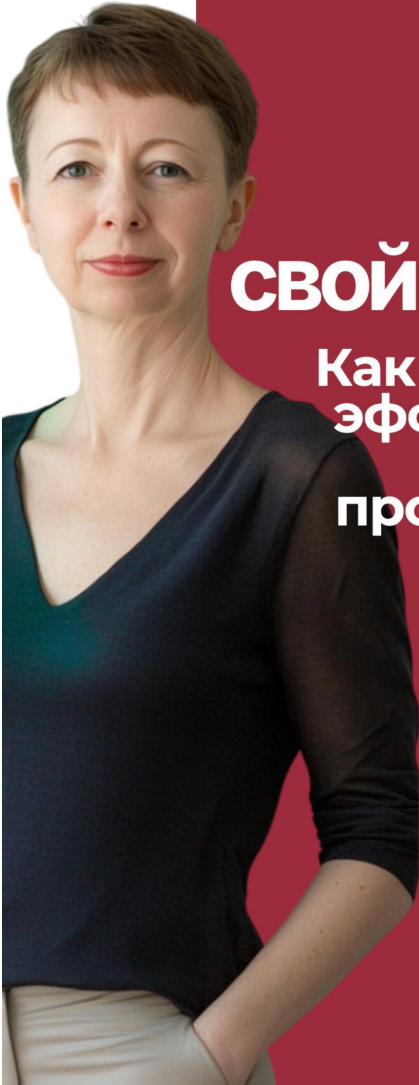


A portrait of a woman with short brown hair, wearing a dark blue V-neck top, standing against a white background. The right side of the image features a solid red background with white text.

Собери свой трафик

Как выстроить
эффективную
систему
продвижения

Елена Галакси

Елена Галакси
**Собери свой трафик. Как
выстроить эффективную
систему продвижения**
Серия «Спокойный бизнес», книга 4

*<https://litres.ru/71951752>
SelfPub; 2025*

Аннотация

Ты каждый день что-то публикуешь, запускаешь рекламу, ведёшь канал — но трафик не даёт результата. Почему?

Потому что трафик — это не охваты и не активность. Это система. И она должна быть выстроена под тебя.

Эта книга помогает навести порядок:
увидеть, какие каналы действительно работают,
собрать их в связку, чтобы трафик не рассыпался,
и понять, что мешает движению превращаться в отклик и действия.

Ты перестанешь пробовать всё подряд.

Соберёшь свою систему — простую, рабочую и живую.

С минимумом усилий и максимумом ясности.

Собери свой трафик — и выстрой продвижение так, чтобы оно работало лично для тебя.

Содержание

Введение	5
Глава 1: Проблема не в трафике, а в хаосе	7
Тишина – не всегда признак плохого канала	8
Перед тем как выбрать канал – проверь это	11
Почему кажется, что трафика нет – хотя он есть	12
Что важно понять в самом начале	13
Что мы будем делать дальше	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Елена Галакси

**Собери свой трафик. Как
выстроить эффективную
систему продвижения**

«Куй железо, не отходя от кассы!»

Фильм «Бриллиантовая рука», 1969

Введение

Ты можешь делать сторис, писать посты, настраивать рекламу, отправлять письма – и при этом каждый день задаваться вопросом:

«Где мой трафик? Почему всё тихо?»

Эта тишина не всегда означает проблему. Иногда – просто не выстроена система. Иногда – выбраны не те каналы. А иногда – ты продвигаешься так, как советуют все, но это не работает именно для тебя.

Если ты устал пробовать всё подряд, если у тебя нет ресурса вести десять площадок, если хочется не гнаться, а выстраивать, – эта книга может помочь.

Здесь не будет списков «50 каналов продвижения» и рекомендаций в духе «обязательно заведи YouTube».

Речь не о том, где сейчас модно быть.

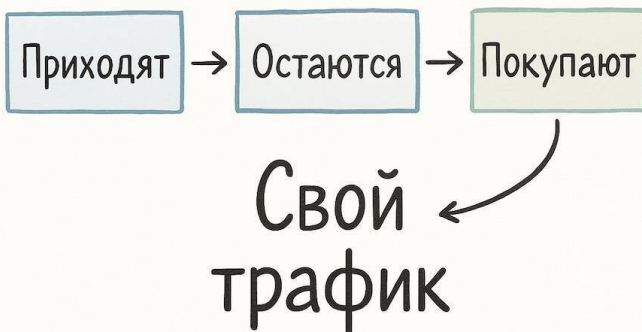
А о том, как собрать свою систему трафика – из тех каналов, которые действительно подходят тебе, твоему продукту и твоему способу работать.

Мы не будем пытаться охватить всё. Вместо этого разберём, какие каналы существуют, как их выбирать, как отсеивать лишнее и собирать связку, которая работает.

Ты увидишь, как может выглядеть минимальная, но эффективная система – даже если ты работаешь один, без ко-

манды.

Эта книга для тех, кто делает продукт – и хочет, чтобы его видели и покупали.



