

Ирина Клепикова

*Как привлечь
клиентов и забить
расписание
на месяц вперёд*



Ирина Клепикова

**Как привлечь клиентов и забить
расписание на месяц вперёд**

«Издательские решения»

Клепикова И.

Как привлечь клиентов и забить расписание на месяц вперёд /
И. Клепикова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-691431-5

Хотите, чтобы клиенты сами находили вас, а расписание было забито на месяц вперед? Эта книга показывает, как построить систему привлечения клиентов, настроить контентные воронки и использовать бесплатные и платные источники трафика. Вы научитесь превращать контент в постоянный поток заявок и работать спокойно, без хаоса и постоянного поиска клиентов.

ISBN 978-5-00-691431-5

© Клепикова И.
© Издательские решения

Содержание

Вступление	6
Глава 1. Почему сегодня клиенты приходят не из соцсетей?	7
Что изменилось в поведении людей?	8
Почему «писать посты» больше не стратегия?	9
Как люди реально ищут эксперта в наше время?	10
Глава 2. Эксперт без системы = случайный доход	11
Почему доход эксперта часто выглядит, как лотерея?	12
Что такое хаотичный маркетинг на самом деле?	13
Почему «делать больше» не решает проблему?	14
Зависимость от платформ: скрытая ловушка экспертов	15
Что значит «владеть трафиком»?	16
Эксперт – это не услуга	17
Почему без системы эксперт выгорает быстрее?	18
Глава 3. Почему профессионализм сам по себе не приводит клиентов?	19
Иллюзия «если я хороший специалист, меня найдут»	20
Клиент не умеет оценивать глубину экспертизы	21
Почему эксперты часто говорят «не на том языке»?	22
Когда эксперт отпугивает клиента своей глубиной?	23
Почему эксперт ждёт «правильного клиента»?	24
Глава 4. Страх видимости: почему эксперт прячется, даже когда хочет клиентов	25
Что такое страх видимости на самом деле?	26
Почему страх усиливается именно у сильных экспертов?	27
Как страх видимости маскируется?	28
Страх видимости и деньги	29
Почему поиск усиливает страх?	30
Контент, как защита, а не атака	31
Почему идеальный контент не нужен?	32
Глава 5. Эксперт – это точка входа в систему, а не просто услуга	33
Почему мышление «я – услуга» ограничивает рост?	34
Эксперт, как навигатор	35
Эксперт, как фильтр	36
Почему клиенты боятся сразу идти на консультацию?	37
Система вместо разовых касаний	38
Почему эксперт боится системы?	39
Глава 6. Деньги, клиенты и личные границы: почему без границ не бывает полной записи	40
Бесплатные советы, как способ слить доверие	41
Как отсутствие границ снижает конверсию?	42
Конец ознакомительного фрагмента.	43

Как привлечь клиентов и забить расписание на месяц вперёд

Ирина Клепикова

© Ирина Клепикова, 2026

ISBN 978-5-0069-1431-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Вступление

Вы когда-нибудь замечали, что большинство экспертов, даже самых крутых, сидят без клиентов?

Причём это не связано с их компетенцией – люди часто готовы платить за их знания и опыт. Проблема совсем в другом: они делают всё не так, как ищет клиент.

Раньше можно было «сидеть в социальных сетях», писать посты и ждать, что клиенты сами придут.

Сегодня всё изменилось. Клиенты больше не подписываются на экспертные страницы. Они ищут ответы конкретно на свои вопросы, и делают это через поиск и через видео. Соцсети перестали быть главным каналом.

Эта книга – не о лайках, не о мотивации и не о «мышлении миллионера». Она о системе, которая позволяет эксперту:

- привлекать клиентов без хаоса,
- управлять потоком клиентов и временем,
- превращать контент в актив, который работает годами.

Мы разберём:

- Мышление эксперта: почему умение делать своё дело не гарантирует клиентов.
- Где и как люди ищут эксперта: поисковые запросы, видео, статьи, изображения.
- Контент, как система: как создавать контент, который приводит клиентов, а не отвлекает.
- Контентные воронки: зачем они нужны, как их строить и использовать.
- Продукты: как строить предложения, которые продаются сами.
- Пример реальной воронки на основе книги.
- Как забить расписание и оставаться в ресурсе.

