


12+

А. Углова, А. Беляева

# МАРКЕТОЛОГИКА: план действий в мире блогов



**с нуля до стабильного дохода**

+ рабочая тетрадь 

Алена Углова

**Маркетология: план  
действий в мире блогов.  
С нуля до стабильного  
дохода + рабочая тетрадь**

«Издательские решения»

**Углова А.**

Маркетологика: план действий в мире блогов. С нуля до стабильного дохода + рабочая тетрадь / А. Углова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-626565-3

Мы решили создать книгу, которая задумана как плавное погружение в тему маркетинга, дополненное психологическими приемами и инструментами. Книга станет не только источником знаний, но и пошаговой инструкцией, подкрепленной примерами, идеями, практическими инструментами. Ведь многим нужны знания о том, что продавать, как продвигаться и, что немаловажно, как преодолевать сложности, которые возникают на пути.

ISBN 978-5-00-626565-3

© Углова А.  
© Издательские решения

## Содержание

Введение	6
Рекомендации к прочтению	9
Об авторах	10
Начало самопродвижения	11
Зачем это мне?	12
Почему стоит продвигаться самостоятельно?	13
Почему важна система?	15
Где вы в Интернете?	17
Выбирайте внимательно	21
Кем вы будете?	24
Поиск себя	27
Я-концепция	30
Конец ознакомительного фрагмента.	32

# **Маркетологика: план действий в мире блогов С нуля до стабильного дохода + рабочая тетрадь**

**Алена Углова  
Анастасия Беяева**

*Если вы путешественник, то вам нужны карта и подробный план.  
Если вы скалолаз, то вам нужны надежные инструменты. Если вы  
блуждающий, то вам нужны просто направление и хорошая компания.  
В этой книге вы найдете все.*

*Иллюстратор Екатерина Баранова  
Дизайнер обложки Алина Исупова*

© Алена Углова, 2024  
© Анастасия Беяева, 2024  
© Екатерина Баранова, иллюстрации, 2024  
© Алина Исупова, дизайн обложки, 2024

ISBN 978-5-0062-6565-3  
Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## Введение

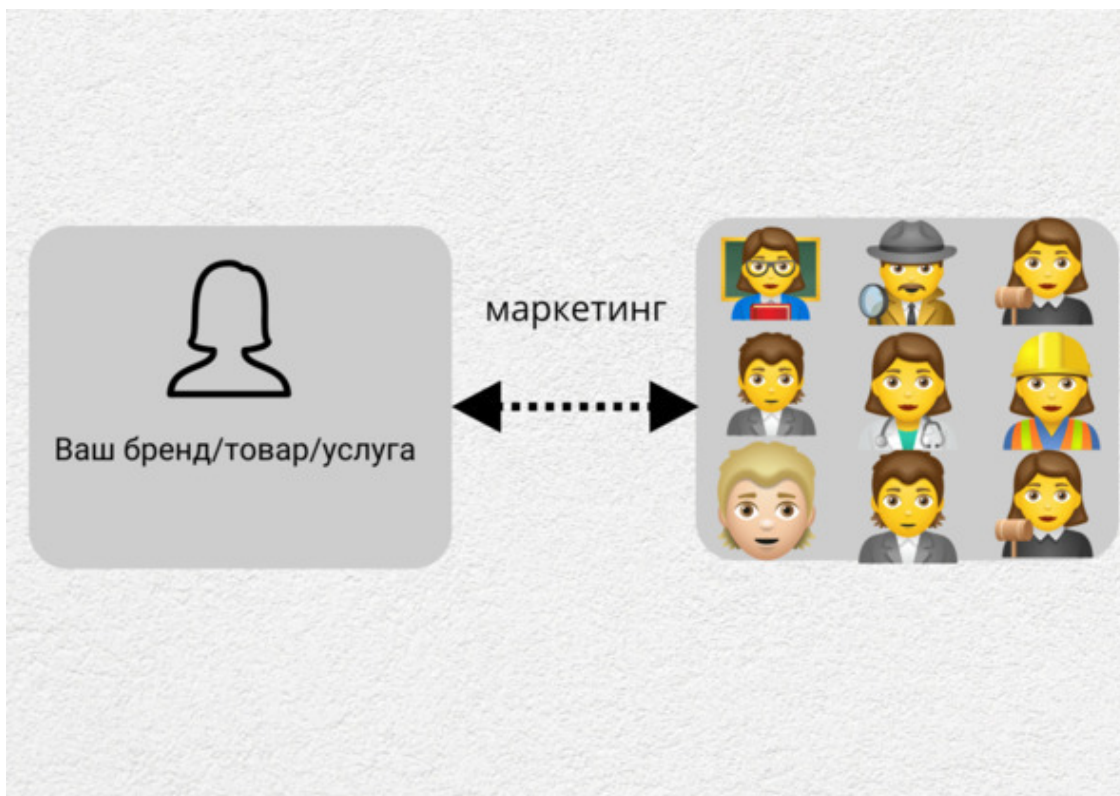
Про маркетинг написано немало книг, созданы обучающие программы. Казалось бы, внедряй, образовывайся. Но у большинства экспертов в социальных сетях одни и те же ошибки, а продажи не идут как хотелось бы. Не всегда причиной является незнание инструментов. Часто тормозят развитие публичного образа (или личного бренда) **страхи, ограничивающие убеждения и установки.**

Мы решили создать книгу, которая задумана как плавное погружение в тему маркетинга, дополненное психологическими приемами и инструментами.

Книга станет не только источником знаний, но и пошаговой инструкцией, подкрепленной примерами, идеями, практическими инструментами. Ведь многим нужны знания о том, что продавать, как продвигаться и, что немаловажно, как преодолевать сложности, которые возникают на пути.

### **Почему же эту книгу стоит прочесть?**

Во-первых, мы убеждены, что маркетинг играет важную роль в вопросе продвижения экспертов. Не все это осознают. Однако в текущем мире разнообразных возможностей мы вынуждены ежедневно совершать действия, которые обусловлены стоящими перед нами проблемами и/или потребностями. Согласитесь, каждый отрезок времени мы или чего-то желаем, или что-то делаем, опираясь на конкретную цель. От чего зависит наш выбор? Как правило, он опирается на имеющиеся знания и опыт. И маркетинг – неотъемлемая часть этого опыта. Мы хотим то, что где-то увидели, попробовали, услышали, узнали от друзей. Таким образом у нас формируется потребность. И основа этой потребности в большинстве случаев – именно маркетинг. Вы «продаете» себя на собеседовании ради новой работы; «продаете» ребенку идею, что салат лучше фастфуда; идете в кино, покупая себе приятное времяпрепровождение. Просто вдумайтесь: вы регулярно «покупаете» или «продаете», когда принимаете решения. И в такой ситуации желательно иметь понимание основ маркетинга. Знание поможет вам управлять выбором в свою пользу.



