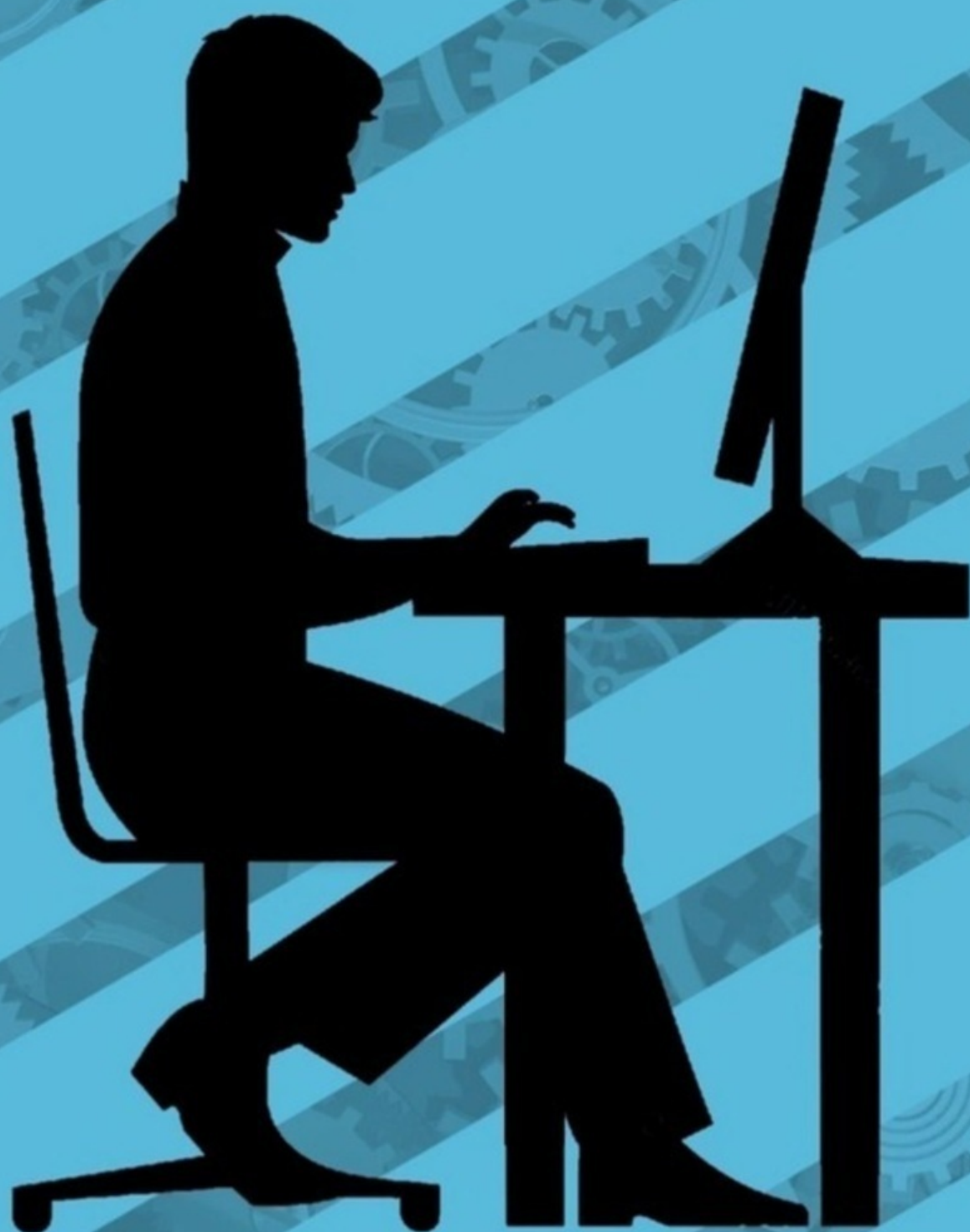


ДЛЯ ТЕХ, КТО ХОЧЕТ В ЭТОМ РАЗБИРАТЬСЯ

# ОСНОВЫ ЗАРАБОТКА В ИНТЕРНЕТЕ

Николай Лыткин



Николай Лыткин

# **Основы заработка в интернете**

«Издательские решения»

**Лыткин Н.**

Основы заработка в интернете / Н. Лыткин — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-517174-0

В книге изложены 13+ способов заработка в интернете, многие из которых представлены в нескольких вариантах. Благодаря данному руководству вы сможете выработать понимание, как можно заработать в интернете, а какие способы являются ложными. В книге рассматриваются такие способы заработка, как раскрутка в социальных сетях, блогерство, написание книг и статей, онлайн-репетиторство и многие другие. Организация "Meta Inc." запрещена на территории РФ.

ISBN 978-5-00-517174-0

© Лыткин Н.  
© Издательские решения

# Содержание

Оглавление	6
Вступление	7
Глава 1. Заработок на группах в социальных сетях	8
Глава 2. Партнёрские и реферальные программы. Арбитраж трафика.	18
Кэшбэк сервисы	
Партнёрские программы	18
О целесообразности заработка на партнёрских программах в наше время	21
Реферальные программы	22
Конец ознакомительного фрагмента.	26

# **Основы заработка в интернете**

**Николай Лыткин**

© Николай Лыткин, 2020

ISBN 978-5-0051-7174-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## **Оглавление**

## Вступление

Приветствую! Благодарю за проявленный интерес к моему курсу. В нём вы узнаете много интересного касательно темы заработка в интернете.

В книге довольно много информации. Поэтому вначале рекомендую бегло ознакомиться со всеми разделами, чтобы удовлетворить любопытство, а потом изучать разделы небольшими порциями, например, по одному-двум разделам в день. В книге представлена общая информация по заработку в интернете, различные фишки и полезные советы, представлены все необходимые ссылки для работы с проектами для заработка. Изучайте разделы постепенно, вчитываясь в каждую строку, так как именно в конкретной строке может быть ключевая информация. Если вам что-то непонятно, у вас есть какие-то пробелы в области ИТ, неясны какие-то термины, то ищите информацию в яндексе, гугле или на youtube. Её там предостаточно по всем разделам, изложенным в данной книге. В конце вас ждёт практическая часть, хотя вы должны применять на практике информацию из всех разделов, по тем способам заработка, которые вы собираетесь использовать. Что ж, начнём!

## Глава 1. Заработок на группах в социальных сетях

Как-то давно, спустя несколько лет после основания социальной сети Вконтакте, я сидел, собственно, в этом самом контакте и листал ленту... и думал, для чего эти администраторы сообществ лепят всякие посты, стараются выложить что-то интересное для пользователей, всячески поддерживают свои группы. Что, людям заняться больше нечем? Всё ради лайков, комментариев и репостов? Тогда я ещё не знал, какие деньги крутятся в этой сфере. Владелец хорошо раскрученной группы способен зарабатывать несколько миллионов рублей в месяц.

Как же устроен заработок на группах? Всё очень просто – владелец группы размещает в её ленте рекламу (рекламные посты), которую оплачивает рекламодатель. Чем в группе больше участников, тем дороже реклама. Также возможно размещение рекламных постов с указанием партнёрской ссылки владельца группы (см. главу **Партнёрские программы**) по инициативе самого владельца группы, зарегистрировавшегося в какой-либо партнёрской программе. Либо по договорённости с рекламодателем (вместо фиксированной оплаты за размещение рекламного поста рекламодатель платит комиссионные за каждую покупку его товаров или услуг с переходов по данной партнёрской ссылке). В этом случае также – чем больше участников в группе, тем больше человек увидит данную рекламную запись в ленте, тем больше человек ею заинтересуются, перейдёт по партнёрской ссылке и купит рекламируемый товар или услугу.

Так же можно использовать группы для продвижения своего бизнеса, то есть продавать в них свои товары и услуги.