В конце книги вы получите не просто теорию, а практический план, который можно внедрить сразу. Упражнения, шаблоны, чек-листы и примеры помогут вам не просто читать, а делать.

Здесь нет абстрактных советов. Всё строится на реальных сценариях и реальных клиентах, на том, как они думают и что ищут.

Представьте: вы уже не гоняетесь за клиентами, а они приходят к вам сами. Вы знаете, кто ищет ваши услуги, где искать, что читать и смотреть, чтобы выйти к вам.

Ваша система работает, даже если вы отдыхаете.
Именно этому мы будем учиться шаг за шагом.

Глава 1. Почему сегодня клиенты приходят не из соцсетей?

Давайте сразу честно. Раньше эксперт мог писать посты, вести страницу и ждать клиентов. Сейчас это почти не работает.

Почему? Потому что люди искали и покупали по-другому. Они не лайкают, а ищут ответы на свои конкретные вопросы. И чаще всего они ищут через поиск, видео и платформы вроде Яндекс или Дзена.

Соцсети остались только, как фоновый шум: иногда кто-то увидит, иногда нет. Ставить их, как главный канал – это как ловить рыбу в пустом пруду.

Что изменилось в поведении людей?

Представьте, что вы эксперт по финансам. Раньше вы писали: «Как увеличить доход на 20% за месяц».

Клиент видел это, лайкал, подписывался и потом мог прийти.

Сегодня тот же клиент ищет: «Почему у меня деньги есть, а их постоянно не хватает?»

Он вводит это в Яндекс или Google. Он ищет статью, видео, пошаговое объяснение. И он не подписывается на вашу страницу, он ищет ответ здесь и сейчас.

Вы понимаете разницу? Это не просто «платят меньше внимания», это совсем другой путь клиента.

Почему «писать посты» больше не стратегия?

Посты – это хаос. Если клиент ищет решение, посты не гарантируют, что его найдут. Они тонут в ленте.

Эксперт по психологии публикует посты о личных границах. 1000 человек увидели, 2 подписались, и один написал сообщение.

Но сколько людей с реальной проблемой он не нашёл? Сотни.

Вывод: просто писать «посты» – не стратегия. Стратегия – быть там, где ищет клиент, и предлагать решение его проблемы.

Как люди реально ищут эксперта в наше время?

Сейчас клиенты действуют так:

- Они чувствуют боль или вопрос.
Например, «Почему я не могу забить расписание консультациями?»
- Они формулируют запрос, чаще через поиск или видео.
- Они сравнивают варианты – кто понятно объясняет, а кто вызывает доверие.
- Они выбирают эксперта и готовы платить, если решение логично и удобно.

То есть ключевой момент: не надо ждать, пока они найдут вас случайно, а надо строить путь, по которому они придут сами.

Эксперт по финансовым сценариям пишет пост в соцсетях: «Как увеличить доход на 30% за месяц».

В результате получает лайки, пару комментариев и сообщение от всего одного человека.

Тот же эксперт сделал статью на запрос: «Почему доход не растёт, даже если много работать»

Результат: за месяц статья дала 45 обращений от людей, реально готовых к консультации, без лайков и репостов.

Вы видите разницу? Поиск работает, как магнит, посты, как крючок без наживки.

Напишите ответы на **вопросы для размышления**:

Где ваши клиенты ищут решение прямо сейчас?

Какие их вопросы вы уже можете закрыть через статьи или видео?

На какой площадке ваши ответы будут находить легко?

Упражнение.

Возьмите 5 ключевых проблем, которые ваши клиенты решают у вас. Сформулируйте их так, как их ищет клиент.

Для каждой проблемы напишите, где она может быть найдена: поиск, видео, Дзен, ВКонтакте.

Проверьте: есть ли у вас контент, который отвечает на этот запрос? Если нет – записываем, как задачу его создать.

Клиенты сегодня приходят не из соцсетей, а через поиск, видео и платформы, где реально ищут решение своей проблемы.

Посты – это всего лишь бонус, но не стратегия. Стратегия – быть там, где ищет клиент, и давать решение его боли.

