разных аккаунтов. В вопросе поиска новых IP-адресов перед искателями интернет-заработка вставал незавидный выбор между использованием бесплатных HTTP-прокси и элитных SOCKS-решений. Бесплатные прокси были вялыми и сопровождалась немалой вероятностью того, что ими до тебя уже кто-то успел попользоваться. А соксы предлагали полный эксклюзив на космических скоростях работы за космические же деньги.

Аккаунты добывались различными способами – можно было регистрировать своих собственных ботов, пытаться восстанавливать пароли с находящихся в открытом доступе email-баз или просто покупать готовые. Продавцы аккаунтов массово угоняли их у реальных пользователей при помощи вирусов-троянов или путём развода на ввод логина и пароля на поддельной странице входа в ВК.

Тем не менее, все эти сложности являлись решаемыми, и работать было можно. За несколько месяцев я перепробовал с десятков вариантов применения инвайтинга, и самыми эффективными показали себя диеты и онлайн-игры. С переменным успехом инвайтинг в ВК приносил мне прибыль, в своём максимуме сравнимую с половиной средней зарплаты моего города в месяц (порядка 10 000 рублей).

Деньги понемногу начинали появляться, однако их всегда было куда потратить – как правило, первые заработанные средства я старался вложить в оптимизацию рабочего процесса. Например, из-за низкого качества используемых мною бесплатных прокси ВК частенько просил ввести символы с капчи, решение которой средствами автоматизированного ручного распознавания на сервисе Антигейт иногда начинало заметно поджирать деньги. Поэтому к концу лета я смог приобрести совсем недавно вышедший в продажу модуль автоматического OCR-распознавания ВК-капчи за \$300, оценив срок его окупаемости в 3-4 недели.

Национальная гордость

Как уже упоминалось, из-за грандиозного размаха использования смс-платежей во всех мыслимых и немыслимых схемах развода данный метод оплаты успел быстро себя дискредитировать. В 2010-м году, пожалуй, уже было сложно найти человека, прямо или косвенно не столкнувшегося с волшебной фразой «Отправьте смс на короткий номер», льющейся в глаза и уши со всех медиаканалов: на ТВ процветали смс-голосования и «Угадайте слово из трёх букв – первая „Л“, последняя „Х“», школьные тетради и журналы периодики пестрили каталогами картинок и мелодий на телефон, интернет же предлагал разводки на любой вкус.

На вершине пищевой цепочки мобильных платежей восседали операторы сотовой связи (сокращённо и ласково называемые ОпСоСами). Они осуществляли списание денежных средств с баланса абонентов, удерживая комиссию не 2, не 5, а все 50%! Для сравнения – стандартная комиссия за пользование каналом оплаты (например, при платежах банковской картой или электронными деньгами) обычно составляет от 1 до 3% от суммы платежа, но никак не половину.

Само по себе использование баланса мобильного телефона в качестве платежного средства – совсем неплохая идея. В отличие от запада, где давно наступило время банковских карт, в нашей стране (идущей по своему собственному историческому пути) уровень проникновения пластиковых карт среди населения в то время был небольшой – люди не доверяли и боялись ими пользоваться. А вот мобильный телефон был практически у каждого – как у городских жителей, так и обитателей далёких от центра провинций, что давало возможность всем желающим быстро совершать оплату нужных им услуг без дополнительных сложностей.

Но алчность создателей мобильных платежных систем практически не оставила своему детищу шансов на честное будущее. Требование высокой маржинальности диктовалось необходимостью щедро делиться с ОпСоСами, не забывая и про свою собственную прибыль. А где ещё, как не в лохотроне, можно легко иметь маржу в сотни и даже тысячи процентов?

Не хочу сказать, что не было попыток использования смс в белых темах – они, безусловно, были. Однако такие начинания меркли на фоне грандиозного размаха генерирования денег из воздуха по максимально доступным тарифам 3x\$10 (три смс по десять долларов каждое). Плюс стремительно ухудшающаяся репутация смс-платежей явно была не на их стороне. Со временем люди привыкли думать, что наличие где-либо слова «смс» автоматически означает «развод и лохотрон».