Как же администраторы групп находят рекламодателей? Всё также очень просто – если группа хорошо раскручена, рекламодатели будут писать сами, будет просто шквал предложений. Стоит лишь оставить контакты администрации в разделе «контакты» группы (обычно указывают отдельный контакт с пометкой типа «по вопросам рекламы писать сюда») или сделать в группе возможность писать сообщения группе. Также для продажи рекламы в группах есть специальные биржи. Например, внутренние биржи самих социальных сетей, которые есть, например, в социальных сетях vk.com и ok.ru («вконтакте» и «одноклассники») или внешняя биржа. Биржи дают возможность рекламодателям находить интересующие их группы, в которых они хотели бы разместить рекламу, а владельцам групп, собственно, возможность продать размещение рекламы. Взамен биржа берёт себе небольшой процент от сделки по размещению рекламного поста. На биржах стоит акцентировать отдельное внимание, так как на них администраторам не сильно раскрученных групп гораздо легче найти рекламодателей. Во-вторых через биржу продавать рекламу безопасней. То есть, мала вероятность, что рекламный пост будет нарушать правила социальной сети, что может повлечь санкции в отношении группы, такие как предупреждение, штрафные баллы, и в самом худшем случае – блокировку или закрытие группы. При размещении рекламы через встроенную биржу социальной сети такая вероятность вообще исключена, так как там все рекламные посты проверяются модераторами самих социальных сетей. Но на встроенных биржах и больше комиссия со сделки. Однако, на бирже [sociate.rusociate](http://sociate.rusociate) посты также проходят проверку на соответствие правилам соц. сети, в которой рекламодатель желает разместить пост, таким образом, там вероятность размещения запрещённых постов также сведена к минимуму.

Сколько же участников в группе надо набрать, чтобы начать зарабатывать нормальные деньги на продаже на рекламы? Ответ: хотя бы несколько сотен тысяч (200—300 тыщ участников) – из расчёта стоимости рекламного поста 100 рублей за 100 тысяч участников. То есть, если у вас в группе, например, 300 тысяч участников, то стоимость поста (который будет, например, 1 или 2 часа на первом месте и 24 или 48 часов гарантированно присутствовать в ленте (именно такие условия размещения, как правило, имеют место на биржах)) составит 300 рублей. И таких постов вы будете размещать, например, 2—3 в день, больше особо не полу-

чится, так как по правилам vk на начало 2019, в группе можно размещать только 3 сторонних рекламных поста плюс 2 рекламных поста через встроенную биржу рекламы. Ну и плюс рекламные посты обязательно нужно разбавлять основным контентом. В «Одноклассниках» также есть свои лимиты на размещение промо постов, но там разместить больше, чем разрешено, будет сложно, так как в данной соц. сети промо посты перед размещением всегда модерятся. Конечно, 100 руб. за 100 тыщ участников – это ориентировочная цена. Бывают группы с миллионом участников, в которых пост 1/24 будет стоить не тыщу, а пять, а бывает, наоборот, пост в группе с 300 тыщами участников стоит не 300, а 100 рублей. Всё зависит от политики администрации, тематики группы, качества её участников (были ли участники набраны через мотивационные методы, иными словами, на буксах, или они вступали сами).

Ради интереса можно зайти, например, на выше упомянутую биржу [sociate](#), зарегистрироваться на ней, зайти в раздел «Рекламодателю» Площадки» и посмотреть, какие цены на размещение поста в различных группах (как правило пост размещается на 1 или 2 суток, из которых 1 или 2 часа пост будет находиться в самом верху ленты). Давайте посмотрим, какие примерно цены на рекламу имеют место в раскрученных группах вконтакте:

Сортировка: [Охват рекламы](#) [Участники](#) [Просмотры](#) [CPM](#) [Цена](#)

<b>AUTO</b> Авто/мото + Время отклика 3 часа Успешность 97%	<b>2 573 573</b> подписчиков	<b>83 304</b> охват рекламы	<b>2 880 р.</b> CPM 34 р. 1 / 24 часа	☆ 🗑️
30.01. (Ср) 31.01. (Чт)	<a href="#">Посмотреть другие даты</a>			
<b>Онлайн кино: фильмы, сериалы</b> Кино + Время отклика 12 часов Успешность 94%	<b>5 379 062</b> подписчиков	<b>66 791</b> охват рекламы	<b>5 086 р.</b> CPM 76 р. 1 / 24 часа	☆ 🗑️ Дополнительно
30.01. (Ср) 31.01. (Чт)	<a href="#">Посмотреть другие даты</a>			
<b>Дзен</b> Юмор + Время отклика 3 часа Успешность 100%	<b>2 821 924</b> подписчиков	<b>53 869</b> охват рекламы	<b>4 320 р.</b> CPM 80 р. 1 / 24 часа	☆ 🗑️
30.01. (Ср) 31.01. (Чт)	<a href="#">Посмотреть другие даты</a>			

Как видите, в миллионниках, в большинстве вариантов цена рекламы, действительно, примерно 100 рублей за 100 тыщ участников. А что же в менее раскрученных группах? Давайте в поиске поставим цену до 500 рублей и посмотрим:

Социальная сеть **ВКонтакте** Одноклассники Instagram

Тематика

Ключевое слово

Метки

Цена от  Цена до

CPM, не более  Охват рекламы, от

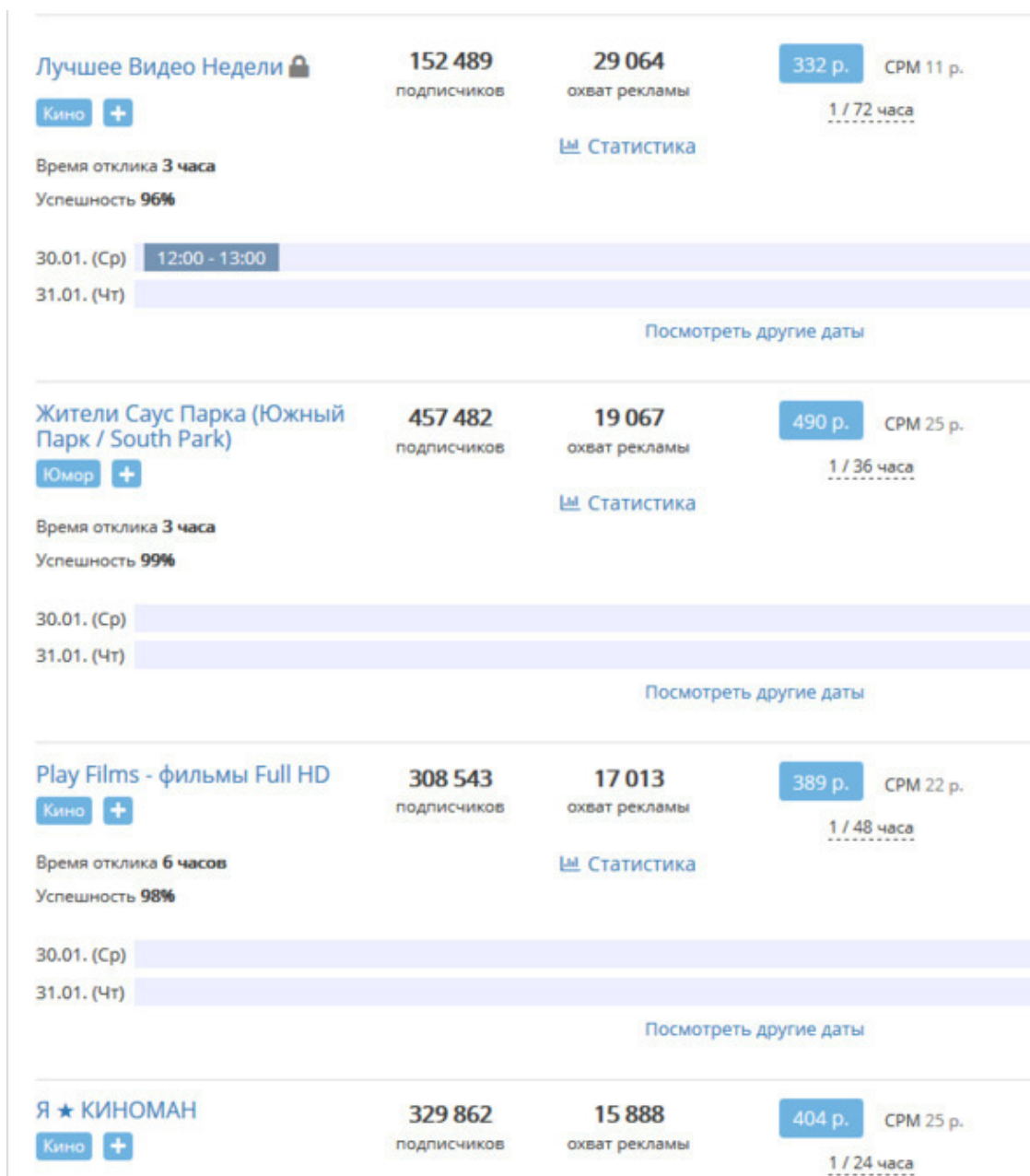
Участников, от

Внешние ссылки разрешены

Исключить закрытые сообщества

Моё избранное

[Расширенный поиск](#) [Сбросить фильтр](#)



Как видите, цифры тоже в среднем очень похожи на 100 рублей/100 тыщ участников.