Глава 2. Эксперт без системы = случайный доход

Если бы меня попросили описать главную проблему экспертов одной фразой, я бы сказала так: «эксперт живёт от клиента к клиенту».

Сегодня есть записи, а завтра – тишина. Сегодня кто-то написал, оплатил, пришёл, а завтра – никто.

И вроде бы вы делаете всё то же самое, но результат каждый раз разный. Это не невезение, не рынок и не «плохие клиенты», а отсутствие системы.

Почему доход эксперта часто выглядит, как лотерея?

Давайте посмотрим правде в глаза. Большинство экспертов живут в режиме ожидания.

– «Напишет – не напишет?»

– «Запишется – не запишется?»

– «В этом месяце нормально, а в следующем?»

Это состояние очень выматывает. Оно создаёт ощущение нестабильности даже тогда, когда деньги вроде бы есть.

Самое неприятное – эксперт привыкает к этому состоянию. Он начинает считать нормой то, что доход скачет, что планы невозможно строить и нужно «постоянно что-то делать», чтобы клиенты не пропали.

Но это не норма, а признак отсутствия системы.

Что такое хаотичный маркетинг на самом деле?

Хаотичный маркетинг – это не когда вы «ничего не делаете». Наоборот, чаще всего – это когда вы делаете слишком много, но без логики.

Примеры хаоса, которые я вижу постоянно:

- сегодня пост,
- завтра сторис,
- послезавтра идея вебинара,
- потом бесплатная консультация,
- потом тишина и усталость.

Каждое действие само по себе может быть хорошим, но между ними нет связки.

Клиент пришёл – и не понял, что дальше. Вы выложились – и не поняли, зачем. В результате нет предсказуемости, нет повторяемости и нет ощущения контроля. А значит – нет стабильного дохода.

Почему «делать больше» не решает проблему?

В какой-то момент эксперт начинает думать: «Наверное, я мало стараюсь».

И тогда начинается:

- больше контента,
 - больше активности,
 - больше бесплатных ответов,
 - больше вовлечённости,
- но клиентов больше не становится.

И это очень сбивает с толку.

Важно понять одну вещь: количество действий не заменяет систему.

Можно писать каждый день – и не иметь клиентов, а можно написать одну статью – и получать заявки месяцами.

Разница не в объёме, а в логике.

Зависимость от платформ: скрытая ловушка экспертов

Есть ещё одна проблема, о которой редко говорят прямо.

Эксперт часто полностью зависит от чужих площадок. Соцсети, платформы, алгоритмы – всё это не ваше. Вы там гость.

Сегодня вас показывают, завтра – нет.
Почему? Никто не объясняет.

И в какой-то момент эксперт начинает подстраиваться, угадывать алгоритмы, менять формат и подстраивать стиль. Вместо того, чтобы выстраивать свою систему, он пытается понравиться платформе.

Это переворачивает роли: не платформа работает на вас, а вы работаете на платформу. И это очень опасное место.

Что значит «владеть трафиком»?

Когда мы говорим «владеть трафиком», это не про сложные термины, а про контроль.

Вы владеете трафиком, если:

- клиент может найти вас сам,
- ваш контент живёт дольше одного дня,
- путь клиента логичен и повторяем.

Статья в поиске – это владение.

Видео под запрос – это владение.

Контентная цепочка – это владение.

Пост в ленте – это надежда, а система – это расчёт.

Эксперт – это не услуга

Очень важный момент, который меняет всё мышление. Эксперт – это не услуга. Услуга – это только часть пути.

Эксперт – это точка входа, навигатор и человек, который помогает разобраться.

Клиент приходит не за «консультацией», а за ясностью, за пониманием и за ощущением, что его видят и понимают.

Если вы видите себя просто, как услугу, то будете конкурировать ценой. Если вы видите себя, как систему, то будете выбирать клиентов.

Почему без системы эксперт выгорает быстрее?

Хаос бьёт не только по деньгам, но и по состоянию.

Когда нет системы, каждый клиент заявка или сообщение – это стресс, напряжение и обязанность.

Эксперт постоянно «включён». У него нет границ между работой и жизнью, и нет ощущения опоры.