Во-вторых, самостоятельно разобраться в маркетинге бывает непросто. Эта книга написана понятным языком и описывает базовые инструменты, которые пригодятся в продвижении экспертного блога. Мы описали ключевые этапы и последовательность действий для работы в онлайн-пространстве. Если следовать этим правилам, вы сможете вполне успешно развиваться в Сети.

В-третьих, книга имеет терапевтический эффект благодаря инструментам из психологии и помогает справиться со сложностями, возникающими на пути продвижения.

В-четвертых, книга гораздо экономнее, чем работа с профильными специалистами, но по содержанию ничуть не уступает.



Если это ваша первая литература по теме продвижения, вы узнаете базис. Если очередная попытка погрузиться в маркетинг, то после прочтения информация сложится как пазл. Вы увидите и поймете систему. В любом случае этот материал пойдет на пользу.

Чтобы что-то получилось, необходимо с самого начала действовать системно.

Книга как раз об этом: о вашем новом начале и постоянном развитии.

В каждой главе даются набор инструкций и рекомендации, которые помогут в развитии и продвижении своего бренда. Также вы познакомитесь с кейсами, чтобы на конкретном примере посмотреть, как проходит путь превращения в онлайн-эксперта, какие возможны препятствия и способы их преодоления.

## Рекомендации к прочтению

В книге вы встретите разборы ситуаций, примеры из жизни и вопросы от авторов, на которые желательно отвечать по ходу прочтения. Это важно, ведь именно **практика** поможет сразу правильно и логично выстраивать вектор дальнейшего движения.

Книга включает три части:

- теоретическую базу по маркетингу, формированию личного бренда и методам продвижения;
- практику личностного роста с элементами психологии в формате вопросов и практических заданий;
- рабочую тетрадь для дополнительного погружения в исследование себя и личного бренда.

Мы рекомендуем завести блокнот или тетрадь для выполнения заданий и фиксации ответов на вопросы. Так сформируется ваша индивидуальная рабочая тетрадь для самопродвижения. Или вы можете выполнять задания в самой книге.

Если вы будете следовать описанным инструкциям, то уже в процессе чтения книги сможете:

- определить индивидуальную, подходящую вам стратегию продвижения;
- завести блог в Интернете;
- продумать и подготовить собственный продукт или услугу;
- составить план действий для его продажи;
- привлечь новых клиентов;
- задуматься о масштабировании, доходе и правильно учесть все это в своей стратегии.

*Это не художественная книга, которую стоит просто читать. С ней нужно работать. Рекомендуем относиться к ней как к полноценному рабочему материалу: делайте заметки на полях по ходу чтения, записывайте идеи, подчеркивайте нужное. (Если вы читаете электронную версию, частично эти функции тоже доступны). Мы надеемся, книга станет для вас поддержкой и мотиватором.*

Возможно, сейчас вы подумали: «Если все так просто, то, прочтя книгу, каждый психолог, коуч и другой специалист может стать востребованным. А это только усилит конкуренцию на рынке. Куда еще мне толкаться между ними в поисках места под солнцем...»

Однако **наличие конкуренции – это серьезный стимул для развития**. Так или иначе, каждый развивается по собственному пути, потому что стартовый набор у всех разный. Поэтому и результат будет разный. Но главное, что свой клиент обязательно найдется для каждого.

## Об авторах

Говорят, что чем старше становишься, тем сложнее найти друзей и единомышленников. Так было до возникновения социальных сетей. Сейчас мы знаем нескончаемое количество примеров, опровергающих миф, что найти друзей невозможно, когда ты уже сформированная личность.

Когда «Инстаграм» (*здесь и далее, проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена*) начал активно набирать популярность, мы наблюдали друг за другом. Тогда не каждый был гуру в чем-то или экспертом, мы были простыми и интересными людьми. Случайно в комментариях под каким-то провокационным постом на тему маркетинга Настя и Алена встретились в едином мнении. И в этот момент подписка друг на друга стала границей знакомства.

Спустя время теме маркетинга и продвижения в социальных сетях стали придавать больше значения и создавать крупные проекты, где требовались профессионалы. Так Настя и Алена попали в одну команду по выводу бренда эксперта на рынок с амбициозными целями – *с нуля до серьезных оборотов*. Совпадение по ценностям, отсутствие конкуренции между собой, высокий уровень знаний дали им возможность выстроить работу органично и слаженно.

Настя сразу выстраивала рабочую систему, подключила аналитику, решала маркетинговые задачи. Алена опиралась на психологию и коучинг при работе с командой. Такой симбиоз дал прекрасные результаты не только в проектах, но и в частной практике. Об этом и будет наша история.

Данную книгу-инструкцию задумала **Алена Углова** – психолог, коуч ICU, специалист в области маркетинга и продюсирования с 10-летним опытом. За 10 лет в маркетинге были разные должности – от линейного сотрудника до руководителя рекламного отдела, создателя продюсерской студии, соавтора мобильного приложения и редактора онлайн-журнала про обучение SATSANG.

Идея пришла ей в голову по нескольким причинам:

- желание передать знания и опыт;
- любовь к изложению информации;
- стремление помочь специалистам быть востребованными в профессии, при этом развиваться этично, не только как бренд, но и как личность.

Вместе с **Анастасией Беляевой** – маркетологом с 18-летним стажем, которая работала на руководящих позициях в электротехническом холдинге и крупном дистрибьюторе оборудования, с опытом в B-2-B, B-2-C, B-2-G, P-2-P, FMCG-рынках, автором высокорейтингового подкаста «Просто маркетинг» и специалистом по нейромаркетингу – они обобщили опыт, вложили свои знания, кейсы и наработанные материалы в эту книгу.

Их **общая миссия** – как можно большему числу специалистов помочь презентовать себя в интернет-пространстве, найти благодарную аудиторию и клиентов без использования манипулятивных техник. Чтобы в итоге увеличение квалифицированных игроков на рынке вытесняло некачественных представителей профессий.

