РИНАТ ТАШЕВ

МАРКЕТИНГ БЕЗ МАРКЕТОЛОГА



ПРИВЛЕЧЬ КЛИЕНТОВ

ПОНЯТЬ АУДИТОРИЮ

УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ

СДЕЛАТЬ СИЛЬНЫЙ БРЕНД

ПРОСТЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ РОСТА БИЗНЕСА БЕЗ БОЛЬШОГО БЮДЖЕТА И СЛОЖНЫХ ТЕРМИНОВ

АНАЛИЗ → СТРАТЕГИЯ → КОНТЕНТ → ПРОДВИЖЕНИЕ → ПРИБЫЛЬ

Ринат Ташев

Маркетинг без маркетолога

«Автор»
2026

Ташев Р. Р.

Маркетинг без маркетолога / Р. Р. Ташев — «Автор», 2026

Практическое руководство для предпринимателей, руководителей малого и среднего бизнеса, а также всех, кто хочет самостоятельно заниматься продвижением своего дела без привлечения дорогостоящих специалистов. В книге простым языком разобраны базовые принципы маркетинга, инструменты привлечения клиентов, работа с целевой аудиторией, построение бренда, использование онлайн-каналов и аналитика результатов. Автор делится проверенными подходами, пошаговыми инструкциями и реальными примерами, которые помогут выстроить системный маркетинг своими силами и увеличить продажи, экономя бюджет и время.

© Ташев Р. Р., 2026
© Автор, 2026

Содержание

Введение 14
Кому эта книга 15
Кто я 16
Что вы получите 17
Что не получите 18
Структура книги 19
Как читать 20
Один важный совет 21
Часть I. Почему маркетинг без маркетолога — это реальность 2026 22
Глава 1. Что изменилось 23
Старый мир маркетинга 24
Что изменилось 25
AI вместо копирайтера 25
AI вместо дизайнера базовых задач 25
AI вместо аналитика 25
AI вместо таргетолога 25
AI вместо стратега 25
Тренд 1. Один человек как команда 26
Тренд 2. Скорость стала важнее 27
Тренд 3. Качество маркетинга растёт 28
Тренд 4. Дёшево становится возможным 29
Тренд 5. Маркетинг и продукт сливаются 30
Что это значит для вас 31
Глава 2. Сколько стоит маркетолог и что вместо 32
Стоимость маркетолога 33
Junior маркетолог 33
Middle маркетолог 33
Senior маркетолог 33
CMO / Marketing Director 33
Маркетинговое агентство 34
Фриланс специалисты 35
Что вы экономите 36
Что вместо 37
Claude / ChatGPT 37
v0.dev / Lovable 37
Canva с AI 37
Mailchimp / Buttondown 37
Google Analytics + Hotjar 37
Платформы рекламы 37
HeyGen / Descript 37
Итоговый бюджет 38
Что это значит 39
Глава 3. Что вы можете делать сами 40
Категория 1. Контент 41
Тексты для сайта 41
Блог-статьи 41

Посты в соцсетях 41
Email-рассылки 41
Категория 2. Визуал 42
Landing pages 42
Графика для соцсетей 42
Простые иллюстрации 42
Базовые видео 42
Категория 3. Аналитика 43
Веб-аналитика 43
Конкурентный анализ 43
Customer insights 43
Reporting 43
Категория 4. Реклама 44
Google Ads 44
Facebook / Instagram Ads 44
Retargeting 44
Категория 5. SEO 45
Keyword research 45
Контент-оптимизация 45
Technical SEO 45
Linkbuilding 45
Категория 46
Сегментация 46
Sequences 46
Категория 7. Социальные сети 47
Content calendar 47
Posting 47
Engagement 47
Категория 8. Партнёрства 48
Identification 48
Outreach 48
Management 48
Что вы НЕ можете делать сами 49
Полноценный creative production 49
Сложная performance media 49
Brand strategy на сложных рынках 49
PR и media relations 49
Главное 50
Глава 4. Что лучше отдать профессионалу 51
Правило ROI 52
Когда делегировать 53
1. Когда узкая специализация 53
2. Когда крайне трудоёмко 53
3. Когда вам не нравится 53
4. Когда нужно качество 53
Что отдать постоянно 54
Бухгалтерия 54
Юридические вопросы 54
Технические сложности 54

Что отдать разово 55
Профессиональная фотосессия 55
Brand identity 55
Сложные landing для главного продукта 55
Профессиональное видео 55
Аудит SEO 55
Что отдать через freelancer marketplaces 56
Когда нужен маркетолог в команду 57
Принцип 58
Глава 5. Mindset предпринимателя-маркетолога 59
Установка 1. Маркетинг — это эксперимент 60
Установка 2. Скорость важнее совершенства 61
Установка 3. Customer first 62
Установка 4. Distribution важнее продукта 63
Установка 5. Долгая дистанция 64
Установка 6. Метрики решают 65
Установка 7. Системность 66
Установка 8. Это весело 67
Установка 9. Готовность ошибаться 68
Установка 10. Уважение к клиенту 69
Часть II. Базовые инструменты маркетолога без маркетолога 70
Глава 6. AI как ваш маркетолог 71
Что AI делает в маркетинге 72
Стратегия 72
Контент 72
Аналитика 72
Креатив 72
Как начать 73
Шаг 1. Регистрация 73
Шаг 2. Контекст 73
Шаг 3. Первый промпт 73
Главные принципы работы с AI 74
Принцип 1. Контекст важнее всего 74
Принцип 2. Конкретика 74
Принцип 3. Примеры 74
Принцип 4. Итерации 74
Принцип 5. Роли 74
Что AI делает плохо 75
1. Конкретные факты и числа 75
2. Очень специфическая ниша 75
3. Эмоциональные оттенки 75
4. Текущие тренды 75
Workflow на день 76
Утром (15 минут) 76
В течение дня 76
Вечером (10 минут) 76
Главное о AI 77
Глава 7. Аналитика без аналитика 78
Минимальный аналитический стек 79

1. Google Analytics 4 79
2. Hotjar или Microsoft Clarity 79
3. Google Search Console 79
4. Platform analytics 79
5. Простой dashboard 79
Главные метрики для отслеживания 80
Awareness 80
Acquisition 80
Activation 80
Conversion 80
Retention 80
Referral 80
Как анализировать с AI 81
Шаг 1. Экспорт данных 81
Шаг 2. Загружаете в AI 81
Шаг 3. Просите insights 81
Еженедельный analytics ritual 82
Месячный analytics review 83
Quarterly business review 84
Что важно понимать 85
Глава 8. Контент без копирайтера 86
Виды маркетингового контента 87
1. Тексты для сайта 87
2. Блог 87
3. Социальные сети 87
4. Email 87
5. Sales материалы 87
Workflow для контента 88
Шаг 1. Стратегия (раз в квартал) 88
Шаг 2. Идеи (раз в неделю) 88
Шаг 3. Production (ежедневно) 88
Шаг 4. Distribution 88
Шаг 5. Engagement 88
Главные принципы контента 89
1. Полезность 89
2. Конкретика 89
3. История 89
4. Эмоция 89
5. Регулярность 89
Как писать с AI 90
Метод 1. Brief → draft → edit 90
Метод 2. Speech → text 90
Метод 3. Outline → expand 90
Конкретные форматы 91
LinkedIn пост 91
Twitter thread 91
Блог-статья 91
Email 91
Календарь контента 92

