

КНИГА ЗА ВЕЧЕР



КАК НАЧАТЬ ЗАРАБАТЫВАТЬ?

ОТ ПОЛЕЗНОГО НАВЫКА К ПЕРВОМУ КЛИЕНТУ.



АЛЕКС ВЕЛЬС

АВТОР СЕРИИ

Алекс Вельс

**Как начать зарабатывать? От
полезного навыка к первому
предложению и первому клиенту**

«Автор»

2026

Вельс А.

Как начать зарабатывать? От полезного навыка к первому предложению и первому клиенту / А. Вельс — «Автор», 2026

Как начать зарабатывать, если нет клиентов, известности и уверенности в собственном опыте? Эта практическая книга проведёт от полезного навыка до первого оплаченного результата и поможет создать источник дохода. Вы научитесь находить проблему клиента, выбирать востребованную услугу, собирать понятное предложение и объяснять его ценность без громких обещаний. Узнаете, как назначить справедливую цену, договориться об объёме работы, сроках и оплате, провести первые переговоры и спокойно ответить на возражения. Пошаговый маршрут поможет найти первых клиентов, выполнить заказ качественно и вовремя, получить отзыв, оценить прибыльность и улучшить процесс. Практические задания позволят проверить профессиональную идею с минимальными затратами и понять, подходит ли вам фриланс или работа на себя. При подготовке текста использовался искусственный интеллект. Книга подойдёт тем, кто ищет дополнительный доход, первую подработку или понятный способ начать зарабатывать на своих знаниях и навыках.

© Вельс А., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Глава 1. Перестать ждать полной готовности	5
Глава 2. Найти проблему, за решение которой платят	8
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Алекс Вельс

Как начать зарабатывать? От полезного навыка к первому предложению и первому клиенту

Глава 1. Перестать ждать полной готовности

Первый заработок редко начинается с идеальной профессии, логотипа или уверенности. Он начинается в момент, когда один человек решает конкретную задачу другого и получает за это деньги. Всё остальное может помочь, но не заменяет эту простую связь между полезным результатом и оплатой.

Многие откладывают старт, потому что формулируют его слишком широко. «Хочу зарабатывать в интернете», «нужно найти дело», «пора открыть проект» звучат как направления, а не действия. Мозг не понимает, что сделать сегодня, и предлагает ещё читать, сравнивать и готовиться.

Сузьте вопрос: какой небольшой результат я способен отдать одному человеку в течение ближайших семи дней? Не обязан навсегда выбрать профессию. Не обязан сразу заменить зарплату. Первая задача — пройти полный путь от разговора до оплаты и увидеть, где возникают реальные трудности.

Ваш стартовый ресурс шире дипломов. В него входят навыки, опыт, доступное время, оборудование, связи и знание привычных проблем. Человек, который умеет аккуратно составлять таблицы, объяснять школьную тему, фотографировать товары или организовывать документы, уже имеет основу предложения.

Составьте список из двадцати действий, которые вы выполняете лучше человека без опыта. Используйте глаголы: редактирую, объясняю, настраиваю, считаю, оформляю, перевожу, чиню, сортирую. Не оценивайте список по престижу. Заказчик платит не за красивое название способности, а за облегчение своей ситуации.

Теперь вспомните, с чем к вам обращались знакомые. Просили проверить текст, выбрать технику, помочь с резюме, настроить рекламу, посидеть с животным или подготовить презентацию. Повторяющаяся просьба показывает, что окружающие уже видят в вас полезность, хотя вы могли считать её обычной.

Отделите интерес от готового навыка. Интерес говорит, чему вы хотите научиться. Навык говорит, какой результат можете дать сейчас. Начать зарабатывать быстрее обычно помогает второй список. Интерес можно развивать параллельно, но первый клиент не обязан оплачивать ваше обучение с нуля.

Не ждите ощущения экспертности. Оно часто приходит после нескольких выполненных задач, а не до них. Для простого заказа достаточно честно определить границы: что вы умеете, чего не умеете, какой результат обещаете и в какой срок готовы его отдать.

Ирина хорошо писала деловые письма, но не считала это профессией. Коллеги регулярно просили её исправить сообщения клиентам. Она предложила знакомому предпринимателю отредактировать пять шаблонов ответов. Первый заказ оказался маленьким, зато показал, что навык можно описать и оценить.