## Начало самопродвижения

*Несмотря на то что Невский пестрил вывесками кафе и ресторанов, Санкт-Петербург демонстрировал всю палитру серых красок. А хотелось тепла и уюта. Поэтому Лена, забежав в первое заведение по дороге, села за свободный столик, чтобы выпить кофе и переварить все, что на нее навалилось.*

*Как просто и сложно одновременно! Новое обучение, новые знания – с каждой лекцией мысли о жизни складывались как пазлы. Остался последний экзамен, и долгожданный диплом будет в руках. Но что дальше?*

*Так хочется внести свой вклад, помогать людям, открывать перед ними новые горизонты. Но, значит, нужен свой кабинет для частной практики. А кто ко мне пойдет? Я ведь только-только с дипломом. Хотя можно не делать таких резких движений. Есть привычная стабильная работа в офисе. Никто не мешает практиковать знания на коллегах. Но далеко ли я «уюду» с таким подходом...*

*Привычным движением Лена открыла ленту социальной сети: вот знакомый психолог набирает людей для групповой терапии, а вот другой выступает на конференции. Ой, а Наташа-то уже открывает собственную школу психологической помощи! Как только успевает с тремя детьми? Боже, да где вообще они берут силы, время и деньги на это?*

*– Лена, привет! Надо же, какая встреча, – знакомый голос выдернул нашу героиню из потока мыслей. – Как твои дела? Сто лет не виделась. Куда пропала?*

*– Алена, как я рада, что пересеклись. Я что-то совсем выпала из жизни. Кстати, похватаюсь, перед тобой почти психолог. Заканчиваю второе высшее. Совсем скоро стану дипломированным психоаналитиком.*

*– Вот это да! А какие дальнейшие планы?*

*– Пока не знаю. Мне очень нравится психоанализ. В моей голове столько идей. Но это все пока очень оторвано от реальности. Хочется с людьми работать, и офис бросать жалко...*

*– Если расскажешь подробнее, может, чем помогу. Я же работаю с разными специалистами, и с психологами в том числе. Помогаю им с онлайн-продвижением. Кстати, моя помощь с маркетинговой стратегией позволила выйти одному психологу на миллионный оборот.*

*Так, волей случая и беседы с Аленой Лена осознала, что она тоже может вести свой блог и находить через него клиентов. Алена же стала ее проводником в онлайн-мир.*

## Зачем это мне?

Прежде чем мы перейдем к подготовке базы для продвижения вашего личного бренда в социальных сетях, ответьте себе честно на вопрос «**Зачем мне это все?**». Прислушайтесь к внутреннему голосу. Еще раз прислушайтесь. И еще.

Ради чего вы готовы напрягаться? А то получится как у Сенеки:

«Кто не знает, в какую гавань он плывет, для того нет попутного ветра».

Самые первые ответы в стиле «для денег», «чтобы лучше жить» скиньте со счетов. Ваша задача – найти истинную мотивацию. Иначе ничего не получится.

Давайте без иллюзий и розовых очков. Заниматься регулярным ведением соцсетей, не бросать это занятие, даже когда нет сил, когда ничего уже не хочется, начинает тошнить от публичности и открытости в Интернете, можно лишь при одном условии: **вы четко осознаете, зачем это надо, и без этого ваша жизнь становится менее комфортной**. Деньги же в этом уравнении – вторичная выгода.

Самая распространенная история: специалист созревает для публичности, врывается на энтузиазме в социальную сеть, гордо о себе заявляет, а через 3—6 месяцев (а то и гораздо раньше) сдувается, словно воздушный шарик. Дальше он появляется в Сети от случая к случаю, постепенно публикации сходят на нет, а недавний герой из категории «себя показать» переходит в позицию «на других посмотреть». И скромно наблюдает за чужими изменениями, периодически укоряя себя, что пора бы вернуться в публичное пространство, ведь тоже есть что сказать миру. Но не возвращается. Почему? Он думает, что нет сил и желания. Но на самом деле он не чувствует и не понимает истинную мотивацию.

Поэтому, если вы всерьез решили заниматься самопродвижением и хотите добиться успеха, не свернув уже в начале пути, отнеситесь очень серьезно к вопросу «А зачем мне это?». Раскопайте среди вороха мыслей ту самую причину, которая станет вашей путеводной звездой. Иначе вы зря потратите свои силы, время и наверняка деньги.

## Почему стоит продвигаться самостоятельно?

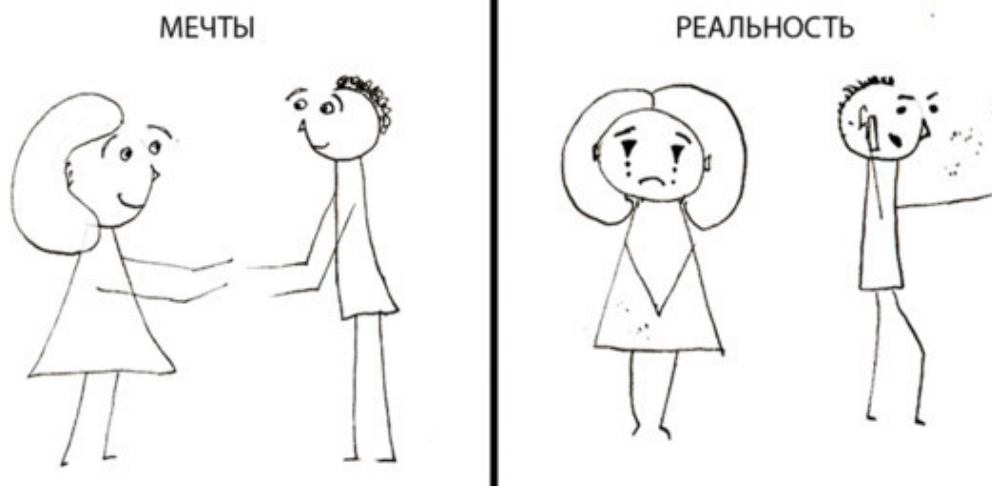
Всегда классно, когда есть команда единомышленников, которая поможет двигаться вперед. А как заманчива мысль о продюсере, который, как агент актера, будет «встраивать» вас и ваши компетенции сразу туда, где они востребованы и где вас ждут. К сожалению, такая история срабатывает очень редко.