Система даёт обратное:

- понятный входящий поток,
- фильтрацию клиентов,
- прогнозируемую загрузку.

Это не про «больше работать», а про работать спокойнее.

Вопросы, которые стоит себе задать.

Откуда ко мне приходят клиенты сейчас?

Повторяем ли этот путь или каждый раз случайность?

Если я перестану быть активной на неделю – что произойдёт?

Есть ли у меня точка входа, которая работает без моего участия?

Ответы могут быть неприятными, но именно они показывают, где вы сейчас на самом деле.

Упражнение: диагностика текущей модели.

Возьмите лист бумаги и напишите:

1. Все источники клиентов за последние 3 месяца.
2. Отметьте, какие из них:
 - случайные,
 - повторяемые,
 - управляемые.
3. Посмотрите, сколько источников вы реально контролируете.

Часто после этого упражнения становится ясно: клиенты есть – системы нет.

Если у эксперта нет системы, доход всегда будет нестабильным, непредсказуемым и зависящим от внешних факторов.

Система – это не про усложнение, а про ясность.

В следующей главе мы начнём разбирать, почему даже сильные эксперты остаются без клиентов, и какие внутренние причины мешают выстроить стабильный поток.

Глава 3. Почему профессионализм сам по себе не приводит клиентов?

Есть одна очень неприятная мысль, к которой эксперт рано или поздно приходит. Она звучит так: «Я правда хорошо делаю свою работу. Но клиентов всё равно мало».

И вот здесь возникает внутренний конфликт. Потому что в голове есть логика: я учился, развивался и знаю больше, чем многие, значит, клиенты должны приходить.

Но они не приходят. И это бьёт не по деньгам даже, а по самооощению.

Иллюзия «если я хороший специалист, меня найдут»

Эта иллюзия очень распространена. Она выглядит примерно так: «Рынок же не дурак. Если я реально помогаю, люди это почувствуют».

В теории – красиво, а на практике – почти никогда не работает.
Потому что рынок не чувствует, а выбирает из того, что видит и понимает.

Если вас не видно – вас не существует. Если вас видно, но непонятно – вас не выбирают.

И это не про ценность вашей работы, а про способ, которым вы в неё заходите.

Клиент не умеет оценивать глубину экспертизы

Очень важный момент, который часто ранит экспертов.

Клиент не знает, насколько вы хороший специалист.

Он не может это оценить напрямую, потому что не видит вашего опыта, ваших знаний и ваших внутренних решений. Он видит только объяснение и формулировки, примеры и попадание в его ситуацию.

Если вы объясняете сложно – вас считают умным, но далёким. Если вы объясняете просто – вас считают понятным и выбирают.

Это не деградация рынка, а нормальная человеческая логика.

Почему эксперты часто говорят «не на том языке»?

Эксперт живёт в своей теме давно, поэтому он привык к терминам, концепциям и моделям. А клиент только что понял, что у него проблема, не знает, как она называется, и не понимает, что с ней делать.

И когда эксперт начинает говорить: «Вам нужно пересобирать стратегию и проработать ограничения», то клиент внутри думает: «Наверное, это не про меня. Я просто устал и запутался».

Эксперт попал в точку, но не попал в язык.

Когда эксперт отпугивает клиента своей глубиной?

Есть ещё одна тонкая ловушка.

Эксперт думает: «Я покажу, как это всё сложно. Тогда меня будут ценить», а клиент думает: «Мне страшно. Я не справлюсь».

Глубина без навигации пугает.

Человек ищет не сложность, а ясность, и он готов идти вглубь, но только если его туда проведут.

Пример из практики.

Эксперт по финансам объясняет клиенту: «У вас нарушен финансовый сценарий, и поэтому деньги не задерживаются».

Клиент кивает, но не понимает, что с этим делать.

Другой эксперт говорит:

«Вы зарабатываете, но не удерживаете деньги, потому что не видите полной картины. Давайте сначала разберёмся, где именно происходит утечка».

Оба говорят об одном и том же, но второй вызывает ощущение «меня понимают» и «со мной будут разбираться». И к нему идут.

Почему эксперт ждёт «правильного клиента»?

Иногда эксперт бессознательно ждёт клиента, который уже всё понимает, говорит правильными словами и готов сразу.