Аналогично, можно посмотреть цены на размещение рекламы в группах в социальной сети «Одноклассники» и Instagram, щёлкнув в настройках поиска по названию одной из этих сетей в пункте «Социальная сеть».

Параллельно, можно зайти в эти группы, кликнув по их названию, и посмотреть, сколько там примерно в день размещается рекламных постов и таким образом вычислить примерный заработок их владельцев. Рекламные посты легко отличить от основных – они помечены, что они рекламные, например, Вконтакте рекламные посты помечаются как «Рекламная запись», а в одноклассниках они публикуются с пометкой «Промо». За размещение рекламных постов без соответствующей пометки администраторов групп ждут санкции. Исключение составляют случаи, когда рекламный пост соответствует тематике вашей группы (например, у вас паблик по саморазвитию и вы рекламируете какой-нибудь обучающий курс или семинар). Биржа при размещении поста автоматически проставляет пометку, что он рекламный.

Также не стоит забывать про партнёрские программы, то есть, возможность не искать рекламодателей, а зарегистрироваться в партнёрках и размещать свои рекламные посты со своими партнёрскими ссылками. (Кстати, если в свою группу вы наберёте целевых участников для товаров и услуг, которые вы собираетесь продвигать, то для заработка вам уже нужно будет не несколько сотен тысяч, а всего несколько тысяч участников, максимум, несколько десятков тысяч (в зависимости от того, насколько целевыми будут участники). Подробнее об этом рассказывается в разделе по продвижению партнёрских программ). Особенно, если есть возможность постить их не как рекламные записи, а как обычные посты (если они соответствуют тематике группы). Так как рекламные посты, как правило, показываются в основной ленте реже обычных, и количество их публикаций в день ограничено. Однако, здесь нужно соблюдать осторожность, так как администрация соц. сети может посчитать, что они не совсем соответствуют вашей тематике, или посты по данной теме вообще запрещены правилами, в этом случае к Вам могут быть применены санкции вплоть до блокировки группы. Поэтому, если нет уверенности, что рекламируемый проект разрешён правилами, лучше разместить его с пометкой, что он рекламный с отправкой на модерацию промо-постов. Во всяком случае, в социальной сети «одноклассники» все промо-посты проходят модерацию; вконтакте, насколько мне известно, есть запрещённый набор ссылок, которые нельзя размещать, а модерацию рекламные посты перед размещением в данной соц. сети не проходят.

Вот мы и подобрались к самому сложному – это раскрутке групп. Создать и наполнить контентом группу легко, а вот набрать живых участников на данный момент (2018—2019 год) очень сложно. Во всяком случае, очень тяжело набрать сотни тысяч и миллионы участников для продажи рекламы разноцелевым рекламодателям. Несколько тысяч участников для собственных продаж и продвижения партнёрских товаров в узкоцелевом сегменте набрать ещё вполне реально, об этом в разделах ниже. Сейчас пока что поговорим о раскрутке групп для продажи рекламы, а для этого надо много участников.

На заре появления социальных сетей, те, кто вовремя просекли фишку, набрали свои миллионы участников, так как тогда всё это было в диковинку, у людей не было выбора среди огромного количества существующих ныне пабликов. Кто-то создал, скажем, юмористическую группу, например, «Анекдоты», и люди массово туда повступали и заодно пригласили своих друзей, потому что других групп было мало... И аналогично, с другими тематиками – авто, садоводство, путешествия, саморазвитие, игры и многие другие... Плюс, тогда была возможность приглашать произвольных людей в группы, сейчас эта возможность осталась только в социальной сети «Одноклассники», и то, она там ограничена. В данный момент нужно придумать что-то из ряда вон выходящее, чтобы люди начали массово вступать в твою группу, либо раскручивать группу, сопряжённую с ютьюб каналом, призывая на нём вступать в неё, но для этого нужен, собственно, раскрученный ютьюб канал.

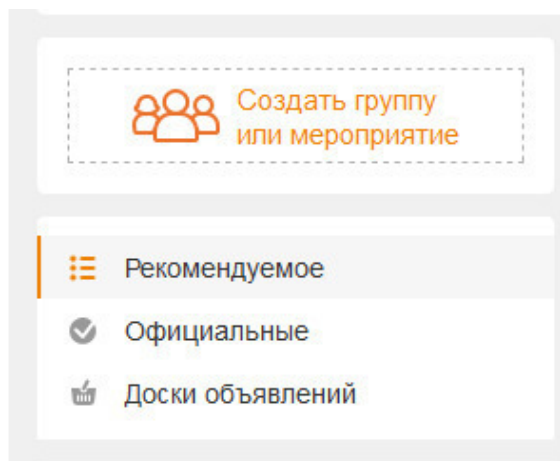
Возможно продвинуться на «одноклассниках», если есть возможность приглашать в группы с нескольких адресов (об этом ниже), либо вложить большие деньги в рекламу, но это рискованно, так как деньги для раскрутки с нуля должны быть очень большими, соизмеримые со стоимостью жилья в крупном городе. Сейчас в интернете есть специальные курсы по SMM продвижению, есть отдельные книги посвящённые этой тематике. Возможно, в них есть какие-то секреты, которые позволят и в настоящее время раскрутить группу с минимальными затратами. Хотя, если кто-то найдёт какие-то способы для этого, скорее всего, он не будет этим делиться с другими, а будет сам зарабатывать на группах. Ведь если о них узнает большинство, эти способы или даже сам заработок на группах уже будут неэффективны. У меня есть идея как эффективно раскрутить свою группу в настоящее время – нужно массово призывать людей вступать в неё и главное – приглашать в неё всех своих друзей. Для этого, собственно, нужно наладить контакт с людьми. Как вариант, оказывать в интернете или в реальном мире какую-нибудь небольшую бесплатную услугу, обеспечив большой поток людей, которые к вам за ней

обращаются. А после её оказания ненавязчиво рассказывать им о своих группах в социальных сетях, предлагать в них вступить и просить пригласить в них своих друзей. Наверняка, многие из них хотя бы из чувства благодарности сделают это, особенно, если ваши паблики будут интересными и полезными.