Пищевую цепочку продолжали партнёрские программы, но они связаны с операторами сотовой связи не напрямую, а через специальные компании – контент-провайдеры (КП). Юридически КП являлись правообладателями всего того цифрового баракла, которое в итоге получали оплатившие доступ пользователи: картинки, мелодии, музыка, видеоролики, текстовая информация и всё прочее, называемое общим словом «контент».

Таким образом, система выглядела так:

Вебмастер < ПП < КП < ОпСоСы < Абонент-бедолага

В итоге до вебмастера доходило 40-45% от списанной со счёта абонента суммы – половину забирал оператор, небольшой процент оставляла себе партнёрская программа.

У операторов сотовой связи были свои трудности – им приходилось маневрировать между желанием побольше заработать и опасностью угодить под праведный гнев абонентов, являющийся к ним в образе Роскомнадзора. Благодаря усилиям этой Федеральной службы

серьёзно закручивались гайки, и ОпСоСы были вынуждены соблюдать становящиеся всё жёстче и жёстче требования. Например, указывать условия и цену услуг на видном месте, а не прятать их серым мелким шрифтом в подвале сайта или вводить дополнительные уведомления абонентов о предстоящем списании и его размере (согласие на оказание услуг в явном виде – Advice of Charge, АОС).

Все эти требования, безусловно, заметно били по доходам операторов и со временем дурить народ становилось сложнее. Хотя иногда им удавалось на короткое время (2-3 дня) устраивать самые настоящие праздники – например, позволяли абонентам уходить в минус или отключали АОС. Именно в один из таких подарочных периодов всего за сутки ко мне с диет пришла шокирующая для того времени сумма заработка в половину месячной зарплаты на основном месте работы.

Тем не менее, такие праздники случались редко, и в целом ситуация медленно, но верно двигалась к всё большему ограждению доверчивых пользователей от подстерегавших их на каждом шагу открытых люков непрошенных мобильных платежей. К уже упомянутым требованиям уведомления о цене и АОС добавлялись полные запреты совсем уж обманных тем (невероятно хитовых и прибыльных в период своего появления): смс-пеленгаторы (якобы определение местонахождения абонентов), аудио-наркотики (наборы непонятных звуков, якобы дающих наркотический эффект), чтение чужих смс (опять же, якобы), обновление OperaMini, блокираторы социальных сетей и так далее.

Со временем операторам пришлось создавать абонентам дополнительные отдельные счета, предназначенные только для совершения мобильных платежей. Но всё равно с завидной регулярностью находились какие-то ходы и лазейки, позволяющие, со слов ОпСоСов, «упростить своим абонентам доступ к контент-услугам».

Стоит отметить, что смс-платежи (во всей их красе) – явление, зародившееся сугубо на территории СНГ. В цивилизованных западных странах подобные методы оплаты распространены не были. Так что это, можно сказать, наша национальная гордость.

Подписки

Говорят, что операторы сотовой связи чуть ли не половину всего своего дохода получали именно с предоставления в аренду коротких номеров. Поэтому, когда смс-оплата в народе стала стойко ассоциироваться с откровенным лохотроном, потребовалось изобрести новый метод сбора платежей с абонентов.

Этим новым методом стали МТ-подписки. Они позволяли списывать со счёта вляпавшегося в них абонента не всю стоимость услуги сразу, а делать это небольшими автоматическими платежами каждые 1-5 дней. Списания часто были «тихими» – то есть абонент никак не оповещался о том, что со счёта его мобильного телефона систематически уходила хоть и небольшая (в районе 20 рублей), но регулярная сумма.

Несмотря на растянутый во времени доход, новый метод оплаты неплохо зашёл в работу, и подписки начали своё распространение по интернету. Активно пользующиеся мобильным телефоном люди могли не замечать небольшие списания среди прочих своих расходов на услуги связи.