Работа продюсера – сложный процесс. И длительное время вкладывать свои силы, время и энергию в неизвестного эксперта, который в любой момент может «взбрыкнуть» или «соскочить» из этого предприятия, мало кто хочет. Гораздо удобнее начать работу сразу с более-менее известным специалистом, который готов вкладывать в свое продвижение силы, время и деньги.

Если все же подумываете найти себе продюсера (а такая возможность сегодня, безусловно, есть), то заранее узнайте о стиле его работы. Скорее всего, вы плохо представляете нюансы. Продюсер вряд ли станет ждать, пока вас посетит муза для написания поста или новой главы учебного курса. Под его неусыпным контролем придется много работать и сдавать задачи в установленный срок. Часто придется выходить из зоны комфорта и работать с аудиторией по указке продюсера. А еще обязательно будут разборы полетов и вы получите «счет» с претензиями, где недоработали. Плюс нельзя забывать о финансовой составляющей – продюсер не работает за идею и еду.

Такой режим далеко не всем нравится и подходит. Да и не каждый специалист сам по себе командный игрок. Работа в коллективе имеет свои особенности. И в этом смысле начать с самопродюсирования – оптимальный вариант. У вас появляется возможность пробовать свои силы, поэкспериментировать, оставаться собой, работать над разными тематиками, пробовать несколько площадок для продвижения, спокойно совершать ошибки без дополнительной критики со стороны.

Пока вы еще на начальном этапе и делаете первые шаги в инфобизнесе, вы вполне справитесь с возникающими задачами самостоятельно. Да и не будет желания переложить ответственность на другого. А когда соберете свою аудиторию, наработаете клиентскую базу, появятся поклонники, будут набиты шишки, тогда есть смысл задуматься о привлечении продюсера. Он усилит ваше развитие.



И вот мы начинаем подбираться от теории к практике. С чего же начать самопродвижение – этот процесс открытого объявления целей и предоставления доказательств своей компетентности для привлечения внимания к себе и своим услугам?

## Почему важна система?

Мы однозначно выступаем за системный подход. Наша задача – помочь вам **выстроить свой комплекс целей, задач и инструментов по созданию продукта, его продвижению и организации сбыта**. А назначение системы – качественное решение маркетинговых задач и исключение лишних непродуктивных действий.

Чтобы приблизиться к пониманию своей будущей системы, начните отвечать на вопросы:<sup>1</sup>

• *Какой я хочу видеть свою жизнь?*

---

---

---

---

• *Чем я хочу заниматься через 5-10-15 лет?*

---

---

---

---

• *Каким образом я хочу, чтобы все функционировало? (А не «какую работу мне надо выполнять?»)*

---

---

---

---

• *Когда я хочу достичь намеченной цели?*

---

---

---

---

• *Как я пойму, что цель достигнута?*

---

---

---

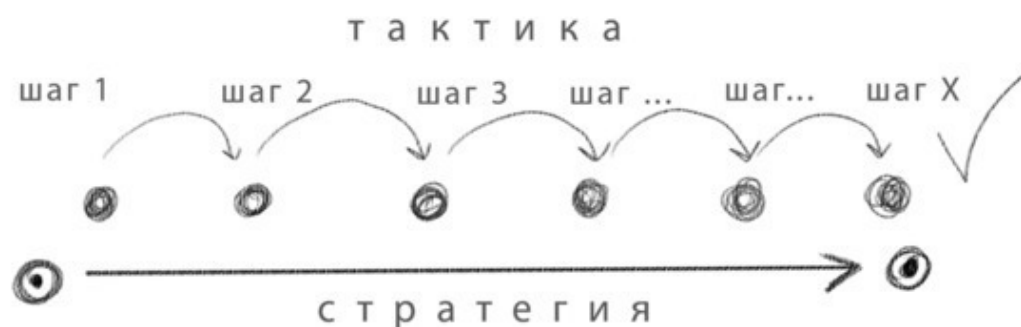
---

---

<sup>1</sup> \*вот здесь как раз стоит открыть свой блокнот и начать выписывать ответы.

**Начните с создания образа своего будущего и действуйте дальше в соответствии с этим образом.** А не наоборот – неопределенно смотря в будущее с надеждой «что-то как-то получится по ходу дела». Именно это отличает подход предпринимателя от подхода специалиста.

Далее только вам решать, какой задавать темп развития. Но главное – не торопиться и делать все по порядку. С этого момента привыкайте к мысли, что для успеха необходимо представлять свою дальнейшую деятельность как систему. Работать с каждым элементом разрозненно – неэффективно. Каждый раз над каждым вопросом старайтесь мыслить стратегически. Тогда тактически реализовать планы будет легче.<sup>2</sup>



Хобби от предпринимательства отличает система. Если изначально выстраивать все правильно, то ваша мини-модель бизнеса должна выглядеть как целостная система. Где в фокусе вашего внимания не только тактика, но и стратегия.

Если вы сосредоточитесь исключительно на выполнении тактической работы, у вас не останется сил, времени и энергии, чтобы задуматься над ключевыми вопросами, которые необходимы для успешного продвижения.

Будете ли вы ошибаться? Да.

Будете ли менять свое мнение? Да.

Но действуя, отталкиваясь от системы, вы будете иметь общее видение и понимать направление движения. И главное – у вас будет ясная цель как вектор движения.

**Если у вас нет понятной и четкой формулировки будущего, вы не властны над ним.** Поэтому не поленитесь, зафиксируйте все на бумаге. И помните, что любой план лучше, чем его отсутствие. А дальше, в процессе работы, ваш план будет превращаться в реальность.

<sup>2</sup> \*Под стратегией понимается план действий, который ведет вас к цели, тактика – это отдельные шаги и действия, которые помогут вам выполнить этот план.