Не превращайте первый заработок в экзамен на ценность личности. Отказ означает только то, что конкретному человеку сейчас не подошли задача, цена, доверие или момент.

Он не доказывает, что вы бесполезны. Такой взгляд позволяет задавать вопросы и улучшать предложение без самоунижения.

Определите финансовую цель старта. «Зарабатывать много» не помогает выбрать шаг. Лучше поставить короткую цель: получить первую оплату, найти одного повторного клиента или добавить к доходу определённую сумму за месяц. После первого цикла вы пересмотрите масштаб на основании фактов.

Выберите допустимый объём времени. Если у вас основная работа и семья, обещание трудиться каждую ночь быстро разрушит проект. Назовите два или три окна в неделю, которые можете защищать. Количество заказов и срок выполнения должны соответствовать этому ресурсу.

Посчитайте необходимый минимум. Дополнительный заработок не равен выручке: могут возникнуть налоги, комиссии, материалы, доставка и транспорт. На старте запишите все прямые расходы и время. Такая простая привычка защищает от радости по поводу заказа, который фактически принёс убыток.

Проверьте законность. Некоторые виды деятельности требуют регистрации, разрешения, лицензии, кассы, договора или особого порядка обработки данных. Условия зависят от страны и задачи. До предложения услуги найдите официальную информацию и не полагайтесь на совет из случайного ролика.

Не начинайте с деятельности, где ошибка угрожает здоровью, крупным деньгам или правам клиента, если у вас нет нужной квалификации. Медицинские, юридические, строительные и финансовые услуги могут требовать профессионального допуска. Для первого опыта выберите задачу с ясным и ограниченным результатом.

Снизьте стоимость старта. Не покупайте дорогую технику, курс и рекламу до подтверждения спроса. Используйте то, что уже есть, или найдите способ проверить идею на одном заказе. Расход оправдан, когда связан с конкретной работой и окупается понятным числом продаж.

Максим хотел монтировать короткие видео и составил список покупок на сто тысяч рублей. При этом первые ролики можно было сделать на имеющемся компьютере. Он подготовил два примера, нашёл заказ и только после оплаты понял, какое обновление действительно сокращает время работы.

Выберите одну стартовую услугу. Несколько направлений размывают сообщение: человек не понимает, за чем к вам обращаться. Одна услуга не ограничивает будущую карьеру. Она создаёт ясную дверь, через которую может войти первый клиент.

Услуга должна помещаться в предложение: «Я помогаю такой-то группе получить такой-то результат за такой-то срок». Не добавляйте десяток качеств о себе. Клиенту сначала нужно узнать собственную проблему и понять, что изменится после работы.

Сделайте пробный результат для себя или знакомого с его разрешения. Зафиксируйте исходное состояние, работу и итог. Не выдавайте учебный пример за коммерческий кейс. Подпишите его честно: демонстрационный вариант. Он покажет стиль и уровень лучше длинного рассказа о намерениях.

Назначьте дату первого предложения. Не дату запуска сайта, завершения курса или выбора названия. Именно день, когда вы обратитесь к реальному человеку и предложите решить его задачу. Без такой даты подготовка способна продолжаться бесконечно.

До первого предложения разрешите себе несовершенный язык. Фраза может быть простой: «Я начинаю делать такую работу. Могу помочь с этой конкретной задачей. Результат будет таким, срок — такой. Хотите обсудить?» Ясность здесь ценнее впечатляющей подачи.

Первый заработок — исследование, за которое рынок даёт обратную связь. Вы узнаете, какая проблема живая, что люди спрашивают, сколько занимает работа и за что готовы платить.

Следующая глава поможет найти задачу, которую клиент уже хочет решить, а не идею, которую придётся долго объяснять.

Глава 2. Найти проблему, за решение которой платят

Полезный навык становится доходом не сам по себе. Он должен встретиться с проблемой, которую человек признаёт и хочет решить. Можно виртуозно делать вещь, которая никому не нужна сейчас. Поэтому поиск спроса начинается не с рассказа о таланте, а с наблюдения за затруднениями людей.

Ищите ситуации, где теряются время, деньги, спокойствие или возможность. Предприниматель не успевает отвечать клиентам. Соискатель отправляет резюме без приглашений. Родитель не может объяснить ребёнку тему. Владелец квартиры откладывает разбор вещей. У каждой ситуации есть цена бездействия.