Что НЕ делать с AI 93
1. Не публикуйте сразу 93
2. Не делайте generic 93
3. Не врите 93
4. Не теряйте свой голос 93
Глава 9. Дизайн без дизайнера 94
Что нужно дизайнить 95
Регулярно 95
Иногда 95
Раз в год 95
Стек инструментов 96
1. Canva Pro — $15/мес 96
2. v0.dev или Lovable — $20/мес 96
3. Figma — бесплатно для соло 96
4. Midjourney или DALL-E — $10-30/мес 96
5. Remove.bg — бесплатно 96
6. Loom — $10/мес 96
Workflow дизайна 97
Brand kit (один раз) 97
Posts для соцсетей 97
Иллюстрации 97
Landing pages 97
Главные принципы дизайна 98
1. Simplicity wins 98
2. Consistency 98
3. Hierarchy 98
4. Whitespace 98
5. Mobile first 98
Что НЕ делать 99
1. Не используйте все возможности 99
2. Не дешевите на фото 99
3. Не игнорируйте accessibility 99
4. Не копируйте конкурентов 99
Когда обращаться к дизайнеру 100
Brand identity 100
Главный landing 100
Сложные иллюстрации 100
Видео высокого качества 100
Глава 10. Реклама без таргетолога 101
Почему вы можете сами 102
Когда вам реально нужен таргетолог 103
Главные платформы рекламы 104
Google Ads 104
Facebook / Instagram Ads 104
LinkedIn Ads 104
TikTok Ads 104
YouTube Ads 104
Базовый workflow рекламы 105
Шаг 1. Определите цель 105

Шаг 2. Audience 105
Шаг 3. Креативы 105
Шаг 4. Запуск 105
Шаг 5. Оптимизация 105
Главные метрики 106
CTR (Click Through Rate) 106
CPC (Cost Per Click) 106
CPL (Cost Per Lead) 106
CAC (Customer Acquisition Cost) 106
ROAS (Return on Ad Spend) 106
Главные ошибки начинающих 107
1. Слишком маленький бюджет 107
2. Слишком много изменений 107
3. Один creative 107
4. Без landing page 107
5. Без tracking 107
Когда отдать 108
Часть III. Главные каналы привлечения 109
Глава 11. Контент-маркетинг и социальные сети 110
Какую платформу выбрать 111
LinkedIn 111
Twitter (X) 111
Instagram 111
TikTok 111
YouTube 111
Facebook 111
Threads / Bluesky 112
Стратегия контента 113
Шаг 1. Identify аудитории 113
Шаг 2. Voice 113
Шаг 3. Темы 113
Шаг 4. Формат 113
Шаг 5. Регулярность 113
Workflow контента 114
Воскресенье — planning (1 час) 114
Каждый день (30 минут) 114
Раз в день engagement (15 минут) 114
Воскресенье — analytics (30 минут) 114
Главные принципы 115
1. Build in public 115
2. Even more value 115
3. Engagement важнее views 115
4. Long game 115
5. One platform deeply 115
Главные ошибки 116
1. Только продажи 116
2. Без consistency 116
3. Copy-paste из других 116
4. Без strategy 116

Глава 12. SEO для бизнеса 117
Почему SEO важен 118
Виды SEO 119
Local SEO 119
Content SEO 119
Technical SEO 119
Link building 119
Workflow SEO для предпринимателя 120
Шаг 1. Keyword research 120
Шаг 2. Контент strategy 120
Шаг 3. Production 120
Шаг 4. On-page optimization 120
Шаг 5. Promotion 120
Шаг 6. Tracking 121
Главные принципы SEO 122
1. Долгая дистанция 122
2. Quality > quantity 122
3. User intent 122
4. E-E-A-T 122
5. Technical health 122
Главные ошибки 123
1. Ожидание быстрого результата 123
2. Keyword stuffing 123
3. Игнорирование technical SEO 123
4. Без internal linking 123
5. Без backlinks 123
Глава 13. Email-маркетинг 124
Почему email 125
Стек инструментов 126
Email service providers 126
Дополнительно 126
Типы email-кампаний 127
1. Welcome sequences 127
2. Newsletter 127
3. Sales sequences 127
4. Onboarding 127
5. Win-back 127
6. Transactional 127
Workflow email-маркетинга 128
Шаг 1. Lead magnet 128
Шаг 2. Landing page 128
Шаг 3. Welcome sequence 128
Шаг 4. Регулярный контент 128
Шаг 5. Сегментация 128
Шаг 6. Sales campaigns 128
Главные принципы email 129
1. Personality 129
2. Mobile-first 129
3. Value before sell 129

4. Subject line — это всё 129
5. Один CTA 129
Главные метрики 130
Главные ошибки 131
1. Купленные lists 131
2. Too many emails 131
3. Generic emails 131
4. Без segmentation 131
5. Игнорирование deliverability 131
Глава 14. Платная реклама 132
Когда стоит начинать 133
С чего начинать 134
Google Ads — Search 134
Meta Ads — Advantage+ 134
LinkedIn — для B2B 134
Стратегия бюджета 135
Старт 135
Месяц 2 135
Месяц 3-6 135
Месяц 6+ 135
Главные принципы 136
1. Tracking обязателен 136
2. Креативы решают 136
3. Время на тесты 136
4. Не привязывайтесь к одной платформе 136
5. ROAS — главная метрика 136
Креативы для рекламы 137
Принципы 137
Типы креативов 137
Когда переходить к специалисту 138
Глава 15. Партнёрства и рефералы 139
Виды партнёрств 140
1. Реферальная программа 140
2. Партнёрки (affiliate) 140
3. Cross-promotions 140
4. Influencer partnerships 140
5. Strategic partnerships 140
Реферальная программа 141
Setup 141
Что предлагать 141
Как промотировать 141
Партнёрская программа 142
Когда подходит 142
Структура 142
Как найти affiliates 142
Cross-promotions 143
Как найти партнёров 143
Что предложить 143
Outreach 143

Influencer marketing 144
Размеры influencers 144
Как находить 144
Outreach 144
Главные принципы 145
1. Качество > количество 145
2. Authentic partnerships 145
3. Win-win 145
4. Long-term 145
5. Tracking 145
Где можно начать 146
Часть IV. Стратегия и систематизация 147
Глава 16. Customer journey 148
Этапы customer journey 149
1. Unaware 149
2. Problem aware 149
3. Solution aware 149
4. Product aware 149
5. Decision 149
6. Purchase 149
7. Retention 149
8. Advocacy 149
Mapping вашего journey 151
Шаг 1. Identify ICP 151
Шаг 2. Touchpoints 151
Шаг 3. Что делать на каждом 151
Шаг 4. Контент для каждого этапа 151
Шаг 5. Метрики 151
Главные принципы 152
1. Каждый этап — свой подход 152
2. Долгий путь 152
3. Personalization 152
4. Friction reduction 152
5. Continuous improvement 152
Глава 17. Воронки продаж 153
Типы воронок 154
1. Direct sales funnel 154
2. Lead magnet funnel 154
3. Webinar funnel 154
4. Free trial funnel 154
5. Content funnel 154
Конец ознакомительного фрагмента. 155

Ринат Ташев
Маркетинг без маркетолога

МАРКЕТИНГ БЕЗ МАРКЕТОЛОГА

Как делать маркетинг самому через AI и не платить специалистам

Ринат Ташев

Введение

Эта книга — для предпринимателя, который понимает: маркетинг нужен, но платить $3-10 тысяч в месяц маркетологу — не вариант.