Скажу также несколько слов о серых способах раскрутки пабликов. Это накрутка ботов через специальные сервисы, коих сейчас довольно много, и покупка взломанных аккаунтов и приглашение с них друзей в свою группу. Ни одним из этих способов не стоит злоупотреблять, так как если накрутить много ботов сразу, то соц. сеть может забанить вашу группу за накрутку. Плюс такую группу будет сложно монетизировать – если продавать в ней рекламу — это будет прямым обманом рекламодателя, ну и размещать рекламу по своим партнёрским ссылкам в такой группе так же бесполезно. Единственно, с БОльшим количеством участников группа будет выше в поиске, и её могут найти и посетить реальные люди. Плюс это создаст видимость популярности группы и простимулирует уже живых людей вступать туда. Поэтому при продвижении группы несколько тысяч или хотя бы несколько сотен ботов добавить всё-таки надо, но делать это плавно, в течение нескольких дней. Что касается приглашения друзей со взломанных аккаунтов – то если это делать с одной машины (с одного ip-адреса) то соц. сеть после определённого аккаунта заморозит все аккаунты, под которыми вы заходили и приглашали с них друзей в группу (во всяком случае, так точно делает «вконтакте» с указанием причины в виде приглашения друзей в вашу группу), ну а если пользователя заметят, что с их страниц приглашают друзей без их ведома в неизвестные им группы, они рано или поздно пожалуются администрации соц. сети, и вашу группу также скорее всего закроют. Поэтому этот способ вообще не стоит использовать. Единственное, некоторые люди регистрируют фейковые аккаунты, раскручивают их, набирая много друзей, а потом продают. (О таком способе заработка в книге также есть **соответствующий раздел**). Если периодически покупать такие аккаунты и приглашать с них, то это допустимо. Но нужно быть уверенным, что это не взломанные аккаунты, а созданные и раскрученные с целью продажи.

Также есть различные сервисы по накрутке оффёров. Оффёр – в данном случае человек, вступающий в группу не по интересам, а за небольшое вознаграждение. В данных сервисах нужно либо выполнять аналогичные задания в социальных сетях, набирая баллы (ставить лайки, делать репосты, вступать в чужие группы и т. д.), либо, заплатив определённую сумму, купить эти баллы. И уже за баллы заказывать выполнение своих заданий такими же офферами. Так, может быть, когда-то эти сервисы и были эффективны, но сейчас для раскрутки групп они практически бесполезны и даже опасны. Так как социальные сети сразу блокируют оффёров за подозрительную активность, особенно тех, которые активно вступают в группы (за активные лайки особо не банят) – в вк они сразу становятся «собачками», в ок – пропадают. Также после такой накрутки их могут просто списать, то есть удалить из группы. Поэтому, по мнению автора книги, лучше пользоваться сервисами, которые сразу заливают ботов и делают это качественно и аккуратно – данных ботов не спишут и не заблокируют. Например, можно воспользоваться сервисом [autosmo](http://autosmo.com).

Как же я представляю начало бизнеса на группах в 2018 году? Рекомендую остановиться на социальной сети «Одноклассники», так как, во-первых, там до сих пор осталась возможность приглашать людей в группы, во-вторых, её основная аудитория – это зрелые люди в возрасте в среднем за 30 лет, в отличие от социальной сети «в контакте», которая хоть и считается самой популярной в России, но её активную аудиторию составляют в основном школьники и студенты, которые куда менее платёжеспособны. Итак, создайте в «одноклассниках» новую группу (в разделе групп кнопка «Создать группу или мероприятие»).



Какой тип группы выбрать – группа по интересам или публичная страница зависит от тематики вашей группы. Например, если вы создаёте юмористический паблик, выберете лучше публичную страницу (название говорит само за себя) – вы будете просто размещать в ленте различные юмористические посты и получать обратную связь от участников в виде лайков, репостов и комментариев. Если же вам нужно более интерактивное сообщество, например с тематикой «Путешествия и поиск попутчиков», то выберете лучше тип сообщества «Группа по интересам», создайте в ней отдельные разделы, в которых участники смогут оставлять свои записи, а в основную ленту также добавляйте свои посты, например, фотографии и описания различных красивых мест планеты, репосты видео различных мест и мероприятий, репосты статей на тему туризма и путешествий и т. д. В любом случае и публичную страницу, и группу можно монетизировать. Определившись с тематикой и выбрав тип группы, загрузите аватар вашей группы, подходящий по тематике. На первое время в качестве аватара можно взять какую-нибудь картинку из интернета, например, из яндекс или гугл-картинок. Однако, потом, когда вы раскрутите свою группу, лучше заказать аватар у фрилансера или сделать самому, так как если правообладатели увидят, что вы используете их картинку в раскрученной группе в коммерческих целях, они могут предъявить вам претензии, в том числе и подать в суд.

После создания группы и загрузки аватара наполните её контентом. Добавьте 10—15 постов, соответствующих тематике группы. Примеры постов можно посмотреть в раскрученных группах схожей тематики. Также возможно выбрать обложку – сайт «Одноклассники» предоставляет такую возможность для оформления группы. С красивой обложкой группа будет выглядеть более привлекательно. После добавления контента займитесь первоначальным добавлением участников – для этого пригласите в группу всех своих друзей, а также попросите всех своих знакомых напрямую вступить в вашу группу и также пригласить в неё всех своих друзей. После того, как первоначальные участники набраны, дайте группе немного «отстояться» (7—10 дней), параллельно можно продолжать размещать в ней тематические посты, хотя бы через день-два по одному посту. Затем залейте в группу несколько сотен или тысяч ботов для создания эффекта, что ваша группа имеет определённую популярность. Заказать ботов будет стоить недорого, где-то 20—50 копеек за человека. Сервисов, предоставляющих данную услугу сейчас довольно много – запросто найдёте в яндексе или гугле. Если вы не определились с сервисом по накрутке, то, как я уже писал выше, могу порекомендовать сервис [autosmo](#) – я сам несколько раз им пользовался, никаких проблем с ним не возникало. Как я уже писал выше, не стоит заливать сразу несколько тысяч в один день. Заказывайте, например, по 300—500 человек в день на протяжении нескольких дней. Далее необходимо начать приглашать в группу живых людей. Я рекомендую приглашать из других групп, то есть, заходить в другие группы в раздел «Участники», наводить курсор мыши на каждого человека до появ-

ления выпадающего меню, и далее в этом меню выбирать пункт «Пригласить в группу». Наводить лучше на имя и фамилию, так как на фото могут быть различные украшения, которые будут выводить своё всплывающее меню вместо основного. Вариант приглашения из групп лучше, так как отображается сразу много пользователей в одном месте, не нужно заходить на страницу каждого человека и оставлять следы, что мы были у него на странице. Также при открытии участников групп обычно в начале отображаются новые и активные участники, то есть, мы не будем приглашать людей, которые давно не заходили на сайт.

Приглашение в группы произвольных людей в «одноклассниках» ограничено. До конца 2018 года при приглашении за один раз большого количества пользователей, страницу, с которой осуществлялось приглашение, замораживали за якобы подозрительную активность. Для разморозки нужно было запрашивать смс-код на телефон для её разморозки. После 10-й заморозки в течение не очень продолжительного времени страницу блокировали насовсем за нарушение правил сайта и могли разблокировать, только если написать в поддержку. Если же приглашать людей с перерывами (то есть не сразу нажать 50 человек, а, например, по 5 через интервалы 20—30 минут), то страницу не замораживали, но всплывало окно лимитов с текстом типа «Вы слишком часто приглашаете людей в группы, пожалуйста, попробуйте позже». Поэтому нужно было искать баланс между количеством приглашённых участников за раз и интервалами между приглашениями. Причём, страницы, с которых не приглашали до этого людей в группу, были более «живучи», с них можно было пригласить больше участников до заморозки. Например, со свежесозданной страницы можно было приглашать сразу по 70 участников без перерыва на протяжении нескольких дней и её не замораживали. Потом, после первой заморозки где-то 50 участников... А страница, с которой уже давно приглашают, могла быть заморожена за единоразовое приглашение 20—25 пользователей.

С конца же 2018-начала 2019 года ограничения на приглашения поменялись, как я считаю, в лучшую сторону. Теперь страницу, с которой приглашаешь, не замораживают (во всяком случае, мне славивать заморозку больше не приходилось), но после 10 непрерывных приглашений в одну группу выходит сообщение, что по данной группе превышен лимит приглашений. Но данный лимит пропадает в течение минуты, и можно приглашать опять. Потом всплывает общий лимит аккаунта, который будет действовать в течение нескольких часов (но лучше подождать где-нибудь сутки, так как после нескольких часов он опять всплывёт после нескольких приглашений). Таким образом, если чередовать аккаунты, то можно уже безнаказанно приглашать несколько сотен людей в день и получать с них, соответственно, 50—100 подписчиков или даже больше, в зависимости от заинтересованности к вашей группе.