## Где вы в Интернете?

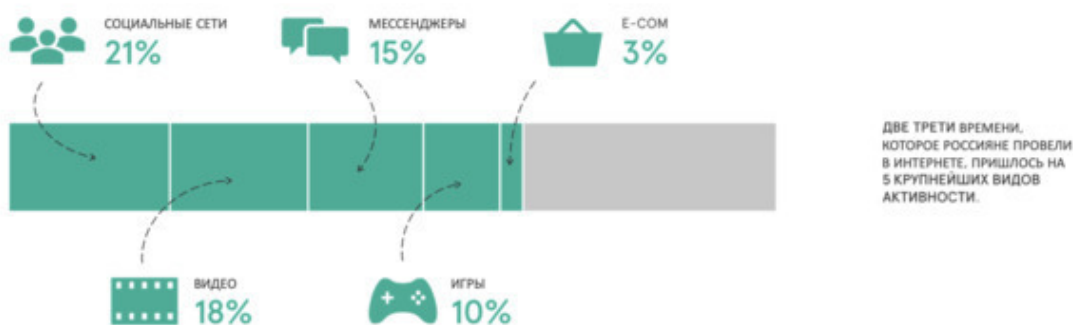
Чаще всего создание странички в социальных сетях начинается с постинга личных фотографий из поездок и со знаковых мероприятий. На память. Для себя и друзей. По мере развития соцсетей становится очевидно, что можно вести блог не просто «для красоты», но и получать от него доход. И даже не всегда нужен сайт. Блог вполне способен справиться с задачей демонстрации ваших способностей и экспертности. Каким направлением деятельности вы бы ни занимались, наличие «живого» и работающего блога – отличный бонус.

Вы не единственный, кто это понимает. Статистика говорит, что в 2023 году Instagram (запрещенная сеть в РФ) ежедневно посещает 500 миллионов активных пользователей в месяц. В России среднесуточное количество пользователей после блокировки составляет  $\cong 5,5$  миллионов. «ВКонтакте» ежедневно посещают 53,6 млн человек. Российская аудитория «ВКонтакте» составляет 79,5 млн человек в месяц.<sup>3</sup>

### СОВОКУПНАЯ АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТА В 2022 ГОДУ



### КРУПНЕЙШИЕ ВИДЫ АКТИВНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ



При такой «толкучке» в соцсетях одной из главных задач становится привлечение к себе внимания. В обиходе даже появился термин «экономика внимания». Внимание все чаще называют новой валютой социальных сетей. Потому что **потребитель платит своим внима-**

<sup>3</sup> Данные взяты из аналитической презентации Mediascope. Digital Communications Day, «Аудитория Интернета в 2022 году», автор – Наталья Бороздина, руководитель сектора поддержки клиентов сегмента Digital

**нием за информацию, эмоции, впечатления.** И если вы решили развивать свой блог, вам тоже придется бороться за внимание других.

И какую же площадку выбрать? Наиболее активными сегодня в РФ являются (по мере убывания ежедневного количества пользователей):

- Telegram (мессенджер, взявший на себя роль соцсети);
- ВКонтакте;
- Instagram (запрещенная сеть в РФ);
- TanChat;
- Яндекс. Дзен;
- YouTube.

Кроме масштабов социальной сети, обязательно надо оценить, кто их основной пользователь (целевая аудитория), какие форматы подачи контента предлагает сеть и какие рекламные возможности будут вам доступны.

Внимательно изучите таблицу с характеристиками наиболее известных социальных сетей и отметьте те, которые на первый взгляд кажутся подходящими.

Площадка	Форматы	Рекламные возможности	Особенности
Telegram	текст, аудио, фото видео-конференции	Официальная реклама, реклама в чужих каналах по договоренности	Дорогой порог входа в официальный рекламный кабинет, требуется регистрация рекламы в ОРД
ВКонтакте	текст, видео, фото, прямые трансляции	Официальная реклама, таргетированная настройка продвижения, закупка рекламы у блогеров.	Нужен специалист по настройке рекламы
Instagram (запрещенная сеть в РФ)	текст, видео, сторис, рилпс, прямые эфиры	Размещение у блогеров (платное или по бартеру)	Требуется регистрация рекламы в ОРД
TanChat	текст, инфографика	Размещение у блогеров (платное или по бартеру)	Требуется регистрация рекламы в ОРД
YouTube	видео, короткие ролики (шорты), трансляции, текст-описание с ссылками на ваши ресурсы	Запуск вирусных роликов, размещение рекламы на каналах блогеров	Требуется регистрация рекламы в ОРД
Одноклассники	текст, фото	Официальная платная реклама	-
Tik-Tok (запрещенная сеть в РФ)	видео короткие, трансляции, текст-описание	Запуск вирусных роликов, размещение рекламы на каналах блогеров	Требуется регистрация рекламы в ОРД
Yarri	видео короткие, трансляции, текст-описание	Официальная платная реклама. Закупка рекламы у блогеров.	Требуется регистрация рекламы в ОРД
Blogger/Блогер (платформа от Google)	текст, видео-ролик	Через сервис Google AdSense	-
Яндекс.Дзен	текст, видео	Официальная платная реклама	-

Теперь не поленитесь и познакомьтесь с каждой сетью, которую вы отметили. Скачайте приложение или зайдите на сайт. Посмотрите, как устроены подача информации и лента с публикациями, как оформлены профили пользователей, как люди между собой общаются в комментариях, что пишут.

Оценивайте также доступные форматы публикаций с учетом ваших сильных сторон. Думайте о себе и своих личностных особенностях.

Ответьте на следующие вопросы.

- Как вам легче выразить свои мысли – текстом или голосом?
- Любите ли выступать на камеру? Насколько легко это дается? Интересно ли вас слушать?

Если вы прекрасно излагаете мысли в тексте, обратите внимание на соцсети с упором на смысловые публикации. Или вы не любите писать, но хороший оратор и рассказчик, тогда оценивайте возможности видео публикаций.

Допустим, вы уже являетесь пользователем какой-либо соцсети и она подходит вам по составу целевой аудитории, или, кратко, ЦА (это группа людей, у которых есть потребность в продукте и возможность его купить, и они схожи по возрасту, полу, месту проживания, профессии, личным предпочтениям и/или другим признакам), и формату, резонно начать продвигаться на привычной площадке. Обязательно выберите еще 1—2 вспомогательные платформы. Зачем? Правило «не клади все яйца в одну корзину» никто не отменял.

Как пример, возьмем ситуацию с запретом Instagram в РФ и блокировку прямого входа. Блогеры ринулись в другие социальные сети, надеясь получить такую же популярность, но не тут то было. Поэтому сейчас эксперты и блогеры ведут параллельно несколько социальных сетей, чтобы не повторять ошибок.

## Выбирайте внимательно

В наши дни стало нормой иметь к партнеру список требований. Наверняка вы тоже выбираете близких людей внимательно. Вот и социальную сеть необходимо оценивать так же тщательно. Ведь она станет своего рода партнером для вас. Без преувеличений, вы будете с ней и в горести, и в радости, в болезни и в здравии, в бедности и в богатстве.