Но таких клиентов мало, и они редко приходят первыми.

Большинство людей приходят растерянными, сомневающимися и с кашей в голове. И если вы не готовы работать с этим состоянием, то теряете большую часть рынка.

Очень важный поворот мышления происходит, когда эксперт понимает, что его задача – не показать, какой он умный, а перевести сложное в понятное.

Эксперт – это переводчик между внутренним хаосом клиента и ясным решением.

Когда это происходит, клиент чувствует: «Со мной смогут пройти этот путь», и доверие возникает само.

Ответьте на **вопросы для честного самоанализа**.

Говорю ли я языком клиента или своим?

Поймёт ли меня человек, который только начал разбираться в проблеме?

Где я усложняю там, где можно упростить?

Есть ли у меня контент для тех, кто «ещё не готов»?

Эти вопросы часто меняют всё.

Упражнение: перевод с экспертного на человеческий.

Возьмите три фразы, которые вы часто используете, например:

– «проработка ограничений»,

– «стратегия роста»,

– «глубинная диагностика»,

и попробуйте переписать их так, как сказал бы клиент:

– «почему я упираюсь в потолок»,

– «как понять, куда идти дальше»,

– «разобраться, что со мной происходит».

Это и есть точка контакта.

Профессионализм – это фундамент, но клиенты приходят не на фундамент, а на понятность, на совпадение и на ощущение, что их видят.

В следующей главе мы разберём, как страх видимости и внутренние ограничения эксперта напрямую влияют на поток клиентов, даже если система уже начинает выстраиваться.

Глава 4. Страх видимости: почему эксперт прячется, даже когда хочет клиентов

Есть парадокс, который редко признают вслух.

Эксперт говорит: «Я хочу больше клиентов и стабильный доход. Я хочу, чтобы меня находили», но при этом он редко публикуется и долго «готовится», переписывает тексты по десять раз и откладывает запуск статей, видео или книг. И со стороны это выглядит как лень, прокрастинация или отсутствие дисциплины, но на самом деле – это страх видимости.

Что такое страх видимости на самом деле?

Страх видимости – это не страх камеры или текста, а страх быть увиденным таким, какой ты есть, не идеальным и не «достаточно упакованным», не на 100% готовым.

Эксперт боится не хейта, а оценки и сравнения, обесценивания и собственной уязвимости. Потому что, когда ты выходишь в поле видимости, то перестаёшь быть «внутри себя», а становишься объектом восприятия.

Почему страх усиливается именно у сильных экспертов?

Интересный момент: чем глубже эксперт, тем сильнее страх.

Потому что:

- ты понимаешь, насколько тема сложная,
- ты видишь все нюансы,
- ты знаешь, где могут «докопаться».

Слабый эксперт говорит уверенно и просто. Сильный – сомневается, потому что видит больше.

И в итоге рынок слышит не того, кто знает больше, а того, кто не боится говорить.

Как страх видимости маскируется?

Редко кто говорит себе: «Я боюсь быть видимым».

Обычно это выглядит так:

- «Я ещё не готов (а)».
- «Надо доработать».
- «Сейчас не время».
- «Сначала нужно...»

И это «сначала» может длиться годами. Эксперт честно работает и развивается, но остаётся в тени.

Страх видимости и деньги

Важно сказать прямо: страх видимости всегда влияет на доход. Потому что вас меньше находят, вас реже запоминают и вас не ассоциируют с решением проблемы.

Можно быть прекрасным специалистом и жить на случайных клиентах. И можно быть средним специалистом, но с выстроенной видимостью – и быть с полной записью.

Это не несправедливость, а устройство рынка.

Почему поиск усиливает страх?

Когда эксперт начинает работать с поисковым трафиком, страх часто усиливается, потому что статью может прочитать любой, видео может найти незнакомый человек, и контент живёт долго.

Это не сторис, которые исчезнут, а след. И здесь включается мысль:

А вдруг это не так?

А вдруг я ошибаюсь?

А вдруг через год мне будет стыдно?

Контент, как защита, а не атака

Очень важно поменять внутреннюю рамку.

Контент – это не выход «на сцену», а навигация.