Я рекомендую не приглашать пользователей со своего основного аккаунта, от имени которого была создана группа, а создать для этой цели несколько аккаунтов, добавить их в вашу группу, сделать их администраторами (без этого не получится приглашать) и приглашать с них. Перед тем как сделать созданные аккаунты администраторами вашей группы и начать с них приглашать, нужно добавить на них несколько десятков друзей для имитации подлинности анкет и дать им «отстояться» неделю-другую. Набрать друзей можно, зайдя в специальные группы типа «Добавь в друзья», «Взаимопиар» и т. д. Это группы созданы специально для набора друзей в свои профили и обмена лайками и комментариями. Я рекомендую создать 3—4 аккаунта для приглашений. При приглашении, как я уже писал выше, возможно чередовать аккаунты через день (сегодня приглашать с одних, завтра с других и т. д.), чтобы аккаунты успевали «отдыхать».

Кроме того, будет очень здорово, если у вас будет возможность раскручивать группу вместе с вашими родственниками, которые живут на другой квартире и тоже создадут несколько аккаунтов и будут приглашать с них. Так как если вы создадите слишком много аккаунтов и будете заходить с них с одного компьютера, то у алгоритмов сайта может возникнуть подозрение в их подлинности и их все могут заблокировать. Для использования большого количе-

ства аккаунтов нужно использовать какие-либо анонимайзеры IP, сервисы VPN, чтобы была эмуляция активности с разных адресов. Либо подключить себе второй интернет-провайдер специально для этих целей и приглашать с 3—4 аккаунтов на одном провайдере и с 3—4 – на другом. Ну или договориться с соседями, чтобы они дали вам свой пароль от wi-fi и приглашать с соседского IP, при этом браузеры также лучше менять, чтобы кэш браузера при входе на сайт был у каждого аккаунта разным (хотя бы у некоторых).

Также существуют автоматические программы и плагины для приглашения, они позволяют работать сразу с несколькими аккаунтами, эмулировать работу с разных компьютеров, приглашать с заданными интервалами по заданному расписанию. Можно найти уже готовую программу, либо заказать такую у фрилансера под свои нужды, что выйдет дороже, зато будет соответствовать всем вашим запросам. Я рекомендую программу для работы с социальной сетью «Одноклассники» [ok sender](#) – это продвинутый инструмент для автоматической работы с социальной сетью «Одноклассники». В версии [ultra](#) вы можете работать сразу с большим количеством аккаунтов в одном окне, а приобретя доступ через проху (что стоит совсем недорого) эмулировать работу с разных адресов, и вам даже не понадобится сотрудничество с родственниками. В бонусной части данной книги как раз показывается, как с помощью [ok sender ultra](#) раскрутить свою группу.

Можно попытаться также раскрутить свою группу с помощью рекламы. Например, размещая рекламные посты своей группы в других группах той же социальной сети. Это можно сделать через те же биржи рекламы, зайдя на них в качестве рекламодателя. Либо заказать рекламу на ютьюбе у блогеров, тематика которых по вашему мнению привлекает людей, способных заинтересоваться тематикой вашей группы. Но в наше время это уже будет малоэффективно. Даже если у вас интересная группа, не исключен вариант, когда вы будете получать 10 подписчиков с рекламного поста ценою в 1000 рублей. Если вы видите, что сливаете деньги впустую, что гораздо проще получать участников с приглашений, не тратьте деньги. Сейчас хорошо тем, кто уже имеет миллионные группы – они могут создать новые группы и рекламировать их в своих же этих миллионных группах, переливая туда участников и получая новые источники доходов. Рекламироваться же в чужих группах будет слишком накладно и в настоящее время совсем неэффективно.

После того, как ваша группа наберёт определённое количество участников, например, несколько десятков тысяч, можно использовать такой метод раскрутки, как взаимопиар. То есть, договариваться с владельцами других групп, у которых примерно такое же количество участников, о взаимном размещении рекламы (вы рекламируете их группу, а они – вашу).

При размещении контента в группе следует понимать, что лучше реже постить контент, но качественный, чем чаще, но посредственный. Пользователи вряд ли будут отписываться из вашей группы, если не увидят в своей ленте записи от неё, но если они будут видеть там посты, которые будут их раздражать, то отписка не заставит себя ждать. Поэтому, если вам нечего запостить и нет времени на поиск чего-то качественного, лучше ничего пока не размещайте, подождите несколько дней, когда будет время. Конечно, забрасывать группу тоже не стоит, из заброшенной группы люди также начнут отписываться, как только поймут, что она стала таковой...

Вот, наверно и всё, что я хотел сказать в этой книге по заработку на группах. Ещё не стоит забывать про относительно молодые социальные сети – инстаграм и телеграм (последний, правда, является не совсем соц. сетью, а мессенджером), в которых также можно раскрутить и монетизировать свою страницу. Причём, некоторые эксперты утверждают, что в настоящее время это будет перспективнее, чем группы в vk или ok. Кроме того, есть сервис [pinterest.ru](#), который как и инстаграм является скорее фотохостингом, чем социальной сетью. На данном сервисе вы можете размещать изображения, и также набирать подписчиков, раскручивая свою доску. Также есть ещё социальная сеть facebook, я с ней мало имел дело, поэтому упоминать

её здесь не стал, но полагаю, что бизнес на группах в ней будет схож с бизнесом на группах в ВК и ОК.

Кстати, скажу в этой главе ещё одну важную вещь. Сейчас можно купить готовые группы, в том числе и с большим количеством подписчиков (от миллиона и более), но и стоят они будут соответственно (в лучшем случае, рубль за участника). Однако, вполне возможно, что участники в этих группах будут накручены (как минимум, их большая часть), либо продавец изначально намерен кинуть покупателя, например, после продажи придя в офис соц. сети и вернув группу на себя (так как официально продажа групп соц. сетями не предусмотрена) – другого объяснения зачем продавать группу по цене ~1 рубль за участника, если сейчас раскрутка обойдётся гораздо дороже, я не вижу. Но, тем не менее, вы можете на свой страх и риск зайти на биржу продажи групп (например, сюда: <https://smmass.ru>) и купить там сообщество (не обязательное миллионное, а то, на которое у вас хватит денег). Можно перед покупкой пообщаться с продавцом, чтобы он озвучил доход, которое приносит данное сообщество, и привёл доказательства его получения. Если вас всё устроит, то вполне может быть, что вы «малой кровью» получите источник пассивного дохода.

## Глава 2. Партнёрские и реферальные программы. Арбитраж трафика. Кэшбэк сервисы

### Партнёрские программы

В данном разделе мы поговорим о партнёрских программах. Что же это такое? Партнёрские программы – это система сотрудничества между какими-либо ресурсами, продающими свои товары или услуги, и людьми, которые за определённое вознаграждение способствуют продажам данных товаров или услуг с этих ресурсов.

При регистрации в какой-либо партнёрской программе (далее ПП) для каждого пользователя проектом автоматически генерируются партнёрские ссылки – по каждому продвигаемому товару или услуге своя ссылка. Каждая партнёрская ссылка ведёт на страницу продаваемого товара или услуги, причём система засчитывает переход именно с неё. И если зашедший по данной ссылке человек совершит покупку на этом сайте, то участнику партнёрской программы, по чьей ссылке был осуществлён переход, начислится вознаграждение в виде определённого процента от стоимости покупки, либо какое-либо другое, оговорённое заранее.

Как нетрудно понять, задача партнёра после регистрации в ПП сводится к распространению своих партнёрских ссылок, чтобы как можно больше пользователей интернета перешли по ним, заинтересовавшись продвигаемыми товарами или услугами. Этот поток пользователей на сленге людей, ведущих заработок на партнёрках, называется *трафиком*. Пользователи, которые купили товар или услугу или сделали какие-либо действия на пути к их покупке (оставили свой телефон, заполнили предварительную анкету и т.д.) на этом сленге называются *лиды*.