Что будет, если подойти к выбору халатно? По большому счету ничего критичного, кроме потери времени. Но время – самый ценный ваш ресурс и на самом деле союзник. Экономить время невозможно, его можно только провести с большей эффективностью. И в ваших интересах попасть, как в яблочко, в нужную социальную сеть, чтобы сразу эту эффективность наращивать. Если с первой попытки не выйдет, не беда – получите полезный и ценный опыт. Об этом несколько следующих историй.

### История 1

*Прекрасный психолог Анна работает в системе расстановок и трансформационных игр. Очень давно она зарегистрировалась «ВКонтакте», ведь это была ключевая отечественная социальная сеть. Позже начала писать на странице о работе и создала свою группу. Эта нехитрая схема стабильно приводила клиентов. И все шло хорошо, пока в 2019 году народ сломя голову не ринулся в модный Instagram (запрещенная сеть в РФ).*

*Анна освоила и эту площадку, стала размещать публикации. Почувствовала дискомфорт: все было непривычно. Но она не сдавалась – купила обучающий курс по работе в Instagram. И все равно новая соцсеть не приносила ей клиентов соразмерно вложению сил. И, будучи на пороге выгорания и разочарования, Анна вернулась во «ВКонтакте». Вместе с этим восстановились энергия, желание писать и поток клиентов. А Instagram остался запасным аэродромом: туда дублируется информация без дополнительного продвижения.*

### История 2

*Технический специалист Дарья хорошо ориентируется в алгоритмах работы социальных площадок и выбрала для своего блога Instagram (запрещенная сеть в РФ), но, против ее ожиданий, развитие проекта шло медленно и вяло. Хотя Даша регулярно писала в блоге, достигать до любви и признания аудитории не получалось.*

*Тогда она освоила «Телеграм», выбрала нишу и получила желаемое там. А позже написала книгу про развитие телеграм-каналов. В 2021 году из интереса Дарья заглянула в TenChat и... осталась там всерьез и надолго. Теперь ведет еще телеграм-канал про TenChat и выступает на конференциях. Клиенты приходят из двух площадок.*

### История 3

*У Марины давно свой блог в Instagram (запрещенная сеть в РФ). Классный, яркий, интересный. А еще есть двое маленьких детей, которые не позволяют уделять достаточно времени на создание популярного видеоконтента. Вместе с коллегой Марина начала записывать подкасты (аудиофайлы, похожие на радиопередачи, регулярно публикуемые на специальных площадках с возможностью подписки). И через некоторое время их выпуски стали занимать верхние строчки в рейтинге, приносить новые знакомства и привлекать клиентов.*

Хорошая новость – так или иначе вы найдете подходящую вам площадку для продвижения. Лучше создать и поддерживать профили в разных социальных сетях. В каждой вы можете проявиться с разных сторон. В крайнем случае дублируйте в них информацию из основного аккаунта.

**И новость «так себе»: на какой бы платформе вы ни вели свой блог, готовьтесь привлекать к себе внимание.**

Но какую бы площадку в итоге вы ни выбрали, путь эксперта в онлайн-пространстве **начинается с упаковки**. Отнеситесь к задаче ответственно. Эксперт, как и товар, без упаковки — грустное зрелище. Как вы объясните аудитории, что можете компетентно им помочь, если пока не в состоянии «одеть» даже себя?

С каждым годом насмотренность аудитории растет, потребитель соцсетей стал избалован эстетикой и дизайнерскими решениями для профилей и сообществ. Поэтому упаковка, или, как еще называют, визуальное оформление профиля, – очень важный элемент для продвижения. Внешний вид сегодня – это тоже показатель качества. Правило «встречают по одежке» применимо и к социальным сетям.

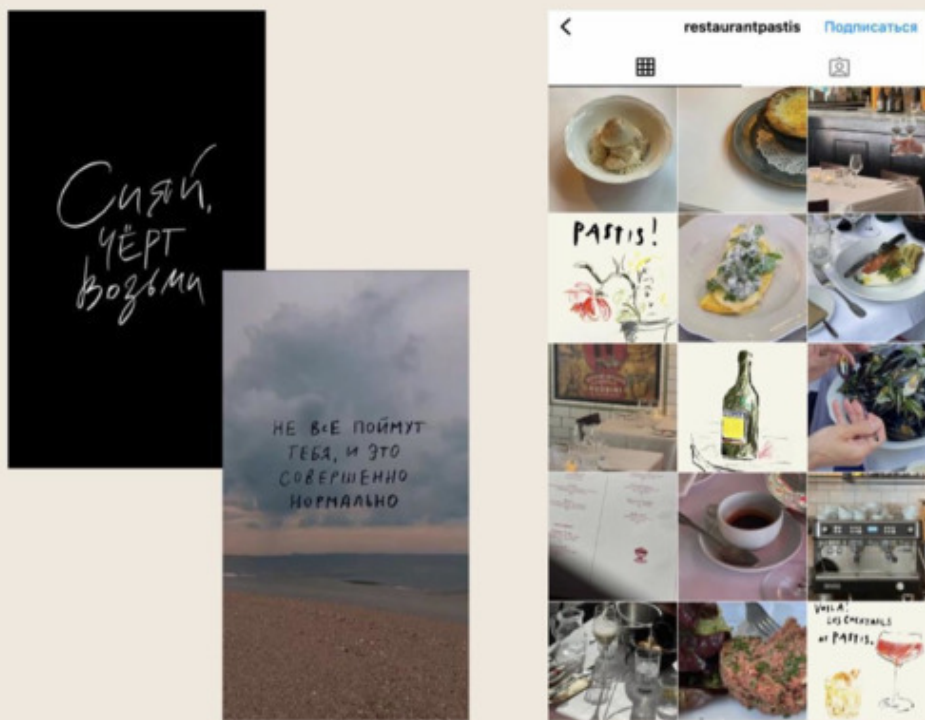
Что это требует от вас? Чтобы блог передавал вашу философию, то есть вызывал нужные ассоциации, выглядел красиво, был узнаваем и удобен для читателей. Если подойти к этому вопросу грамотно, то уже при знакомстве со страницей у аудитории должно возникать правильное мнение о вас и понимание, чего ждать в этом блоге.