Вы не кричите: «Смотрите на меня!», а говорите: «Если у вас вот такая ситуация – вот объяснение и путь».

Это не самопрезентация, а помощь. Когда эксперт это понимает, напряжение снижается.

Пример из практики.

Эксперт по личным границам годами не писал статьи, потому что: «Тема слишком тонкая, вдруг неправильно поймут».

Когда он начал писать не «про себя», а про состояния клиента, произошло следующее:

- статьи начали находить через поиск,
- клиенты говорили: «Вы как будто про меня написали»,
- страх снизился, потому что фокус сместился с себя на читателя.

Почему идеальный контент не нужен?

Ещё одна ловушка – стремление к идеалу. Но клиент ищет не идеальный текст, а узнавание.

Фраза: «Я не могу собрать себя и понять, куда двигаться» работает лучше, чем: «Давайте рассмотрим системный подход к стратегическому планированию».

Вопросы для честного диалога с собой.

Ответьте письменно:

Где я сдерживаю себя из страха оценки?

Что именно меня пугает: критика, ошибка, видимость?

Что произойдёт в худшем случае, если меня увидят?

Что я теряю, оставаясь невидимым?

Часто ответы здесь очень отрезвляют.

Упражнение: безопасная видимость.

Сделайте первый шаг не в «продажу», а в объяснение. Выберите одну боль клиента, один простой вопрос и один формат (статья или видео), и скажите себе: «Я не продаю. Я объясняю».

Это снимает половину напряжения.

Страх видимости – это не проблема характера, а естественная реакция эксперта, который понимает глубину своей темы.

Но клиенты приходят не к тем, кто прячется, а к тем, кто даёт ясность.

В следующей главе мы поговорим о том, как эксперт перестаёт быть «исполнителем услуги» и становится точкой входа в систему, из-за чего клиенты начинают воспринимать его иначе и выбирать осознанно.

Глава 5. Эксперт – это точка входа в систему, а не просто услуга

Очень многие эксперты сами не замечают, в какой ловушке находятся.

Они думают о себе так: «Я оказываю услугу. Ко мне приходят, я помогаю – и на этом всё». И формально это правда.

Но именно такое мышление чаще всего и держит доход на одном уровне, потому что услуга – это конечная точка, а эксперт – это начало пути.

Почему мышление «я – услуга» ограничивает рост?

Когда эксперт считает себя услугой, происходит следующее:

- клиент оценивает по цене,
- сравнивает с другими,
- торгуется,
- уходит после одного касания.

Потому что услуга – это: «Сделал → получил → пошёл дальше».

Никакой системы здесь не возникает, эксперт устаёт, доход скачет, а очереди нет.

Клиенту нужен не результат, а путь.

На первый взгляд кажется, что клиенту нужен результат: деньги и уверенность, здоровье и стратегия, но, если смотреть глубже, клиенту нужен путь, по которому его проведут.

Потому что он не знает, с чего начать, боится ошибиться и не понимает, где именно проблема. И здесь появляется роль эксперта не как «исполнителя», а как навигатора.

Эксперт, как навигатор

Навигатор не бежит за клиента и не делает за него путь. Он показывает карту, объясняет логику и предупреждает о сложных местах.

Когда клиент чувствует, что вы: «Понимаете, где он сейчас и куда он идёт», то возникает доверие. А доверие – это основа выбора.

Эксперт, как фильтр

Очень важный момент, который часто упускают. Эксперт – это не только вход, но и фильтр.

Когда у вас есть система, то не все доходят до консультации, не все подходят и не все готовы. И это нормально.

Фильтр экономит ваше время, повышает качество клиентов и увеличивает ценность работы.

Почему клиенты боятся сразу идти на консультацию?

Многие эксперты расстраиваются: «Почему люди читают, смотрят, но не записываются?»

Потому что консультация – это контакт, ответственность и необходимость что-то менять

Для неподготовленного клиента это страшно.

И если эксперт сразу предлагает «прыжок», то клиент отступает.

Система вместо разовых касаний

Когда эксперт становится точкой входа в систему, появляется логика, когда потенциальный клиент

- сначала читает статью,
- потом проходит диагностику,
- возможно покупает небольшой мини-продукт,
- записывается на консультацию,
- и только потом идёт в сопровождение до результата.