Существует два основных способа распространения своих ссылок и, соответственно, направления трафика по ним на партнёрские сайты: первый из них – это спамить, второй – использовать официальную рекламу. Под спамом подразумевается нежелательная рассылка по e-mail пользователям, которые на вашу рассылку не подписывались, оставление сообщений на форумах и в группах соц. сетей с открытыми стенами, отправка личных сообщений пользователям соц. сетей и т. д. Сразу скажу, многие проекты в своих партнёрских программах не только запрещают использовать спам для продвижения своих товаров по партнёрским ссылкам, но и разрешают использовать не все источники трафика с официальной рекламы. При переходе пользователя на партнёрский сайт определяется источник перехода, то есть сайт, откуда пришёл данный интернет-пользователь, поэтому обмануть систему в большинстве случаев не получится, а при нарушении правил ПП, как правило, проект прекращает работу с нарушившим правило партнёром и не выплачивает ему заработанное вознаграждение. Тем не менее, в книге есть раздел, посвящённый продвижению партнёрских программ бесплатными методами.

Кроме того, многие партнёрские программы запрещают покупку товаров и услуг по своим же партнёрским ссылкам, получая таким образом скидку. При выявлении фактов покупки по своим ссылкам вознаграждение партнёрам, нарушившим это правило, обычно также не выплачивается. Поэтому, если хотите что-то по своей же ссылке купить, лучше попросить это сделать своих знакомых за ваши деньги, либо законспирировать свой IP и выполнить покупку с другого браузера.

Теперь остановимся поподробней на официальной рекламе – это могут быть объявления в яндексе или гугле (яндекс direct и google adwords), покупка рекламы в соц. сетях, в группах соц. сетей, покупка рекламы у блогеров на youtube, реклама на каких-либо сайтах, реклама на всплывающих уведомлениях и т. д. Соответственно, деятельность по покупке рекламы

чужих товаров и услуг на чужих ресурсах, с целью получения партнёрского вознаграждения с продаж называется *арбитражем трафика*.

Также можно размещать рекламу на собственных ресурсах – если у вас есть свои достаточно раскрученные группы в социальных сетях, ютьюб-канал, сайты... Главное, чтобы выбранные вами ресурсы были разрешены правилами данной партнёрской программы.

Как же находить проекты, у которых есть партнёрские программы? Можно на сайтах различных интернет магазинов искать ссылку типа «Партнёрская программа» или «Стать партнёром», которая обычно размещена мелким шрифтом вверху или внизу сайта. Если интересуется продажа электронных видеокурсов и тренингов, то есть такой сайт, как [info-hit.ru](http://info-hit.ru), на нём представлено большое количество различных курсов и тренингов, за каждым из которых стоит свой автор. Большинство авторов на этом сайте имеет свою партнёрскую программу. Для того, чтобы стать партнёром выбранных авторов достаточно просто зарегистрироваться на этом сайте, затем зарегистрироваться в ПП понравившихся авторов. Вся статистика переходов и покупок по вашим ссылкам будет отображаться в вашем личном кабинете по всем авторам, партнёром которых вы стали. Также есть такие сервисы, как [e-autopay](http://e-autopay) и [justclick](http://justclick), которые позволяют инфобизнесменам (авторам курсов и тренингов) вести свои партнёрские программы (также у этих сервисов есть и другие функции, например, ведение e-mail рассылки подписавшимся пользователям, но речь сейчас не о них). Эти сервисы и позволяют распределять средства между инфобизнесменами, чей видеокурс или тренинг купили, и партнёрами, по чьей партнёрской ссылке была сделана покупка. Что очень удобно и честно – после оплаты покупки часть денег сразу зачисляется на счёт автора, а часть денег, которое составляет партнёрское вознаграждение – на счёт партнёра, плюс на этих сервисах ведётся статистика по переходам по вашим партнёрским ссылкам. Сервисы существуют за счёт оплаты от авторов курсов по определённым тарифам (в зависимости от функций, которыми пользуется автор). Раньше на info-hit партнёрские программы работали через эти сервисы, сейчас же для некоторых авторов сам сайт info-hit взял на себя функцию ведения партнёрских программ (вся работа с партнёрской программой этих авторов ведётся в личном кабинете info-hit). Другая же часть авторов, работающих на [info-hit.ru](http://info-hit.ru) продолжает вести свои партнёрские программы через e-ауторау и justclick. Кроме того, есть сервис [glopart.ru](http://glopart.ru), который также позволяет продавать инфопродукты по партнёрским программам.

Если вы будете продавать инфопродукты, то обязательно ознакомьтесь в интернете с информацией об их авторе, по возможности убедитесь, что выбранный вами инфопродукт соответствует описанию, представленному на продающем сайте. Так как бывают случаи продажи некачественных инфопродуктов, особенно по тематике заработка.

Ну и конечно же есть специальные биржи партнёрок, которые ещё называются *CPA-сетями*. Яркими примерами CPA-сетей могут быть такие ресурсы как [m1-shop.ru](http://m1-shop.ru) и [kma.biz](http://kma.biz). Все товары, услуги, а также какие-либо проекты, представленные для продвижения партнёрами в CPA-сетях называются *офферами*. Вообще, аббревиатура CPA расшифровывается как Cost Per Action (цена за действие). То есть, на данных биржах оплата начисляется за определённые действия на сайтах-партнёрах, которые выполняют люди, перешедшие по вашим партнёрским ссылкам. То есть, на целевых сайтах клиент не обязательно должен купить выбранный товар или услугу, а например, заполнить какую-то анкету или зарегистрироваться и начать играть в онлайн игру, и уже за это начисляется вознаграждение. Но большинство офферов, представленных в CPA-сетях, всё же являются товарными и требуют покупки какого-либо товара.

Push уведомления.

В настоящее время большую популярность получили так называемые push-уведомления. Это всплывающие сообщения браузера, на которые вы подписываетесь на различных сайтах. То есть, вы наверно, замечали, что на многих сайтах у вас всплывает окно с вопросом, разре-

шаете ли вы присылать данному сайту вам уведомления. Если вы ответите «Да», то ваш браузер будет открывать вам эти самые push-уведомления от данного сайта, даже в то время, когда вы не находитесь на нём. Push уведомления являются новым эффективным инструментом привлечения трафика, поэтому я решил отдельно сказать про них несколько слов в разделе, посвящённому заработку на партнёрских и реферальных программах.

Существуют сервисы, продающие трафик с push-уведомлений. Это, например, [megapu.sh](http://megapu.sh), [global-adnetwork.ru](http://global-adnetwork.ru), [pushads.biz](http://pushads.biz). Тут вы можете заказать трафик и размещать вашу рекламу в push-уведомлениях, выбрав необходимые критерии, такие как тип устройств, на которых показывать уведомления, и страну для показа.

## **О целесообразности заработка на партнёрских программах в наше время**

В своё время (конец нулевых, начало десятых годов) заработок на партнёрских программах был весьма популярным и приносил хороший доход. В настоящее же время, по мнению автора, данный способ заработка больше подойдёт тем людям, у которых есть свои источники трафика (раскрученные группы в социальных сетях, посещаемые сайты, ютьюб канал), они могут решить для себя, что для них более выгодно – продавать рекламу сторонним рекламодателям за фиксированную оплату, либо размещать рекламные посты со своими партнёрскими ссылками.