Упаковка – один из неотъемлемых элементов личного бренда (или публичного образа, если вам так понятнее), который вы начинаете выстраивать. Так что в ваших интересах отнестись к задаче ответственно.

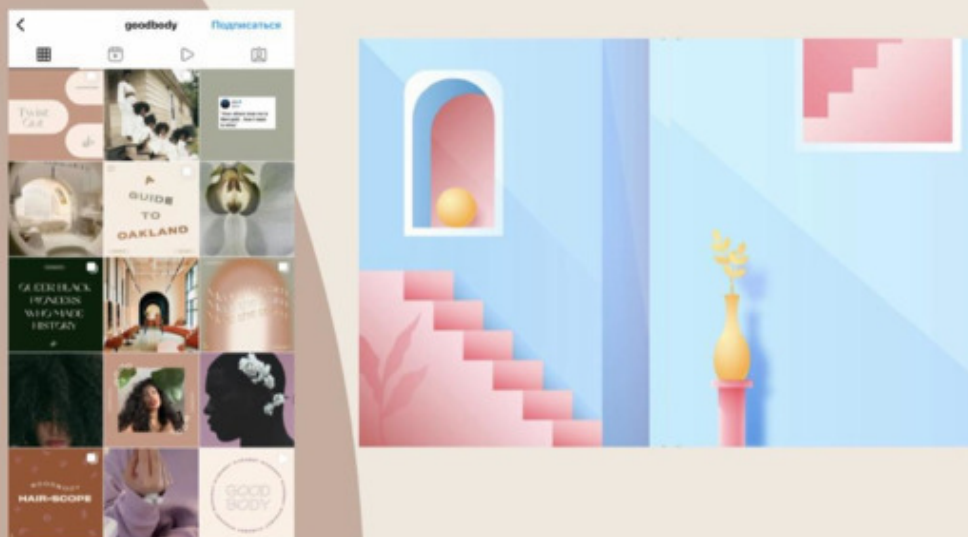
Примеров хороших упаковок много. Но кроме того, что она должна нравиться вам, упаковка должна вызывать у аудитории правильные ассоциации, которые автоматически распространяются и на ваш образ.

Ниже пара примеров оформления профилей в разных стилях:

## СКЕТЧИНГ



## ГЕОМЕТРИЯ И МЯГКИЕ ФОРМЫ



## Кем вы будете?

Мы разобрались, что основные задачи этапа упаковки – это **обратить на себя внимание** и дать понять аудитории, **кто вы и в чем заключается ваша деятельность**.

То есть блог должен стать визитной карточкой в инфопространстве. И ваша подача себя вовне должна определяться не только желанием привлекательно выглядеть, но в первую очередь отталкиваться от выбранных схем самореализации и монетизации.

Это и есть стратегический подход. Поняв сейчас, каким образом вы хотите получать доход от своего блога, вы определите направление его движения и развития.

Итак, у вас есть имя, статус, профессия, специализация, хобби и набор разных личностных качеств. Для самопродвижения из этого нужно сформировать целостный и понятный образ и определить, какой формат в инфопространстве вам больше подходит.

Для этого изучите внимательно таблицу возможных ролей и подумайте, какая вам сейчас максимально близка, понятна и откликается.

Роль	Необходимые элементы	Схема монетизации	Нюансы
Блогер	<ul style="list-style-type: none"> <li>• артистизм, харизма</li> <li>• умение удерживать внимание аудитории</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• продажа рекламы</li> <li>• продажа партнерских программ</li> <li>• амбассадорство</li> </ul>	Чтобы блог стал приносить доход, надо собрать достаточное количество аудитории и постоянно поддерживать с ней контакт. Вы станете интересны рекламодателям только при наличии «теплых» и отзывчивых подписчиков. Чем больше будет живых и вовлеченных в ваш контент подписчиков, тем выше ваш рекламный чек.
Специалист	<ul style="list-style-type: none"> <li>• желание продавать</li> <li>• понимание ценности своей услуги (консультация) или продукта (интеллектуальный или физический продукт)</li> </ul>	прямые продажи своих услуг	Эта бизнес-модель подходит для начала самопродвижения, даже если у вас нет опыта продаж и понимания, какой онлайн продукт будете создавать. Многие крупные блогеры стартовали из этой роли.
Эксперт	<ul style="list-style-type: none"> <li>• сформированная личность эксперта с наличием социальных доказательств</li> <li>• готовый спектр услуг и/или продуктов</li> <li>• желание продавать</li> <li>• стратегическое мышление</li> <li>• умение работать в команде</li> </ul>	продажа своих знаний и опыта в формате готовых продуктов и обучающих материалов (курсы, вебинары, марафоны и другое)	Важно уделять много внимания формированию и продвижению личного бренда. И держать марку при упаковке своих продуктов и их наполнении.
Предприниматель	<ul style="list-style-type: none"> <li>• сильная экспертиза</li> <li>• наличие или возможность создания нескольких продуктов</li> <li>• умение управлять проектами</li> <li>• стратегическое мышление</li> <li>• команда для работы над всем проектом</li> </ul>	продажа системы продуктов за счет своей экспертизы и сильного личного бренда	Будьте готовы вкладывать серьезный бюджет в продвижение и привлекать команду специалистов. Скорее всего потребуются продюсер. Либо придется взять эту роль на себя. Но для этого нужно обладать серьезными компетенциями в продвижении.

Всегда присутствует одна роль.

Когда вы определились с ролью, самое время заглянуть внутрь себя и отыскать то, что вас будет отличать от коллег, то, чем вы будете запоминаться. Это и будет ваша **уникальность**.

Если чувствуете нехватку твердых навыков, чтобы отнести себя к специалистам или экспертам, возможно, вам подойдет лайфстайл-блог. Кроме продажи рекламы, в нем можно монетизировать свои житейские знания и опыт. Например, написать гид по теме, в которой хорошо разбираетесь:

- Где встретить достойного мужчину?
- Топ-100 сайтов для развития вкуса и насмотренности.
- 20 рецептов лучших ПП-десертов.
- Экономное и разнообразное меню для семьи на один месяц.

Плюс всегда есть возможность пройти обучение и начать продавать полученные новые навыки.