Чтобы отказаться от подписки, нужно было звонить оператору, объяснять ситуацию и просить об отключении, что большинству делать было или лень, или как-то неудобно (особенно, если на него оформили подписку эротического характера). Поэтому разбираться предпочитали немногие. Источники информации, имевшие опыт работы в call-центрах операторов сотовой связи, оценивают число таких звонящих в 10-15%. Остальные предпочитали не замечать нежелательные списания (или делать вид, что не замечают). При этом в сценариях разговора с негодующими абонентами есть инструкция, предписывающая, например, не отключать сразу все висящие на пользователе подписки до тех пор, пока он явно не попросит об этом. То есть, если у абонента оформлено 3 подписки, и он звонит с жалобой только на одну из них, то эту одну-то ему отключат, но про остальные сами не уведомят.

Это большой бизнес и по-настоящему большие деньги, поэтому подписывалось в те времена всё, что можно и что нельзя, даже симки от USB-модемов. Пользователей мобильного интернета на сайтах поджидали WAP-click подписки, для оформления которых требовалось лишь нажать по безобидной на первый взгляд кнопке «Смотреть», «Слушать» или «Скачать», что автоматически означало согласие на предоставление платной услуги. Операторы не гнушались навязыванием бесполезных подписок (вроде ежедневной рассылки анекдотов, погоды или гороскопов) под любыми предложениями, в том числе при помощи неосторожных действий абонента. Например, у разных операторов связи разные номера для проверки баланса, и бывало такое, что оператор вешал активацию подписок на наиболее вероятные для ошибочного набора номера. У многих операторов есть возможность запретить на своём номере активацию любых платных услуг, но по своей инициативе они об этом вам вряд ли расскажут.

Даже сейчас, несмотря на все гайки, закрученные против навязывания подписок, нужно оставаться внимательным к своим действиям в сети.

День знаний

Последний месяц 2010-го лета готовился к выходу на поклон. Приобретённый неделю назад за солидные деньги модуль антикапчи ВК радовал хоть и далеко не 100%-ным, но бесплатным распознаванием. Будущее приятно представлялось солидными по величине суммами, еженедельно приходящими из партнёрки на кошелёк.

Наступающее первое сентября обещало в очередной раз порадовать взгляд обилием молодых студенток на улицах города, а также почувствовать моральное облегчение просто от факта нахождения в стороне от суматохи начала нового учебного года.

Однако у администрации ВК были свои взгляды на этот праздник, и на стыке августа и сентября перестали работать все программы для рассылки приглашений. Пользователи софта привычно замерли в ожидании очередных обновлений своих инструментов, в то время как по форумам поползли тревожные слухи, извещающие об исчезновении кнопки «Пригласить в группу» в интерфейсе ВК и появлении новой функции «Рекламирывать группу».

А ранним утром первого сентября руководитель пресс-службы ВКонтакте официально сообщил, что теперь приглашать пользователей в группы смогут только их друзья, провозгласив тем самым смерть инвайтинга в ВК. Миллионы аккаунтов-ботов, с которых велась рассылка приглашений, замерли в бездействии.

Само же сообщение было более чем адресным:



По сути, этот ход можно расценивать как эффектную презентацию новой системы таргетированной рекламы ВКонтакте, с помощью которой теперь предполагалось осуществлять продвижение сообществ. Вполне ожидаемый и логичный шаг со стороны ВК. Дело было, конечно, не в «перегрузке сайта ботами» – просто они таким манёвром развернули в свою сторону полноводные реки рекламных бюджетов, которые до этого текли мимо них. Раньше рекламодатель, горящий желанием продвинуть свою группу, обращался за соответствующими услугами на тёмный рынок к занимающимся инвайтингом специалистам. Теперь же им не оставалось ничего, кроме как тратить свои бюджеты на официальную рекламу, неся эти деньги мимо посредников напрямую в ВК.

Эпоха инвайтинга закончилась, в рядах её работников воцарился разброд и смятение, и вместо поиска лёгкого заработка школьники обреченно возвращались за парты.

Весь софт (включая так и неокупившийся модуль распознавания капчи) был предан забвению.