Для людей, не имеющих своих источников, участие в партнёрских программах дело весьма сомнительное. Так как бесплатными методами, то есть, по сути, спамом, в наше время продавать будет сложно (хотя раздел по продвижению партнёрок бесплатными методами в книге есть), а покупать рекламу на чужих ресурсах будет далеко не всегда оправданно, сродни азартной лотерее, можно с высокой степенью вероятности остаться в большом минусе. Так как реклама сейчас дорогая, а количество поставщиков товаров и услуг очень большое. Покупать обучающие курсы сейчас будет гораздо меньше народу, чем, скажем, лет 10 назад, так как на ютьюбе появилось очень много качественного обучающего контента практически на любую тематику. Товары, представленные на партнёрских сетях также не обладают высокой привлекательностью для пользователей интернета. Большинство аналогичных товаров можно купить гораздо дешевле на том же aliexpress, так как в стоимость товаров, представленных в CPA-сетях, включена немаленькая маржа продавца и партнёрское вознаграждение, составляющее в среднем 25—40 процентов от стоимости (иначе партнёрам будет невыгодно продавать). Единственное, можно отслеживать «хайповые» товары, коими в своё время были спиннеры, говорящий хомяк и прочие. Но для этого нужно суметь спрогнозировать станет ли данный товар или услуга хайповыми или нет. Либо нужно очень хорошо ориентироваться в рекламном продвижении, продвигать партнёрские товары только в тематических группах, качественно составлять рекламные посты, уметь эффективно настраивать рекламу в яндекс директ и гугл адвардс и т. д., то есть быть профессиональным специалистом по арбитражу трафику, чего добиться на собственном опыте обойдётся в круглую сумму...

## Реферальные программы

Реферальные программы – это вид партнёрских программ, где денежные средства привлекающему пользователю начисляются не единовременно, а постоянно – в зависимости от дохода или, наоборот, вложений в проект его рефералов (пользователей, пришедших по его партнёрской ссылке).

Реферальная система используется в проектах, где пользователи что-то регулярно зарабатывают или возвращают проценты с потраченных денег (получают кэшбэк) или, наоборот, регулярно вносят (тратят) деньги. При регистрации в проекте с реферальной системой новому пользователю присваивается реферальная ссылка. Как правило, реферальная ссылка представляет собой адрес сайта проекта, у которого через слеш приписывается ref id (реферальный ИД) пользователя, который обычно является его логином или числовым идентификатором на данном сайте (например, моя реферальная ссылка в проекте [seosprint](#) (это проект по заработку на заданиях, об этом речь будет ниже) выглядит следующим образом: [seosprint.net/?ref=12335191](http://seosprint.net/?ref=12335191)). Если другие пользователи регистрируются в данном проекте по реферальной ссылке, то они станут *рефералами* того пользователя, по ссылке которого регистрировались, а он же по отношению к ним становится *реферером* (англ. *referrer* – отсылающий, направляющий). Реферер получает определённый процент от заработка/затрат его рефералов без какого-либо активного участия со своей стороны. Причём, рефералы ничего не теряют и будут получать такой же заработок или кэшбэк (ну или, наоборот, вносить средства), как если бы они регистрировались по «голой» ссылке (без реф. ИД). В некоторых случаях рефералов могут даже ждать бонусы. Например, при регистрации по реферальной ссылке, пользователя может ждать скидка в размере, например, от половины вознаграждения реферера за первый платеж участника. Либо в некоторых проектах реферер может перераспределить своё реферальное вознаграждение, часть отдавая своим рефералам, чтобы мотивировать их стать именно его рефералами.

Реферальные системы могут быть одноуровневые и многоуровневые. При одноуровневых системах есть только один уровень рефералов, с которых ты получаешь процент от их оборота, при многоуровневых – уровней несколько. То есть, со своих рефералов ты получаешь некий процент, с рефералов твоих рефералов – ещё дополнительный процент, а с их рефералов – ещё третий процент (если реферальных уровней 3). Например, с рефералов первого уровня пользователь может получать 8% от их дохода, второго уровня – 3%, а с третьего уровня – 1%. Как правило, многоуровневые системы бывают двух и трёх уровнями. Естественно, велик соблазн зарегистрировать на таких проектах несколько аккаунтов, чтобы одни аккаунты были рефералами других и получать на первые аккаунты ещё дополнительный заработок в виде реферальных отчислений. Но на большинстве проектов с реферальными системами регистрация нескольких аккаунтов для одного пользователя запрещена. Если система зафиксирует, что под одним IP заходит несколько разных пользователей, то скорее всего она не будет производить вообще никаких выплат этим пользователям и удалит их аккаунты. Ну или в лучшем случае придётся объясняться с администрацией, например, могла возникнуть ситуация, что к вам в гости зашёл ваш друг и тоже зашёл на этот сайт.

Перед тем, как привести примеры проектов, в которых есть реферальная программа, скажу несколько слов про кэшбэк-сервисы. Что же это такое? Это сервисы, которые сотрудничают с интернет-магазинами различных товаров и услуг и позволяют возвращать часть потраченных в этих магазинах средств обратно покупателям. Их работа основана на нехитрой цепочке – магазины определённый процент с покупок платят данным сервисам за привлечение покупателей, а эти сервисы из этого процента возвращают часть денег этим самым покупателям, чтобы, собственно, их привлекать. В итоге все в плюсе. Одними из самых популярных

кэшбэк-сервисов в России являются [letyshops.com](http://letyshops.com) и [epn.bz](http://epn.bz). Если вы часто делаете покупки в интернете, хотя бы на том же aliexpress, то пользоваться кэшбэк-сервисами для вас будет очень выгодно, что я вам и рекомендую.

Приведу примеры проектов, в которых есть реферальная программа. Это, во-первых, всё те же кэшбэк-сервисы [epn.bz](http://epn.bz) и [letyshops.com](http://letyshops.com). Epn.bz также является продвинутой биржей партнёрок – это не просто CPA-сеть, в которой размещаются для выбора определённые офферы; данный сервис позволяет создавать свои партнёрские ссылки из прямых ссылок на товар или услугу таких площадок как aliexpress, ozon, Связной, Profi.ru и многие, многие другие. Причём этот сервис позволяет покупать по своим же партнёрским ссылкам, таким образом получая кэшбэк. Ну и распространять свои партнёрские ссылки вам тоже никто не мешает, а также реферальную ссылку, чтобы ещё получать процент от кэшбэка (ну или заработка) ваших рефералов.

Во-вторых, реферальную систему имеют многие проекты по заработку на действиях в интернете, такие как [seosprint](http://seosprint.com), [webisida](http://webisida.com) и многие другие. О них есть отдельная глава в данной книге.

В-третьих, реферальную (партнёрскую) систему имеют хостинги сайтов, такие как [adminvps.ru](http://adminvps.ru), [fozzy.com](http://fozzy.com), [fastfox.pro](http://fastfox.pro) и многие другие. Причём, платить проценты вам будут с каждого платежа клиентов хостинга, пришедших по вашей ссылке. Поэтому, если вы, например, являетесь фрилансером по разработке сайтов, то сотрудничество с хостингами будет для вас дополнительной золотой жилой. Так как вы сможете способствовать регистрации аккаунтов на хостингах вашими заказчиками по вашим реферальным ссылкам, давая им свои реф. ссылки для регистрации (тем, кому необходимо размещение сайта в интернете или перенос на другой хостинг). И, таким образом, будете получать непрерывный пассивный доход, составляющий до 50% процентов от сумм по оплате услуг хостингов вашими заказчиками. Но если вы не занимаетесь созданием сайтов, то вы также можете участвовать в партнёрских программах хостингов, например, сняв и разместив на youtube видео, в котором расскажете об особенностях и преимуществах различных хостингов и разместив под видео свои реферальные ссылки. Или создав и раскрутив сайт в интернете, в котором также поднимете тему, какой хостинг выбрать, указав свои реф. ссылки на хостинги, практически гарантированно получив рефералов в виде людей, которые не определились с выбором хостинга и наткнулись на ваш сайт. О заработке на сайтах и на ютьюбе в данной книге есть отдельные главы.

Ну и большинство проектов, представленных в данной книге, имеют реферальную или партнёрскую программу. Ссылки на них даны также мои реферальные. Регистрируйтесь, не стесняйтесь. Как я уже писал выше, рефералы ничего не теряют, скорей, наоборот, в некоторых случаях их могут ждать бонусы.