И не нужно.

В 2026 году вы можете делать большую часть маркетинга сами.

С AI, который пишет тексты лучше копирайтеров.

С инструментами, которые делают за вас то, что раньше требовало команды.

С готовыми системами, которые автоматизируют рутину.

Эта книга — пошаговое руководство.

Кому эта книга

Для вас, если:
• У вас есть бизнес (или вы планируете)
• Бюджет на маркетинг ограничен
• Не хотите зависеть от маркетинговых агентств
• Готовы освоить инструменты сами
• Хотите контролировать каждый рубль
Не для вас, если:
• У вас уже есть команда маркетологов
• Не готовы посвящать время
• Ищете «магическую кнопку»
• Хотите всё аутсорсить

Кто я

Меня зовут Ринат Tashev.

Эта книга — восьмая в моей серии. Семь предыдущих доступны на tashev.ru.

Я предприниматель. Маркетолог. Автор книг.

За 15 лет я прошёл путь: от найма маркетологов за большие деньги до полной автоматизации маркетинга через AI.

То, что я делал командой из 5 человек в 2019 — сейчас делаю один с AI.

Эта книга — то, что я понял за это время.

Что вы получите

После прочтения и применения:
• Сэкономите $30-100K в год на маркетологах
• Получите более качественный маркетинг чем у конкурентов
• Поймёте, что делать самому, а что отдать
• Освоите 10-15 ключевых инструментов
• Построите систему, которая работает без вас

Что не получите

Эта книга не сделает вас:
• СМО большой корпорации
• Экспертом во всех аспектах маркетинга
• Богатым за месяц
Но даст вам конкретные инструменты для отличного маркетинга вашего бизнеса.

Структура книги

Пять частей:

Часть I — почему это реально. Что изменилось. Сколько стоят маркетологи и что вместо них.

Часть II — базовые инструменты. AI как маркетолог. Аналитика без аналитика. Контент без копирайтера. Дизайн без дизайнера. Реклама без таргетолога.

Часть III — главные каналы. Соцсети. SEO. Email. Платная реклама. Партнёрства.

Часть IV — стратегия и системы. Customer journey. Воронки. Метрики. Автоматизация. Тестирование.

Часть V — масштабирование. Когда делегировать. Как нанимать. Построение системы. План действий.

Плюс много приложений с готовыми шаблонами, промптами, ответами на типичные вопросы.

Как читать

Не читайте всю книгу за один день.
Прочитайте часть. Применяйте. Закрепите.
Час в день в течение месяца — лучше, чем выходные запоем.
Каждая часть — отдельный блок навыков.

Один важный совет

Эта книга не учит вас быть маркетологом.
Она учит вас делать маркетинг своего бизнеса самому.
Разница огромная.
Маркетолог — это профессия. Годы обучения. Десятки специализаций.
Маркетинг своего бизнеса — это набор конкретных задач.
Большую часть из них вы можете делать сами. С AI.
Поехали.

Часть I. Почему маркетинг без маркетолога — это реальность 2026

В этой части — почему сейчас вы реально можете обойтись без маркетолога. Без этого понимания — следующие части не сработают.

Глава 1. Что изменилось

За последние 3-4 года произошёл сдвиг.
Маркетинг кардинально изменился.
Многие компании этого не заметили.

Старый мир маркетинга

До 2022 года маркетинг выглядел так.
Нужен сайт — нанимаете агентство. $5-30K.
Нужны тексты — нанимаете копирайтера. $50-200 за статью.
Нужна реклама — нанимаете таргетолога. $1-3K в месяц + бюджет.
Нужны видео — нанимаете монтажёра. $200-1000 за видео.
Нужен SEO — нанимаете SEO-специалиста. $500-3000 в месяц.
Нужна стратегия — нанимаете директора по маркетингу. $5-15K в месяц.
Маленький бизнес тратил $30-100K в год на маркетинг.
И часто результат был средний.

Что изменилось

Появился AI.
Не просто «помощник».
Замена большинству маркетинговых ролей.

AI вместо копирайтера

Раньше — копирайтер писал статью за $100 за 2 дня.
Сейчас — AI пишет лучше за 5 минут.
Не идеально. Но с правкой 20 минут — отличный результат.

AI вместо дизайнера базовых задач

Раньше — дизайнер делал landing за $500-2000 за неделю.
Сейчас — AI создаёт за 30 минут.
Для сложного дизайна — да, нужен дизайнер. Для большинства — нет.

AI вместо аналитика

Раньше — аналитик собирал данные неделю.
Сейчас — AI обрабатывает то же за час.
С инсайтами лучше человеческих.

AI вместо таргетолога

Платформы рекламы стали умнее.
Google и Facebook оптимизируют сами.
Раньше — таргетолог настраивал детально.
Сейчас — AI платформ работает лучше человека.

AI вместо стратега

Это не полностью.
Но 80% стратегической работы — AI.
Анализ конкурентов. Trend research. Customer interviews. Идеи.
Всё это AI делает за фракцию времени.

Тренд 1. Один человек как команда

В 2026 один предприниматель + AI = маркетинговая команда из 5-10 человек.
Это не преувеличение.
Я знаю людей, которые делают $1M+ в год с командой из себя одного.
Маркетинг весь на себе. С AI.
Это новая реальность.

Тренд 2. Скорость стала важнее

Раньше — кампании планировались месяцами.
Брифы. Утверждения. Производство. Запуск.
2-3 месяца на простую кампанию.
Сейчас — идея утром, запуск вечером.
Скорость экспериментов — ключевое преимущество.
Кто быстрее тестирует — выигрывает.

Тренд 3. Качество маркетинга растёт

Парадоксально. Без маркетологов — лучше.
Почему?
Потому что вы знаете свой бизнес лучше любого нанятого.
Вы общаетесь с клиентами лично.
Вы понимаете их боли.
AI помогает вам выразить это.
Маркетолог обычно дистанцирован. Не чувствует бизнес.
Результат — generic, не работающий.

Тренд 4. Дёшево становится возможным

$60-150 в месяц на маркетинговый стек.
Это всё, что нужно начинающему предпринимателю.
Раньше — минимум $5K в месяц.
Разница огромная.
Маркетинг становится доступным каждому.

Тренд 5. Маркетинг и продукт сливаются

Маркетолог раньше — отдельная роль.
Получал ТЗ от продукта. Делал рекламу.
Сейчас — границы стираются.
Предприниматель сам делает и продукт, и маркетинг.
Это даёт уникальное преимущество.

Что это значит для вас

Если у вас есть бизнес — вы можете делать маркетинг сами.
Если только планируете — не нужно бояться маркетинга.
AI справится.
Главное — научиться его использовать.
Эта книга об этом.

Глава 2. Сколько стоит маркетолог и что вместо

Давайте конкретно.
Сколько вы экономите, отказываясь от маркетологов.

Стоимость маркетолога

Junior маркетолог

$1500-3000 в месяц.
Опыт 1-2 года.
Умеет базовые вещи.
Часто нужен присмотр.
За год — $20-40K.

Middle маркетолог

$3000-6000 в месяц.
3-5 лет опыта.
Самостоятельный.
За год — $40-75K.