### **Пример.**

*Мария – эксперт по грудному вскармливанию и мать четверых детей. Изначально у нее была выбрана модель ведения блога «специалист». Но она хотела продвигаться как эксперт, а дополнительные обучения по продвижению путали ее стратегию, мешая в кашу лайф блогинг, экспертность и продажу услуг.*

*После консультации по стратегии продвижения себя мы выявили спрос аудитории на лайфстайл. И в него потихоньку внедряли продажу услуг, исходя из запросов аудитории. После этой работы с Марией прошло три года. В данный момент она уже позиционирует себя как твердый эксперт, собирает женские круги и транслирует этичный подход к материнству.*

Это наглядный пример, как важно разобраться, кто ты, и найти внутри опоры, которые дадут понимание, как себя позиционировать для аудитории.

## Поиск себя

С довольно большой вероятностью вы столкнетесь со следующей проблемой: вы хороший человек, грамотный уважаемый специалист в своей области, но что именно предъявить миру, до конца непонятно. А ведь как корабль назовешь, так он и поплывет. Значит, уже сейчас следует осознать, какие именно знания вы хотите монетизировать. И это бывает не так просто.

*Пример из жизни: Светлана работает в отделе аналитики и статистики, хорошо разбирается в работе с большими данными, умеет видеть взаимосвязь между показателями. Начинает проявлять себя онлайн и сталкивается с такой картиной: ее рассказы про цифры интересны и понятны скромному числу людей. А особо заинтересованные обращаются к ней за помощью в исследованиях. И Света понимает, что этой рутинной ей хватает в рамках офисной работы, и делать то же самое для других она вовсе не горит желанием. А что другое предложить людям, пока не знает и не понимает.*

Это одна из первых серьезных ловушек фрустрации, которая встречается на пути проявления себя в онлайн-пространстве. Как же быть, если вы в нее попали?

Первое – найдите способ самоидентификации и подтверждения для самого себя, что «я в порядке», «я на своем месте».

И мы предупреждали, что перед вами не только источник знаний, но и материал для практики. Давайте договоримся, что все задания делать будете не у себя в голове, а записывать. В заметки на телефоне, в блокнот, в тетрадь – куда угодно, только не в воображаемом блокноте в голове. Наш мозг так устроен, что выполнять упражнения в уме получается гораздо проще, но когда записываешь, тогда гораздо эффективнее.

Вспомните и запишите, на кого вы равняетесь или хотели бы равняться, как личность? Какие ключевые персонажи есть в вашей жизни и что с ними связывает? Какие позитивные формирующие события с вами происходили? Какие инструменты самопознания могут вам помочь?

Попросите близких и авторитетных для вас людей **написать пять качеств, с которыми вы для них ассоциируетесь**. Прислушайтесь к себе в поиске своей уникальности. Эта уникальность ляжет в основу вашего личного бренда. Чтобы по-настоящему проявить себя, надо отделить свою личность от работы.

*Мои 5 качеств со слов близких:*

---

---

---

---

---

Если так и не получается определить, что отражает вас лучше всего, составьте три-четыре гипотезы.

*Например, Светлана после опроса знакомых поняла, что 1) она системный человек; 2) хорошо управляется с числами и большими массивами данных; 3) очень организована в делах и отличный тайм-менеджер; 4) интересно и весело описывает в тексте истории из жизни. Далее каждый пункт мы превратили в гипотезу для проверки. И выяснили, что есть желающие заказать у нее тексты для своих блогов, а часть аудитории хочет получить мастер-класс по планированию рабочего времени.*

Таким образом, выкристаллизовались два конкретных направления развития. Их можно тестировать дальше. Но в любом случае, уже есть от чего оттолкнуться. Дальше останется выбрать инструменты для демонстрации идентичности и начать публично ее транслировать.

*Мои гипотезы что отражает меня лучше всего:*

---

---

---

---

---

Все еще затрудняетесь понять, в какую сторону вам двигаться?

Подумайте и запишите, чему вы посвятили последние 5-10 лет своей жизни? Перечислите на бумаге:

- чему научились;
- какие навыки закрепили;
- какие качества выработали.

Ваш опыт не обнуляется. В своем новом направлении так или иначе вы можете проявить или использовать имеющиеся знания и навыки.

Как это можно сделать и что вы хотите взять из прошлого опыта?

По ходу работы вы, возможно, осознаете, что какие-то стороны желательно усилить. Но это не повод свернуть с дороги. Даже если решите поменять сферу деятельности.

## Я-концепция

Я-концепция – это система ваших представлений о самом себе. И к построению личного бренда данный этап имеет самое прямое отношение. Если вы слышали модное нынче выражение «распаковка личности», то это не что иное, как **определение я-концепции**.

Чтобы четко и ясно транслировать миру свою экспертизу, необходимо самому определиться, из чего она складывается. Это все ваши твердые профессиональные навыки (Hard skills) и мягкие навыки (Soft skills) – те личностные человеческие качества, которые дополняют профессионализм. Задача – осознать их и подкрепить доказательной базой, конкретными результатами.

Вы уже поняли, что перед вами не только источник знаний, но и материал для практики. Поэтому теория сопровождается элементами рабочей тетради.

И сейчас самое время сделать самодиагностику с целью изучения и оценки уникальных характеристик, черт и особенностей вашей личности. Для этого письменно ответьте на вопросы, представленные ниже. С них и начнется ваша рабочая тетрадь.

Вопросы непростые, но помогут лучше понять себя, увидеть особенности и отличительные черты. Уже сейчас начнет формироваться ваш профессиональный образ.

Все записи, сделанные в рабочей тетради, помогут в дальнейшем при ведении блога, презентации себя, коммуникации с аудиторией.

### Выявляем сильные стороны

- Выпишите 5-10 главных своих достижений.
- Возле каждого укажите, благодаря каким качествам вы их достигли?

Так вы наглядно увидите ваши сильные стороны.

### Выявляем образ ролевой модели

- С какой цитатой или мыслью вы бы хотели ассоциироваться?
- Какие состояния/эмоции/чувства вы желаете вызывать у вашей целевой аудитории?
- Какой архетип вам близок: мудрец, герой, исследователь, творец, маг, эстет, балагур, правитель, любовник?

Если чувствуете внутреннее сопротивление перед выполнением задания, подумайте над причиной. А не страх ли это узнать самого себя лучше? Если так, тем более идите в эту сторону и начинайте исследование. Не торопитесь. Делайте практические задания столько, сколько требуется. Давайте себе время на размышления.

Что еще может помочь вам на пути самоопределения?

## **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.