Самым эффективным способом продвижения своей реферальной программы, по мнению автора, является youtube. Если у вас уже есть youtube-канал, можно рассказывать про проект на правах рекламы в своих основных видео и оставлять в описании свою реферальную ссылку. Если канала нет, лучше создать канал специально для своего реферального продвижения и делать подробные видео по проекту, в которых рассказать зрителям обо всех преимуществах данного проекта, об его особенностях и нюансах, показать, как с ним работать, максимально заинтересовать людей. Ну и в каждом видео, естественно, призывать в нём регистрироваться по ссылке в описании к видео, которую, естественно, указать свою реферальную. Можно делать видео не по одному проекту, а наклепать сразу по разным, чтобы с разных проектов заработать на рефералах суммарно как можно больше.

**Продвижение партнёрских и реферальных программ бесплатными простыми методами.**

Можно попробовать зарабатывать на партнёрских программах бесплатными методами, но делать это надо хитро, предлагая ваши товары и услуги людям, которые сами интересуются связанными с ними темами или с использованием социальной инженерии. Если вы просто будете всем слать свои ссылки с рекламой, то вас практически везде будут банить. Нужно поступать по-другому, например, создавать темы на форумах касательно продвигаемого товара или услуги, естественно, с приложением своей партнёрской или реферальной ссылки. Или, наоборот, отвечать в других темах, если продвигаемый проект их касается. То же самое можно делать и в различных сервисах вопросов и ответов.

Можно также находить тематические группы вконтакте и других социальных сетях и рассылать сообщения их участникам. Например, вы сотрудничаете с магазином, продающим товары для мотоциклистов (шлемы, защитная экипировка, мотозапчасти и т. д.), тогда вы находите группы в соц. сетях, связанные с байкерами, мотоциклами и т. д. и начинаете потихоньку отправлять людям из этих групп сообщения. Как я уже писал выше, в лоб слать рекламу магазина со своей ссылкой малоэффективно, плюс вас сразу за такое забанят. Поэтому сначала войдите с людьми в контакт. Самое банальное, что можно написать, это спросить у них какой-нибудь совет по тематике группы. Только напишите обязательно, что вы им написали, потому что они состоят в этой группе, иначе они скорее всего не будут отвечать. А так, человек подумает, что кто-то нуждается в его помощи и с удовольствием вам ответит. Потом можно продолжить диалог с ответившими вам людьми и добавить их в друзья, так как вконтакте есть лимит на рассылку сообщений произвольным пользователям, а на друзей этот лимит не распространяется. После некоторого общения можно спросить, что он думает, например, по поводу какого-либо товара, на который вы ему скинете свою партнёрскую ссылку. Можно написать, что вам его посоветовал кто-то другой, а вы в свою очередь спрашиваете у него. Если человек перейдёт по вашей партнёрской ссылке и ему самому понравится товар, то, возможно, он его купит, а вы на этом заработаете. Причём, даже если он сделает покупку не сразу, а перейдёт в этот магазин уже по голой ссылке, то этого человека вам всё равно зачтут как приведённого вами, так как переход по вашей ссылке некоторое время хранится в cookies браузера и все (или почти все) проекты, имеющие партнёрские программы, считают за правило выплачивать вознаграждение даже после покупки по голой ссылке, если человек до этого переходил по вашей партнёрской ссылке и она сохранилась в куках браузера. Кроме того, некоторые проекты выплачивают вознаграждение, даже если человек купит другой товар, нежели тот, на который вела ваша партнёрская ссылка.

Ещё следует отметить такой нюанс – структура партнёрской ссылки имеет определённый вид, и пользователи в большинстве случаев будут понимать, что их просто хотят использовать для покупки. Поэтому можно, например, сокращать свои ссылки, используя сервисы сокращения ссылок, например, от google или от вконтакте. Но пользователи всё равно могут догадаться, что, раз ссылка сокращённая, значит, она скорее всего партнёрская, или вообще подумают, что вы хотите отправить их на вирусный сайт и вообще перестанут продолжать с вами какой-либо диалог или даже пожалуются на спам. Кроме того, ссылки многих проектов, где есть партнёрская программа (например, сервис [glopart](#)), вконтакте и другие соц. сети автоматически блокируют, а сервисы сокращений также отказываются их сокращать. Поэтому в этом случае вам останется только один вариант – это разместить в интернете на хостинге свой сайт и сделать на нём страницы, которые будут переадресовывать на нужные вам партнёрские ссылки. Как это сделать указано в разделе по размещению своего сайта на хостинге. Таким образом, вы будете присылать пользователям вполне себе адекватную ссылку с вашим доменом на страницу своего сайта, а она уже будет переадресовывать пользователя на вашу партнёрскую ссылку. Конечно, рано или поздно кто-то может пожаловаться на спам или соц. сети по своим алгоритмам сами найдут вашу ссылку, переадресовывающую на запрещённый соц. сетью проект. И тогда ссылки на ваш домен тоже будут заблокированы соц. сетью и вам придётся покупать новый домен.

Однако, это дело не сильно затратное – 100—200 рублей (а в некоторых случаях и меньше). Если, конечно, ваши домены не будут блокировать в соц. сети каждый день и вы будете отбивать вложенные средства, зарабатывая своё партнёрское или реферальное вознаграждение.

Работать в соц. сетях, естественно, нужно со специально созданных для этого аккаунтов, а не со своего настоящего. Так как их с определённой периодичностью будут банить из-за того, что некоторые пользователи будут жаловаться на спам.

Также для заработка на партнёрах с помощью соц. сетей можно использовать другую стратегию, а именно создать в соц. сети свою группу по продаже товаров или услуг, где и размещать партнёрские ссылки магазинов, с которыми вы сотрудничаете. Если вы работаете в соц. сети «Одноклассники» – то там всё просто, вы можете просто приглашать туда людей из тематических групп, ну а в вк —добавлять в друзья и рассылать сообщения людям из тематических групп. Подобную методику я уже описывал в разделе, посвящённом продажам без собственного сайта. Только там речь шла о продаже своих товаров, но никто не мешает вам продавать и по партнёрским ссылкам. Так даже будет проще – не нужно самому закупать товар, доставлять товар покупателям, плюс у вас всегда будет большой ассортимент, особенно, если работать сразу с несколькими тематическими магазинами.

Как приглашать в группы (если речь идёт об «Одноклассниках»), так и массово рассылать сообщения можно с помощью платной программы [quick sender](#) версии [pro](#) или [ultra](#) для «вконтакте» и [ok sender](#) (которая также имеет версию [ultra](#)) – для «одноклассников». Версии pro позволяют работать с одним аккаунтом в одном окне программы, но позволяет запускать программу несколько раз для работы с разными аккаунтами, версия же ultra поддерживает многопоток в одном окне. Это очень мощные инструменты для работы с социальными сетями. Они позволяют вам парсить пользователей из нужных групп, автоматически отправлять сообщения с возможностью их рандомизации (отправка каждый раз разных сообщений по заданным шаблонам) и отправку картинок вместо текстовых сообщений, а также за счёт автоматизации быстрее раскрутить ваши группы. Работа с данными программами показана в бонусном (практическом) разделе данного курса.

Также, как писалось выше, youtube является отличным способом бесплатного продвижения партнёрских и реферальных программ. Вы можете снимать обзоры товаров и проектов, заинтересовывая ими пользователей и получая большое количество приведённых клиентов или рефералов, с которых вы и будете получать доходы.

Также упомяну один серый способ продвижения. Вы можете брать чужие обзоры с youtube каких-либо товаров или проектов и размещать их у себя в группах, ну а ссылки в постах, соответственно, ставить свои. В принципе, по правилам ютуба и соц. сетей всё будет честно, так как репост видео или его размещение по прямой ссылке youtube не считается кражей, ну и ссылки и весь остальной текст в посте вы тоже можете размещать какие хотите. Конечно, это будет не совсем честно к автору видео, который пилил этот обзор, чтобы самому заработать, но, с другой стороны, если пользователь перейдёт с вашего поста на youtube и посмотрит это видео там, то там уже будут партнёрские ссылки автора, и пользователь будет переходить по ним. Кроме того, это также будет способствовать раскрутке канала автора, чьё видео вы взяли. Ну и, понятное дело, чтобы использовать такой способ заработка, вам нужна хотя бы более-менее раскрученная группа.

## **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.