Senior маркетолог

$6000-12000 в месяц.
5+ лет опыта.
Может вести проекты.
За год — $75-150K.

CMO / Marketing Director

$10000-25000 в месяц.
Стратегия.
Управление командой.
За год — $120-300K.

Маркетинговое агентство

$5-25K в месяц для full-service.
Делают разные задачи.
Качество — variable.
Часто стандартные подходы.
За год — $60-300K.

Фриланс специалисты

По разовым задачам:
• Копирайтер — $100-500 за статью
• SMM специалист — $1-3K/мес
• Таргетолог — $1-3K/мес + бюджет
• SEO специалист — $1-5K/мес
• Дизайнер — $500-3000 за проект
• Видеомонтажёр — $200-1000 за видео
Всё вместе — $30-100K в год.

Что вы экономите

Маленький бизнес тратит на маркетинг $30-100K в год.
Средний — $100-500K.
Большой — $1M+.
С AI и вы сами — $1-5K в год на инструменты.
Разница — десятки тысяч долларов.
Эти деньги остаются у вас.
Можете инвестировать в продукт.
Или просто иметь.

Что вместо

Конкретно — что заменяет маркетологов.

Claude / ChatGPT

$20/мес.
Заменяет копирайтера, аналитика, стратега.
Объём работы — десятки человеко-часов в день.

v0.dev / Lovable

$20-40/мес.
Заменяет дизайнера и frontend разработчика для landing pages.

Canva с AI

$15/мес.
Заменяет дизайнера для соцсетей и базовой графики.

Mailchimp / Buttondown

$0-30/мес.
Заменяет email-маркетолога.

Google Analytics + Hotjar

$0-50/мес.
Заменяет аналитика.

Платформы рекламы

Google и Facebook сами оптимизируют.
Не нужен таргетолог для большинства задач.

HeyGen / Descript

$30-100/мес.
Заменяет видеомонтажёра для базовых видео.

Итоговый бюджет

Полный маркетинговый стек DIY:
• Claude Pro — $20
• v0 — $20
• Canva Pro — $15
• Email service — $0-30
• Analytics — $0-50
• Video tools — $30
Total: $85-165/мес = $1000-2000 в год.
Заменяет команду на $50-150K в год.
ROI — 50-100x.

Что это значит

Маркетинг перестаёт быть expense.
Становится investment с очевидным ROI.
Каждый предприниматель может позволить себе отличный маркетинг.
Раньше — только большие компании.
Сейчас — каждый.

Глава 3. Что вы можете делать сами

Конкретный список того, что предприниматель может делать сам.
С AI и базовыми инструментами.

Категория 1. Контент

Тексты для сайта

Lendings, описания, FAQ.
Claude пишет лучше большинства копирайтеров.
Вы редактируете под свой стиль.

Блог-статьи

SEO-оптимизированные.
AI делает research + draft.
Вы добавляете личный опыт.

Посты в соцсетях

LinkedIn, Twitter, Instagram, TikTok.
AI генерирует идеи и тексты.
Вы фильтруете и публикуете.

Email-рассылки

Welcome series, newsletters, sales sequences.
AI пишет drafts.
Вы персонализируете.

Категория 2. Визуал

Landing pages

v0.dev или Lovable создают за час.
Современный дизайн из коробки.

Графика для соцсетей

Canva с AI.
Шаблоны под ваш бренд.
Минуты на пост.

Простые иллюстрации

DALL-E, Midjourney.
Custom картинки для блога.
Не нужно стоковых сайтов.

Базовые видео

HeyGen для AI-аватаров.
Descript для подкастов и видео-монтажа.
Простые видео — без команды.

Категория 3. Аналитика

Веб-аналитика

Google Analytics 4 — бесплатно.
Понимание трафика, конверсий.
С AI помощью — read и interpret.

Конкурентный анализ

AI анализирует сайты конкурентов.
Находит strengths и weaknesses.
Подсказывает opportunities.

Customer insights

AI обрабатывает feedback, отзывы, surveys.
Находит patterns.
Подсказывает improvements.

Reporting

AI составляет отчёты из данных.
Не нужен аналитик.

Категория 4. Реклама

Google Ads

Платформа сама оптимизирует.
Вам нужны основы.
$50-100 чтобы попробовать. Дальше — по результатам.

Facebook / Instagram Ads

То же самое.
Platform делает heavy lifting.
Вам — креатив и бюджет.
LinkedIn Ads
для
B2B
Дороже. Но для B2B — обязательно.

Retargeting

Автоматизировано на всех платформах.

Категория 5. SEO

Keyword research

Бесплатные tools + AI.
Понимание что искать.

Контент-оптимизация

AI пишет SEO-optimized тексты.
Базовое onpage SEO.

Technical SEO

Базовые вещи — сами.
Сложности — раз в год к специалисту.

Linkbuilding

Outreach с AI помощью.
Guest posts.
Partnerships.

Категория

6. Email-
маркетинг

Сегментация

Простая — сами через инструменты.
AI помогает с сегментацией по поведению.

Sequences

Welcome, onboarding, sales — все стандартные.
AI генерирует.
A/B
тесты
Subject lines, контент, send time.
Platforms сами оптимизируют.

Категория 7. Социальные сети

Content calendar

AI помогает планировать.
Тренды + ваш стиль.

Posting

Buffer, Hootsuite — автопостинг.
$15-30/мес.

Engagement

Здесь вы — лично.
AI помогает с draft ответов.
Но финальные — вы.

Категория 8. Партнёрства

Identification

AI находит potential partners.

Outreach

Personalized emails через AI.
Массивные campaigns без потери качества.

Management

Простые tools или sheets.

Что вы НЕ можете делать сами

Чтобы быть честным.

Полноценный creative production

Видео уровня TV-роликов.
Profesиональная фотосессия.
Сложная анимация.
Это — специалисты.

Сложная performance media

Если бюджет $50K+/мес — нужен специалист.
Микро-оптимизации спасают много денег.

Brand strategy на сложных рынках

Для enterprise B2B с длинными циклами — нужны люди.

PR и media relations

Если хотите серьёзный PR — нужны связи.
Можно через freelancer для конкретных задач.

Главное

80% маркетинговой работы — может делать предприниматель сам.
С AI.
20% — стоит отдать.
Часто разово, не на постоянной основе.
Эта книга — про 80%.

Глава 4. Что лучше отдать профессионалу

Не всё стоит делать самому.
Время — самый ценный ресурс.
Что-то выгоднее делегировать.

Правило ROI

Спросите себя:
Сколько стоит мой час?
Сколько часов уйдёт на эту задачу?
Сколько возьмёт специалист?
Если ваш час дороже — делегируйте.

Когда делегировать

1. Когда узкая специализация

Если задача требует глубокой экспертизы — не пытайтесь.
Например — сложное performance marketing с большим бюджетом.
Специалист сэкономит вам в 10 раз больше своей зарплаты.

2. Когда крайне трудоёмко

Что-то занимает дни вашего времени.
Специалист сделает за часы.
Делегируйте.

3. Когда вам не нравится

Если задача отнимает энергию.
Делает несчастным.
Не делайте.
Заплатите кому-то, кому это нравится.

4. Когда нужно качество

Брендовое видео для главной страницы.
Логотип компании.
Профессиональная фотосессия.
Здесь — профессионалы.

Что отдать постоянно

Это вряд ли стоит делать самому.