Сентябрь стал последним месяцем моей работы в ВК. Больше я в эту социальную сеть не возвращался.

Вопрос выбора

После преподнесённого на День знаний подарка, на форумах стал популярным вопрос «Что делать дальше?» – какую другую социальную сеть стóит обременить своим присутствием взамен неблагодарного ВК. А то мы же и популярность их групп как инструмента рекламы подняли, и рекламодателей привели, и численность общей аудитории ВК своими ботоаккаунтами повысили, а они в ответ на всё это добро вот значит как...

Помимо ВК, какие-то крупные и заметные социальные сети можно было пересчитать по пальцам одной руки – американский Facebook и отечественные поделия Мой Мир вместе с Одноклассниками.

Место лидера общественного выбора занимал гигант Facebook (ФБ). На форумах было принято говорить, что давно уже пора переходить работать в социальные сети загнивающего запада, где численность аудитории не в пример больше ВК. Да и вообще, у зажиточных буржуев и денег больше, там у всех банковские карты, которые «тупые американцы» совершенно не стесняются использовать для онлайн-покупок – даже на смс разводить не нужно, только успевай платежи из долларов в рубли обменивать.

Но общественное мнение на то и общественное, чтобы быть заблуждающимся. Охотно говорящие про переход в ФБ интернет-ораторы не учитывали одной простой вещи: ФБ – первая в мире социальная сеть. Соответственно, она самая старая, и все детские болезни вроде паразитирующих на её теле спамеров она давно уже пережила, научившись эффективно с ними бороться. И те, кто пытался экспортировать свой подход из ВК напрямую в ФБ очень скоро обнаруживали, что тут, в отличие от творения Дурова, совсем не забалуешь. Уже тогда попытка просто залогиниться в ФБ с другого IP-адреса приводила к требованиям подтвердить правомерность доступа к аккаунту через указание деталей регистрационной информации или угадывание имён друзей по фотографиям.

Мои попытки перенести в ФБ свои белые темы с онлайн-играми тоже не привели ни к каким результатам. Зато я вдоволь насытился невероятно сложным, запутанным и неинтуитивным пользовательским интерфейсом ФБ. Это просто ад и погибель. Сложно представить, инопланетянам с какой планеты доверили его проектировать. И что было ещё хуже – весь ФБ постоянно тормозил. Именно после знакомства с оригиналом ко мне пришло понимание, какую грандиозную работу как с интерфейсом, так и оптимизацией быстродействия ВК провёл Павел Дуров. Называть его проект просто копией ФБ уже было бы, по крайней мере, невежественно.

Пообломав копыя о западную стену непонимания, я перевёл своё внимание на Мой Мир (ММ). Для которого, в отличие от ФБ, можно было найти актуальный и рабочий софт. Но эта социальная сеть отличалась одной гнусной особенностью. Как правило, на большинстве сайтов при достижении аккаунтом лимитов действий пользователю выдаётся сообщение о том, что хватит делать одно и то же, идите отдохните и попробуйте повторить это действие позже. В Моём Мире в таких ситуациях было принято просто молча включать фильтры. То есть ты, например, рассылаешь приглашения в группу. Рассылаешь, рассылаешь и тут начинаешь замечать, что народ в группе как-то перестал прибавляться, хотя ты ничего в своих действиях не менял. Ты продолжаешь приглашать дальше, а в итоге ничего не происходит. Что такое? А это ММ счёл твою деятельность подозрительной, но явно сообщать тебе об этом не стал – просто втихую пустил твои действия под фильтр. И ты сидишь, приглашаешь, и с твоей стороны всё выглядит будто приглашения действительно успешно отправляются, хотя на самом деле они уже никуда не уходят и никто, кроме тебя, их вообще не видит.