Начните с доступного круга. Выпишите десять типов людей, чьи задачи вам понятны: коллеги, знакомые предприниматели, родители школьников, владельцы животных, арендаторы, авторы каналов. Не предлагайте всем всё. Выберите одну группу, с которой сможете поговорить без сложного входа.

Проведите пять коротких разговоров. Не продавайте в первой минуте. Спросите, как человек решает задачу сейчас, что занимает больше всего времени, что уже пробовал и какой результат счёл бы полезным. Конкретный рассказ ценнее ответа на общий вопрос «вам нужна такая услуга?».

Люди легко поддерживают идею из вежливости. Фраза «звучит интересно» ещё не означает спрос. Сильнее выглядят действия: человек уже тратит деньги, делает работу сам, регулярно жалуется, ищет исполнителя или называет срок, к которому нужен результат.

Слушайте слова клиента и записывайте их без рекламного украшения. Если владелец магазина говорит «я каждый вечер вручную свожу остатки», используйте эту ситуацию в предложении. Формулировка «оптимизация операционного контура» только скрывает понятную проблему.

Не спрашивайте, сколько человек заплатил бы за воображаемую услугу, пока результат не определён. Сначала выясните объём, срочность, последствия и альтернативы. Цена зависит от задачи. Один и тот же час работы может иметь разную ценность, если в одном случае исправляет мелкую неудобность, а в другом спасает важный срок.

Ирина поговорила с владельцами трёх небольших студий. Она предполагала, что им нужны тексты для рекламы. Все трое больше жаловались на однообразные ответы новым клиентам и потерянные заявки. Ирина изменила направление и предложила набор готовых сообщений для частых ситуаций.

Проверяйте частоту. Разовая проблема может дать заказ, но повторяющаяся удобнее для устойчивого дохода. Еженедельный отчёт, регулярная уборка, ежемесячное оформление материалов или постоянные занятия создают возможность повторной оплаты. На старте подойдут оба варианта, просто не путайте их экономику.

Проверяйте срочность. Человек может признавать проблему, но не считать её важной сейчас. Спросите, что произойдёт, если ничего не менять ещё месяц. Если ответ «ничего», продажа будет трудной. Если потеряются заявки, сорвётся событие или продолжатся лишние расходы, у задачи есть причина действовать.

Проверяйте доступ к решению. Возможно, человек хочет результат, но решение принимает руководитель, супруг или отдел закупок. Узнайте, кто согласует работу и какой порядок оплаты. Первый заказ проще получить там, где собеседник сам может принять решение и риск невелик.

Проверяйте способность платить. Это не оценка достоинства человека. У школьника и компании могут быть одинаковые проблемы, но разные бюджеты и порядок покупки. Если

аудитория постоянно нуждается в бесплатной помощи, ищите того, кому результат приносит измеримую пользу и кто распоряжается бюджетом.

Сравните альтернативы клиента. Он может сделать сам, попросить знакомого, купить программу, нанять сотрудника или оставить всё как есть. Ваше предложение должно быть удобнее хотя бы по одному важному параметру: скорости, качеству, простоте, вниманию или цене полного решения.

Не пытайтесь победить все альтернативы. Часто достаточно помочь человеку, который уже устал делать сам и не готов нанимать штатного сотрудника. Узкая услуга занимает место между самостоятельной работой и большим подрядчиком. Для первого заработка это разумная позиция.

Выберите проблему, которую можно ограничить. «Продвинуть бизнес» слишком широко. «Подготовить десять карточек товаров по исходным материалам» имеет объём и результат. Ограничение снижает риск для клиента и помогает вам оценить срок.

Разделите результат и процесс. Клиент покупает не три часа редактирования, а пять ясных писем, которые можно отправлять. Он покупает не день работы с таблицей, а сверенный отчёт. Процесс важен для расчёта, но предложение должно называть видимый итог.

Не обещайте результат, который зависит от множества чужих решений. Дизайнер может подготовить страницу, но не гарантировать продажи. Репетитор может провести занятия, но не гарантировать оценку без участия ученика. Назовите то, что находится в вашей ответственности, и условия со стороны клиента.

Соберите карту проблемы на одном листе. Кто сталкивается? В какой момент? Что делает сейчас? Что теряет? Как выглядит приемлемый результат? Кто решает об оплате? Ответы превратят размытую идею в основу предложения.

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.