Бухгалтерия

Не маркетинг, но важно.
$200-500/мес — бухгалтер.
Сэкономит в 10х больше.

Юридические вопросы

Контракты, GDPR, налоги.
Раз в год — юрист.
Не пытайтесь сами.

Технические сложности

Сложная backend разработка.
DevOps.
Безопасность production-systems.

Что отдать разово

Профессиональная фотосессия

Раз в год — фотограф.
Brand photos.
Используете весь год.
$500-2000.

Brand identity

Один раз при старте.
Дизайнер + brand strategist.
$2-10K.
Окупается годами.

Сложные landing для главного продукта

Раз в 1-2 года.
$2-5K.
Если стандартные шаблоны не дают конверсию.

Профессиональное видео

Главное промо.
$2-10K.
Раз в год-два.

Аудит SEO

Раз в год.
$500-2000.
Эксперт найдёт что вы упустили.

Что отдать через freelancer marketplaces

По разовым задачам:
• Перевод текста — Fiverr
• Простой графический дизайн — 99designs
• Создание иконок — Fiverr
• Бэк-офисная работа — Upwork
Не нанимайте на full-time.
Project-based.

Когда нужен маркетолог в команду

Это случается.
Когда:
• Revenue > $1M/год
• Команда > 10 человек
• Маркетинг стал критичен для масштабирования
• Вы не успеваете
Тогда — найм маркетолога.
Об этом отдельная глава позже.

Принцип

Делайте сами то, что:
• Может делаться 80% AI
• Требует понимания вашего бизнеса
• Вам интересно
• Даёт обучение и контроль
Отдавайте:
• Узкоспециализированное
• Разовое
• Высоко-квалифицированное
• Что отнимает энергию
Этот баланс — ключ к эффективности.

Глава 5. Mindset предпринимателя-маркетолога

Прежде чем идти к инструментам — установки.
Без правильного mindset инструменты не помогут.

Установка 1. Маркетинг — это эксперимент

Не «гарантированный результат».
Эксперимент.
Гипотеза → тест → результат → выводы → следующая гипотеза.
Большинство гипотез не работают.
Это нормально.
Те, кто продолжает тестировать — выигрывают.
Те, кто ждут «гарантии» — застряют.

Установка 2. Скорость важнее совершенства

V1 завтра > V10 через год.
Запустили landing — собираете data.
Видите что работает.
Улучшаете.
V1 даёт информацию.
V10 без data — догадки.

Установка 3. Customer first

Все техники, все tools — после понимания клиента.
Кто ваш клиент?
Что он хочет?
Что его frustrates?
Какой язык он использует?
Без ответов — маркетинг неэффективен.

Установка 4. Distribution важнее продукта

Лучший продукт без маркетинга — провал.
Средний продукт с отличным маркетингом — успех.
Не «build it and they will come».
Build it AND market it.
50% время на продукт. 50% — на distribution.

Установка 5. Долгая дистанция

Маркетинг — это годы.
Не недели.
Первые 3-6 месяцев — почти нет результата.
6-12 — постепенный рост.
Год+ — серьёзная отдача.
Те, кто бросают через месяц — упускают всё.

Установка 6. Метрики решают

Не «нам кажется».
А «данные говорят».
Каждое решение — на основе метрик.
Без данных — догадки.
С данными — informed decisions.

Установка 7. Системность

Не «вдохновение по понедельникам».
Системная регулярная работа.
Контент по графику.
Метрики еженедельно.
Эксперименты ежемесячно.
Системность побеждает спорадичность.

Установка 8. Это весело

Маркетинг — это творчество.
Творчество должно приносить радость.
Если каждый день в стрессе — что-то не так.
Найдите формат, который вам нравится.
Кто-то любит писать — пишите блог.
Кто-то любит видео — делайте видео.
Радость даёт долгосрочность.

Установка 9. Готовность ошибаться

Будут провалы.
Кампании, которые не сработают.
Идеи, которые провалятся.
Это нормально.
Каждый успешный маркетер ошибался много раз.
Принимайте провалы как часть процесса.
Учитесь из них.
Идите дальше.

Установка 10. Уважение к клиенту

Не «обманывать чтобы продать».
Не «впаривать».
Уважать клиента.
Помогать ему решить проблему.
Деньги — результат, не цель.
Долгосрочно это работает.

Главное: Правильный mindset важнее любых инструментов. С неправильным — никакие AI не помогут. С правильным — даже простые инструменты дают огромный результат.

Часть II. Базовые инструменты маркетолога без маркетолога

Конкретные инструменты, которые заменяют маркетинговые роли. Каждый — что это, как использовать, что заменяет.

Глава 6. AI как ваш маркетолог

Главный инструмент — AI.
Claude или ChatGPT — это ваш виртуальный маркетолог.
С опытом 20+ лет. Доступный 24/7. За $20/мес.

Что AI делает в маркетинге

Конкретные задачи:

Стратегия

• Анализ конкурентов
• Identification ICP
• Positioning
• Go-to-market планы
• Customer journey mapping

Контент

• Блог-статьи
• Посты в соцсетях
• Email-рассылки
• Sales letters
• Тексты для сайта

Аналитика

• Интерпретация данных
• Поиск insights
• Отчёты
• Прогнозирование

Креатив

• Идеи кампаний
• Заголовки
• Концепции
• Brainstorming

Как начать

Шаг 1. Регистрация

claude.ai или chatgpt.com.
Pro версия — $20/мес. Стоит того.

Шаг 2. Контекст

Создайте Project (Claude) или Custom GPT (ChatGPT).
Загрузите:
• Описание бизнеса
• Целевую аудиторию
• Brand voice guidelines
• Примеры успешных текстов
• Информацию о конкурентах
Это базовая «оперативная память» AI.

Шаг 3. Первый промпт

Начните с простого.
Я владелец [ваш бизнес].
Целевая аудитория: [описание].
Главная боль клиентов: [боль].
Помоги мне с маркетинговой стратегией.
Что мне делать первые 3 месяца?
AI даст план.
Дальше — итерации.

Главные принципы работы с AI

Принцип 1. Контекст важнее всего

Плохо: «Напиши пост в LinkedIn».

Хорошо: «Я владелец агентства по веб-разработке. Аудитория — основатели стартапов. Напиши пост в LinkedIn о том, как мы помогли клиенту увеличить конверсию в 3 раза. Тон — экспертный, но не самовлюблённый. 200-300 слов».

Разница в качестве — кратная.

Принцип 2. Конкретика

Не «хороший».
«Что значит хороший?»
Какие критерии? Какая длина? Какой стиль?
Чем конкретнее — тем лучше результат.

Принцип 3. Примеры

Покажите 3-5 примеров желаемого результата.
Вот примеры заголовков, которые мне нравятся:
- [пример 1]
- [пример 2]
- [пример 3]
Напиши 10 в таком же стиле.
AI улавливает pattern.

Принцип 4. Итерации

Первый ответ — не финал.
«Хорошо, но слишком формально».
«Лучше. Но hook слабый. Дай 5 вариантов».
«Идеально. Применяй этот стиль ко всему тексту».
Через 3-5 итераций — отличный результат.

Принцип 5. Роли

Задайте AI роль.
Ты — Marketing Director с 15 годами в SaaS.
Помогал 5 компаниям достичь $50M ARR.
Помоги мне с...
AI становится сфокусированным экспертом.