Не выдержав такой подлости, я оставил попытки примириться с Моим Миром. Её владельцы (компания Mail.ru) известны своим талантом частенько превращать в кривое убоже-

ство то, до чего дотягивались их длинные руки. Также эта социальная сеть прославилась ещё одним громким делом – под прикрытием нелепых поводов они завели показательное дело против паренька-разработчика софта для их сайта, имевшего неосторожность назвать программу своим именем (точнее фамилией). В принципе, цель публичной порки была достигнута, после чего эту компанию стали как честно ненавидеть, так и несколько побаиваться.

В конце списка возможных путей миграции на меня сиротливо озирались Одноклассники. Тогда их длинное название сокращали как ОД, а не как появившееся позже ОК (можете по этому признаку детектировать старожилов). На форумах коллеги по цеху сайт особо не жаловали – считалось, что это бесперспективная социальная сеть для недалёких домохозяек. Но мне порой прельщает входить узкими вратами, поэтому без особых раздумий я зарегистрировал там свой первый рабочий аккаунт.

Встреча Одноклассников

ОД, на который я зашёл впервые, был поистине ужасен. Возможно, вы не поверите, но он был даже хуже, чем сейчас. Вырвиглазное цветасто-аляповатое оформление пестрило вёрсткой в лучших традициях сайтов конца 90-х, разве что не хватало бегущей строки, падающих снежинок и бородатых анекдотов на главной странице (просто они были внутри). Юзабилити и пользовательский интерфейс застыли на уровне развития тех же времён.

Однако так было не всегда. Раньше было ещё хуже. Так как в течение двух лет до моего прихода это была, наверное, единственная социальная сеть, догадавшаяся сделать регистрацию платной.

С октября 2008-го года желающему присоединиться к Одноклассникам предлагалось заплатить небольшую сумму порядка 30 рублей для активации своей учётной записи. Причём сначала ничего не подозревающий пользователь регистрировался, заполнял форму, искал свою школу, подтверждал свой email, разгадывал кривую капчу и только после всего этого получал сообщение:

«Вы пользуетесь ограниченной версией сайта и не можете отправлять сообщения, оценивать фотографии, оставлять комментарии в форумах и посещать страницы других пользователей»

Так что будьте добры занести нам денежку – мягко намекали они. Мотивация же этих действий звучит не менее любопытно:

«Это вынужденная мера, необходимая для поддержания порядка на сайте и защиты всех пользователей от автоматической рассылки спама»

Видимо, их предыдущие способы борьбы со спамом в виде блокировки домена vkontakte.ru в личной переписке (некоторое время ОД не позволяли использовать название конкурента в сообщениях своих пользователей) оказались не очень эффективными и пришлось изобретать новые.

В этом спектакле абсурда и нелепых обоснований весь ОД. Даже после смены руководства (что и стало причиной возвращения социальной сети на рельсы здравого смысла и отмены платной регистрации), подход несколько выровнялся, но традиция держать своих пользователей за идиотов сохранилась.

Что примечательно, до начала взимания денег за регистрацию ОД являлись крупнейшей социальной сетью в России, после чего закономерно скатились в число отстающих, пропустив вперёд более адекватных конкурентов ВК и ММ. Несмотря на отговорки, единственным разумным объяснением этого суицидального решения является банальная жадность.

Как сообщалось в официальном пресс-релизе, решение об отмене платной регистрации было принято в связи с разработкой «новых эффективных способов борьбы со спамерами». Ирония заключается в том, что этих самых способов борьбы со мной я даже не замечал, как минимум, на протяжении полугода с момента знакомства с ОД. Под занавесом лжи глупые решения как принимались, так и отменялись.

Самое же большое личное разочарование ждало меня в самих группах Одноклассников, где, как оказалось, невозможно разместить активную ссылку – они могли быть только текстовыми. Этот факт серьёзно погасил мой энтузиазм, так как для большинства пользователей ОД сделать выделение текстовой ссылки, скопировать её и вставить в адресную строку браузера – задача, без преувеличений, непосильная.

Первые тесты подтвердили эту проблему, показав ожидаемо унылые результаты. Мысленно я уже списал потраченные на покупку PHP-скрипта инвайтера \$80 в убыток, как совсем недавно это было сделано с модулем автоматического распознавания капчи в ВК.

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.