Клиент не прыгает сразу, а идёт шаг за шагом. И на каждом шаге ему становится понятнее, спокойнее и безопаснее.

Пример из практики.

Эксперт по развитию дохода раньше продавал только консультации.

Клиенты приходили редко, долго думали и часто не доходили.

После появления диагностической статьи, мини-теста и книги, как первого шага, консультации начали продаваться сами, потому что клиент уже был внутри системы.

Почему эксперт боится системы?

Иногда звучит так:

«Я не хочу быть инфобизнесменом»,

«Я не хочу воронки»,

«Я просто хочу работать с людьми»,

Но система – это не инфобизнес, а бережное движение клиента.

Она нужна не для масштабирования, а, чтобы не выгорать, не объяснять одно и то же и не работать с каждым «с нуля».

Ответьте честно на **вопросы для переосмысления** своей роли:

Воспринимаю ли я себя, как услугу или как проводника?

Есть ли у клиента путь после первого контакта?

Что происходит с человеком, если он ещё не готов ко мне?

Отсекаю ли я неподходящих клиентов или беру всех подряд?

Упражнение: собрать свою систему входа.

Напишите, с какой проблемой к вам чаще всего приходят.

Опишите, в каком состоянии находится человек до работы с вами.

Подумайте, какой первый безопасный шаг вы можете ему предложить.

Запишите, куда этот шаг должен вести дальше.

Это и есть основа системы.

Эксперт, который остаётся услугой, всегда зависит от потока и случайности.

Эксперт, который становится точкой входа в систему, начинает управлять вниманием, доверием и потоком клиентов.

В следующей главе мы поговорим о деньгах, клиентах и личных границах, и о том, почему отсутствие границ напрямую снижает конверсию и доход.

Глава 6. Деньги, клиенты и личные границы: почему без границ не бывает полной записи

Есть тема, о которую спотыкаются даже сильные эксперты. Обычно о ней не любят говорить, потому что она неприятная. Эта тема – личные границы.

Причём не в абстрактном психологическом смысле, а в самом практичном:

- кто вам пишет,
- что вы отвечаете,
- сколько времени тратите,
- где заканчивается «просто вопрос» и начинается работа.

И самое важное – как всё это напрямую влияет на деньги.

Иллюзия «чем я добрее, тем больше клиентов».

Многие эксперты живут с внутренней установкой: «Надо быть открытым, полезным, отзывчивым – тогда ко мне пойдут».

И сначала это даже работает. Люди пишут, спрашивают и интересуются, но дальше происходит странное:

- консультации не покупают,
- клиенты «думают»,
- доход не растёт.

Потому что без границ эксперт становится бесплатным ресурсом, а не точкой ценности.

Бесплатные советы, как способ слить доверие

Парадоксально, но факт: чем больше бесплатных индивидуальных советов вы даёте, тем меньше у вас покупают.

Потому что клиент уже получил внимание, напряжение спало, а мотивация платить исчезла.

И он не плохой, он просто человек. Если решение дали бесплатно – зачем покупать?

«Я просто спрошу» – ловушка для эксперта.

Фраза, знакомая почти каждому: «Можно один маленький вопрос?»

Этот «маленький вопрос» часто требует анализа, тянет за собой уточнения и превращается в мини-консультацию.

Эксперт отвечает, потому что неудобно отказать, страшно показаться жадным и хочется помочь.

Но каждый такой ответ снижает ценность платного формата, стирает границу и выматывает.

Как отсутствие границ снижает конверсию?

Очень важный момент. Клиент бессознательно чувствует, есть ли у эксперта рамки, ценит ли он своё время и уверен ли он в своей роли.

И если эксперт доступен всегда, отвечает всем и готов разбирать всё бесплатно, то возникает ощущение: «Значит, это не так уж ценно».

Границы = ощущение ценности.

Границы – это не жёсткость, а ясность. Частая ошибка – думать, что границы – это про холодность.

На самом деле границы – это понятные форматы, прозрачные шаги и чёткие условия.

Например, «Я не консультирую в переписке, но у меня есть диагностический формат, с которого мы можем начать».

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.