Что AI делает плохо

Честно:

1. Конкретные факты и числа

AI выдумывает.
Не доверяйте без проверки.

2. Очень специфическая ниша

Если ниша очень узкая — AI генерирует generic.
Дайте больше контекста.

3. Эмоциональные оттенки

AI может писать tone, но не чувствовать.
Final штрих — за вами.

4. Текущие тренды

Cutoff дата.
Свежие тренды — через web search.

Workflow на день

Утром (15 минут)

Briefing с AI:
Какие приоритеты на сегодня?
Контекст: [текущие проекты, метрики].

В течение дня

Делегируйте AI задачи:
• Написать post
• Сделать draft email
• Проанализировать данные
• Сгенерировать идеи
Каждая занимает 15-30 минут вместо часов.

Вечером (10 минут)

Review с AI:
Что было сделано сегодня?
Какие insights?
План завтра.

Главное о AI

AI не магия.
AI — это leverage.
Усиливает то, что у вас уже есть.
Без понимания бизнеса — AI пишет generic.
С пониманием — гениальные тексты.
Вы — стратег.
AI — исполнитель.

Глава 7. Аналитика без аналитика

Без данных вы летите вслепую.
Каждое решение — догадка.
Данные — основа маркетинга.
Хорошая новость — собирать и анализировать вы можете сами.

Минимальный аналитический стек

1. Google Analytics 4

Бесплатно.
Стандарт индустрии.
Все базовые метрики.
Установка — 15 минут.
Понимание — за неделю практики.

2. Hotjar или Microsoft Clarity

Heatmaps. Session recordings.
Clarity — полностью бесплатно.
Hotjar — free tier плюс платный.
Видите как люди реально используют сайт.
Это золото.

3. Google Search Console

Бесплатно.
По каким запросам приходят из Google.
Позиции.
SEO здоровье сайта.

4. Platform analytics

LinkedIn, Facebook, YouTube — у всех своя аналитика.
Бесплатно.
По каналам которые используете.

5. Простой dashboard

Google Sheets с ключевыми метриками.
Обновляете еженедельно.
Видите trends.

Главные метрики для отслеживания

Awareness

Сколько людей знают о вас?
• Impressions в платной рекламе
• Reach в социальных сетях
• Brand searches
• Прямой трафик

Acquisition

Откуда приходят?
• Источники трафика
• Top performing channels
• Cost per click
• Cost per lead

Activation

Что делают на сайте?
• Pages per session
• Time on page
• Bounce rate
• Scroll depth

Conversion

Превращаются в клиентов?
• Lead conversion rate
• Sales conversion rate
• Average order value

Retention

Возвращаются?
• Repeat purchase rate
• Customer lifetime value
• Churn rate

Referral

Рекомендуют?
• NPS
• Reviews
• Referrals

Как анализировать с AI

Шаг 1. Экспорт данных

Из Google Analytics — простой export.
Из других платформ — то же.
Получаете CSV или таблицу.

Шаг 2. Загружаете в AI

Claude или ChatGPT с Code Interpreter.
«Проанализируй эти данные».

Шаг 3. Просите insights

Прикладываю данные за последние 30 дней.
Найди:
1. Главные insights
2. Что меняется
3. Куда смотреть глубже
4. Рекомендации
AI находит patterns быстрее человека.

Еженедельный analytics ritual

Каждое воскресенье — час.
1. Открываете все источники данных.
2. Записываете ключевые метрики в Google Sheets.
3. Сравниваете с прошлой неделей.
4. Прикладываете data к AI с вопросом «что заметно?».
5. Записываете insights.
6. Список действий на следующую неделю.

Через месяц — у вас полная картина бизнеса.

Месячный analytics review

Первого числа каждого месяца — 2-3 часа.
Глубокий разбор.
Что работает. Что нет.
Куда инвестировать в следующем месяце.

Quarterly business review

Каждые 3 месяца — полдня.
Big picture.
Тренды.
Стратегические сдвиги.

Что важно понимать

Данные без контекста — числа.
Данные с контекстом — insights.
Контекст даёт ваше понимание бизнеса.
AI помогает находить patterns.
Но интерпретация — ваша.
Это то, что делает аналитику ценной.

Глава 8. Контент без копирайтера

Контент — основа всего маркетинга.
Без качественного контента — ничего не работает.
Хорошая новость — вы можете писать отличный контент сами.
С AI.

Виды маркетингового контента

1. Тексты для сайта

• Landing pages
• About us
• Описания услуг
• FAQ
• Case studies

2. Блог

• SEO-оптимизированные статьи
• How-to guides
• Industry insights
• Comparison articles

3. Социальные сети

• LinkedIn posts
• Twitter threads
• Instagram captions
• TikTok scripts

4. Email

• Welcome sequences
• Newsletters
• Sales emails
• Transactional emails

5. Sales материалы

• Proposals
• Sales decks
• One-pagers
• Case studies

Workflow для контента

Шаг 1. Стратегия (раз в квартал)

С AI планируете контент-стратегию.
Бизнес: [описание].
Аудитория: [конкретно].
Цели: [рост, лиды, бренд].
Какие темы для контента?
На каких платформах фокусироваться?
Получаете direction на квартал.

Шаг 2. Идеи (раз в неделю)

Каждое воскресенье — час.
Дай мне 20 идей контента для [платформа].
Тема: [конкретно].
Разные углы:
- Образовательные
- Personal stories
- Контрарные мнения
- Данные и статистика
- Tutorials

Записываете в Notion или Google Docs.

Шаг 3. Production (ежедневно)

Каждый день — 30 минут.
Один пост или статья.
С AI: draft за 5 минут. Edit за 15. Post за 10.

Шаг 4. Distribution

Buffer или Hootsuite — расписание.
Автоматически публикует.
$15-30/мес.

Шаг 5. Engagement

Отвечаете на комментарии.
Это вы — лично.
AI не заменяет human connection.

Главные принципы контента

1. Полезность

Контент должен решать проблему читателя.
Не «о нас».
А «как помочь вам».

2. Конкретика

Не «много пользы».
А «3 конкретных шага».
Чем конкретнее — тем лучше.

3. История

Личные истории работают лучше теории.
«Я попробовал X и вот что произошло».
Authenticity.

4. Эмоция

Сухие факты не цепляют.
Эмоциональный отклик — да.
Удивление. Юмор. Возмущение.
Используйте.

5. Регулярность

Хуже — отличный пост раз в месяц.
Лучше — средний каждый день.
Алгоритмы любят регулярность.
Аудитория — тоже.

Как писать с AI

Метод 1. Brief → draft → edit

Шаг 1. Brief в 5 минут.
Шаг 2. AI пишет draft за 30 секунд.
Шаг 3. Вы редактируете 10-15 минут.
Шаг 4. Финализируете и публикуете.
Total — 20-30 минут на пост.

Метод 2. Speech → text

Запишите 5-минутный voice memo на телефон.
Загрузите в AI.
AI превращает в structured пост.
Вы редактируете.
Контент с вашим голосом, но структурированный.

Метод 3. Outline → expand

Сделайте outline из 3-5 пунктов.
AI разворачивает каждый.
Вы добавляете personal stories.
Финальный результат — структурный.

Конкретные форматы

LinkedIn пост

1-2 hook lines.
Личная история или insight.
3-5 практических takeaways.
Question в конце.
200-300 слов.