Свой трафик

Глава 1: Проблема не в трафике, а в хаосе

Ты продвигаешься. Что-то публикуешь. Пробираешь посты, запускаешь рекламу, записываешь видео, ведёшь рассылку. Но в какой-то момент ловишь себя на том, что всё это стало происходить само по себе.

Без ясной логики. Без общей картины. Без ощущения, что это действительно даёт результат.

Это похоже на кухню, где одновременно готовятся три блюда, а рецепта нет. Один канал работает «на всякий случай», другой – «потому что все там», третий – «ну а вдруг». Ты что-то делаешь – но не можешь точно сказать, зачем. И главное – не ясно, приносит ли это результат.

Тишина – не всегда признак плохого канала

Первое, что мы обычно думаем, если трафика нет:

«Наверное, у меня не тот канал».

Но чаще всего дело не в нём.

Канал может быть подходящим – но он не связан с остальной системой. Он не ведёт ни к чему. Он работает вхолостую, потому что дальше нет связки: ни оффера, ни понятного следующего шага.

Он срывает: привлекает внимание.

Но дальше человек не понимает, что делать, и просто уходит.

Ты решаешь, что канал неэффективен, хотя на самом деле не выстроено звено **после**:

- что человек должен понять,
- зачем ему остаться,
- и какой шаг сделать.

Пример: как это выглядит в реальности

Человек увидел твою рекламу, кликнул – и попал на страницу без объяснения.

Прочитал пост – и не понял, что ты предлагаешь.

Открыл письмо – и закрыл через пять секунд: не зацепи-

ло, не ясно, для кого это.

Канал сработал: привёл.

Но за этим ничего не стояло – ни оффера, ни маршрута, ни следующего шага.

Хаос начинается, когда не видно связей

Продвижение работает, когда всё связано.

Канал – это точка входа. Но что происходит после?

Если ты не видишь маршрут человека – ты не видишь, что сработало.

А значит, не можешь ни повторить, ни усилить, ни отказаться.

Кажется, что «всё впустую», хотя по факту – просто нет связки между точками.

Частые ситуации

– У тебя идёт трафик с рекламы, но нет заявок – дело не в трафике, а в странице или оффере.

– Ты выкладываешь посты, но не видишь отклика – потому что непонятно, что человек должен сделать после.

– Люди приходят с рекомендаций, но теряются – потому что ты не удерживаешь внимание, и у них нет ориентира.

В итоге – ощущение, что ты всё время в работе, но резуль-

тата как будто нет.

«Я что-то делаю, но не понимаю, зачем и как это должно работать».

Что происходит с трафиком,
если путь не выстроен



Трафик был —
система не сработала

Что происходит с трафиком, если путь не выстроен

Перед тем как выбрать канал – проверь это

Прежде чем выбирать каналы, стоит задать себе вопрос: куда ты ведёшь человека?

Вот короткий чек-лист. Пройди его мысленно – он покажет, есть ли у тебя система, или пока всё держится на отдельных действиях:

Есть ли у тебя точка входа? (где тебя видят впервые)

Есть ли оффер? (понятный, живой, под этот канал)

Есть ли объяснение, как ты работаешь? (лендинг, пост, прайс, закреп)

Есть ли приглашение к шагу? (записаться, написать, оставить заявку)

Видишь ли ты маршрут от контакта до действия?

Если на половину пунктов ты ответил: «не совсем» – это не провал. Это именно та ситуация, где важно не усиливать поток, а проложить путь.

Почему кажется, что трафика нет – хотя он есть

Почему кажется, что трафика нет – хотя он есть

Ты можешь не замечать, что люди всё-таки приходят:

- читают посты,
- смотрят сторис,
- переходят по ссылке,
- заглядывают в профиль.

Но если они не понимают, что делать дальше – ты воспринимаешь это как тишину.

Что на самом деле происходит:

- Люди заходят, но не видят смысла остаться.
- Остаются, но не понимают, в чём суть и для кого это.
- Понимают, но не чувствуют, что это может быть для них.
- Хотят, но не находят, как сделать следующий шаг.

Всё это не про плохой контент.

Это про то, что маршрут не выстроен.

И если его нет, замена канала не поможет — трафик снова уйдёт в пустоту.

Что важно понять в самом начале

Не начинай с исправлений.

Не пересобирай все каналы сразу.

Сначала посмотри на главное:

– что ты предлагаешь,

– кому это действительно нужно,

– и как человек проходит путь от первого касания до действия.

Продвижение срабатывает не потому, что ты присутствуешь везде.

А потому что ты понимаешь, кого ты ведёшь – и куда.

Что мы будем делать дальше

В следующих главах ты увидишь:

- Какие бывают типы каналов (и чем они отличаются)
- Как выбрать свои – под продукт, а не под тренд
- Как связать каналы с результатом – даже если ты один
- И как не распыляться, а собирать своё.

Но сначала – разложим всё по полочкам.

Поймём, какие вообще бывают каналы – и как не повторять чужие ходы вслепую.

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.