Twitter thread

Тизер в первом твите.
5-10 твитов с одной идеей каждый.
Сила в conciseness.

Блог-статья

Catchy headline.
Introduction с hook.
3-7 главных пунктов с подразделами.
Examples и stories.
Conclusion с CTA.
1500-3000 слов.

Email

Subject line — самое важное.
Open с hook.
Одна главная идея.
Clear CTA.
Короткое.

Календарь контента

Простой Google Sheet.
Колонки:
• Дата
• Платформа
• Тема
• Статус (idea/draft/scheduled/published)
• Performance
Планирование на месяц вперёд.
Меньше стресса. Больше консистентности.

Что НЕ делать с AI

1. Не публикуйте сразу

AI пишет хорошо. Но не вы.
Всегда редактируйте под себя.

2. Не делайте generic

AI без контекста = generic.
Дайте personal touch.

3. Не врите

AI может выдумать факты.
Проверяйте.
Вы отвечаете за то что пишете.

4. Не теряйте свой голос

AI пишет в общем стиле.
У вас должен быть уникальный голос.
Это построит личный бренд.

Глава 9. Дизайн без дизайнера

Хорошая визуальная подача важна.
Раньше — нужен был дизайнер.
Сейчас — можете делать сами.

Что нужно дизайнить

Регулярно

• Посты в соцсетях
• Графика для блога
• Email templates
• Презентации

Иногда

• Landing pages
• Lead magnets
• Маркетинговые материалы

Раз в год

• Brand assets
• Логотип
• Brand guidelines

Стек инструментов

1. Canva Pro — $15/мес

Главный инструмент.
Шаблоны для всего.
AI-генерация изображений.
Brand kit.
Огромная библиотека.
80% задач — здесь.

2. v0.dev или Lovable — $20/мес

Для landing pages.
Production-quality дизайн.
Из описания.

3. Figma — бесплатно для соло

Если нужно глубже.
Profesиональный дизайн tool.
С AI плагинами.

4. Midjourney или DALL-E — $10-30/мес

Custom иллюстрации.
Уникальные изображения.
Не stock photos.

5. Remove.bg — бесплатно

Убирает фон с любых фото.
Critical для product shots.

6. Loom — $10/мес

Записывает экран и видео.
Для tutorials и demos.

Workflow дизайна

Brand kit (один раз)

В Canva настройте Brand Kit:
• Логотип
• Цвета (3-5)
• Шрифты (2-3)
• Templates
Дальше каждый дизайн — в этих guidelines.
Consistency автоматически.

Posts для соцсетей

В Canva — выбираете template.
Меняете текст.
Брендируете цветами.
Готово за 5 минут.

Иллюстрации

Midjourney или DALL-E.
Промпт со стилем.
Несколько вариантов.
Выбираете лучший.

Landing pages

v0.dev или Lovable.
Описание → готовая страница.
Итерации.
Deploy.

Главные принципы дизайна

1. Simplicity wins

Меньше — лучше.
Удалите элементы пока можно.
Чистый дизайн — премиум впечатление.

2. Consistency

Один шрифт. Одна палитра.
Не «разные стили на разных страницах».
Brand kit спасает.

3. Hierarchy

Главное — больше.
Второстепенное — меньше.
Глаз должен следовать структуре.

4. Whitespace

Пустое пространство — не пустота.
Это рамка для контента.
Не заполняйте всё.

5. Mobile first

Большинство просмотров — mobile.
Дизайн должен работать там.

Что НЕ делать

1. Не используйте все возможности

Все шрифты Canva — не для одного дизайна.
Выберите 2 и используйте.

2. Не дешевите на фото

Бесплатные стоки — узнаваемы.
Лучше custom AI image.

3. Не игнорируйте accessibility

Контраст текста.
Размер кнопок.
Alt text для картинок.

4. Не копируйте конкурентов

Вдохновение — OK.
Копия — нет.
Создавайте своё.

Когда обращаться к дизайнеру

Не всё можно сделать самим.

Brand identity

Один раз в начале — лучше с профессионалом.
Логотип, цвета, шрифты, mood.
$1-5K. Окупается годами.

Главный landing

Если стандартные шаблоны не работают.
Custom дизайн — окупается высокой конверсией.

Сложные иллюстрации

Если нужны уникальные illustrations серии.
AI может, но дизайнер часто лучше.
Раз в год — illustrator на freelance.

Видео высокого качества

Promo видео для главной.
Профессиональная съёмка и монтаж.
$2-10K. Окупается.
В остальное время — делайте сами.

Глава 10. Реклама без таргетолога

Платная реклама — sensitive тема.
Многие предприниматели боятся.
Думают — нужен специалист.
Это неправда в 2026.

Почему вы можете сами

Платформы стали умнее.
Google и Meta автоматически оптимизируют.
Раньше таргетолог настраивал детально.
Сейчас — алгоритм находит вашу аудиторию сам.
Часто лучше человека.
Вам нужны основы. Не глубокая экспертиза.

Когда вам реально нужен таргетолог

Честно — когда:
• Бюджет $50K+/мес
• Сложный B2B с длинными циклами
• Множественные платформы и интеграции
• Когда % оптимизации даёт большие деньги
Если ваш бюджет $500-5000/мес — можете сами.

Главные платформы рекламы

Google Ads

Search ads — лучшие для intent-driven.
Кто-то ищет «купить X» → ваша реклама.
Высокая конверсия.
Performance Max — Google делает всё сам.
Базовый вход — $20-50/день.

Facebook / Instagram Ads

Лучше для awareness и discovery.
Visual heavy.
Огромная аудитория.
Дешевле кликов чем Google.
Advantage+ кампании — AI делает работу.

LinkedIn Ads

Дорого. Но для B2B обязательно.
Можете таргетировать по позиции, компании.
$100+ за лид нормально.

TikTok Ads

Растущая платформа.
Видео-первая.
Younger demographic.

YouTube Ads

Видео-реклама.
Хорошо для брендинга.
Через Google Ads.

Базовый workflow рекламы

Шаг 1. Определите цель

Что хотите достичь?
• Awareness — узнаваемость
• Traffic — трафик на сайт
• Leads — заявки
• Sales — прямые продажи
Платформы оптимизируют под цель.
Выбирайте правильную.

Шаг 2. Audience

Кто ваш клиент?
В большинстве платформ — позвольте AI находить.
Дайте сигналы:
• Конверсии — кто покупает
• Custom audiences
• Lookalike
Platform делает остальное.

Шаг 3. Креативы

Самое важное.
Несколько вариантов.
Разные углы.
Разные эмоции.
AI помогает генерировать.
Тестируете — что работает.

Шаг 4. Запуск

Начинайте с маленького бюджета.
$20-50/день.
Учитесь.
Когда что-то работает — масштабируйте.

Шаг 5. Оптимизация

Каждую неделю review.
Что работает — больше бюджета.
Что не работает — убрать или менять.
Простые принципы.

Главные метрики

CTR (Click Through Rate)

Сколько кликают на вашу рекламу.
Низкий = креатив плохой.
1-3% — нормально для большинства.

CPC (Cost Per Click)

Сколько стоит каждый клик.
Зависит от рынка.
$0.5-5 — обычный диапазон.

CPL (Cost Per Lead)

Сколько стоит каждый лид.
Здесь — главное.
Зависит от LTV клиента.

CAC (Customer Acquisition Cost)

Сколько стоит каждый клиент.
Должно быть меньше LTV.
Идеально — 1:3 (CAC : LTV).

ROAS (Return on Ad Spend)

Возврат на каждый рубль рекламы.
1.0 — окупаемость.
2.0+ — прибыль.
3.0+ — отличный результат.

Главные ошибки начинающих

1. Слишком маленький бюджет

$5/день — алгоритм не успевает учиться.
Минимум $20-30/день.

2. Слишком много изменений

Каждый день что-то меняете.
Алгоритму нужно время.
Минимум неделя на тест.

3. Один creative

Должно быть 5-10 вариантов.
Платформа выберет лучший.

4. Без landing page

Реклама ведёт на главную.
Конверсия плохая.
Каждая кампания — своя landing.

5. Без tracking

Не знаете что работает.
Pixel/conversion tracking — обязательно.

Когда отдать

Если бюджет растёт >$10K/мес и времени мало.

Performance marketer окупится.

До этого — сами.

Не теряете много при экспериментах.

Главное: Базовые инструменты — основа всего. С ними один предприниматель = маркетинговая команда. С опытом — даже лучше команды.

Часть III. Главные каналы привлечения

Каналы привлечения клиентов. Какие выбрать. Как использовать сами.

Глава 11. Контент-маркетинг и социальные сети

Контент в социальных сетях — один из самых мощных каналов в 2026.
Бесплатный (organic) или платный (paid).
Долгосрочное преимущество.

Какую платформу выбрать

Не пытайтесь все одновременно.
Выберите 1-2.
Освойте.
Потом расширяйте.

LinkedIn

Лучшая для B2B.
Для personal brand профессионалов.
Algorithm сейчас благоприятный.
Качество > количество.
Если ваш клиент — бизнес — LinkedIn обязателен.

Twitter (X)

Для tech, startups, креативных.
Быстрая обратная связь.
Network эффект.
Threads дают высокий reach.

Instagram

Для visual brands.
Lifestyle, мода, food, фитнес.
Reels — главный формат.

TikTok

Молодая аудитория.
Видео-первая.
Algorithm даёт reach новичкам.
Если ваша аудитория здесь — обязательно.

YouTube

Long-form контент.
Tutorial, обзоры, образование.
SEO встроен — видео ранжируются.
Долгий разгон, но устойчивый канал.

Facebook

Для local business, B2C.
Старшая аудитория.
Groups дают community.

Threads / Bluesky

Альтернативы Twitter.
Растущая аудитория.
Hard to predict — экспериментальные.

Стратегия контента

Шаг 1. Identify аудитории

Кто ваш клиент?
Где они проводят время?
Какой контент потребляют?
Кого читают?
Ответы → выбор платформы.

Шаг 2. Voice

Какой ваш голос?
• Серьёзный или playful?
• Прямой или образный?
• Образовательный или развлекательный?
Voice должен быть consistent.

Шаг 3. Темы

О чём вы можете говорить экспертно?
3-5 главных тем.
Все ваши посты — в этих темах.
Это building authority.

Шаг 4. Формат

На каждой платформе — оптимальный формат.
LinkedIn — long form posts.
Twitter — threads.
Instagram — reels.
TikTok — videos.
YouTube — long videos.

Шаг 5. Регулярность

Минимум — 3 поста в неделю.
Лучше — ежедневно.
Consistency бьёт качество.

Workflow контента

Воскресенье — planning (1 час)

С AI генерируете 20 идей на неделю.
Записываете в content calendar.
Распределяете по дням.

Каждый день (30 минут)

Один пост.
AI пишет draft. Вы редактируете.
Публикуете или scheduled.

Раз в день engagement (15 минут)

Отвечаете на комментарии.
Comment на posts других.
Building relationships.

Воскресенье — analytics (30 минут)

Что работало.
Что не работало.
Lessons для следующей недели.

Главные принципы

1. Build in public

Делитесь не только успехами.
Failures, struggles, learnings.
Authenticity ценится.
People follow people, не brands.

2. Even more value

80% — ценность.
20% — продажи.
Если sell слишком много — теряете audience.

3. Engagement важнее views

100 active followers > 10000 passive.
Активная аудитория покупает.
Passive — нет.

4. Long game

Первые 3 месяца — почти нет результата.
6-12 месяцев — рост audience.
Год+ — серьёзная audience.
Не сдавайтесь.

5. One platform deeply

Лучше — один канал отлично.
Чем 5 каналов средне.
Mastery one. Потом expand.

Главные ошибки

1. Только продажи

«Купите мой курс».
«Закажите услугу».
Никто не покупает.
Сначала — ценность.

2. Без consistency

Неделя постов. Месяц тишины.
Алгоритмы наказывают.
Audience забывает.

3. Copy-paste из других

Все одинаковые posts.
Generic.
Никто не помнит.
Свой voice — критичен.

4. Без strategy

Posting случайно.
Без понимания целей.
Random results.

Глава 12. SEO для бизнеса

SEO — самый недооценённый канал в 2026.
Все говорят про paid и social.
А SEO продолжает работать.
Бесплатный трафик надолго.

Почему SEO важен

Когда кто-то ищет проблему — они уже готовы к решению.
Высокая intent.
Высокая конверсия.
Бесплатно (после initial investment).
Compounding со временем.

Виды SEO

Local SEO

Для local business.
«Стоматолог в Москве».
Google My Business + локальные citations.

Content SEO

Главное для большинства.
Создаёте content который ranks для нужных queries.

Technical SEO

Скорость, mobile, structure.
Базовое — критично. Advanced — для большого scale.

Link building

Получение backlinks.
Сигнал авторитета для Google.

Workflow SEO для предпринимателя

Шаг 1. Keyword research

Что ищут ваши клиенты?
Tools:
• Google Keyword Planner — бесплатно
• Ahrefs — $99/мес
• Ubersuggest — $30/мес
• AnswerThePublic — бесплатно
Найдите 50-100 keywords.
Приоритизируйте.
По объёму, конкуренции, intent.

Шаг 2. Контент strategy

Под каждый ключевой keyword — статья.
Pillar pages — общие темы.
Cluster articles — глубокое.
Internal linking между ними.

Шаг 3. Production

С AI — 5-10 статей в неделю реально.
Качество важнее количества.
1500-3000 слов в статье.
Comprehensive ответы на queries.

Шаг 4. On-page optimization

Title tag с keyword.
Meta description compelling.
Header structure.
Keyword density natural.
Internal и external links.
Image alt text.
AI помогает со всем этим.

Шаг 5. Promotion

Не «опубликовал и ждёшь».
Активно promote:
• Шарите в соцсетях
• Email подписчикам
• Гостевые посты с links
• Партнёрские публикации

Шаг 6. Tracking

Google Search Console — основной tool.
Что ranks, какие positions, откуда CTR.
Еженедельный review.

Главные принципы SEO

1. Долгая дистанция

SEO — это годы.
Первые результаты — 3-6 месяцев.
Серьёзные — год+.
Не быстрые wins.

2. Quality > quantity

Лучше 50 отличных статей.
Чем 500 средних.
Google всё видит.

3. User intent

Что человек реально хочет?
Под intent — контент.
Не «keyword stuffing».
А полные ответы.

4. E-E-A-T

Experience. Expertise. Authoritativeness. Trustworthiness.
Google ценит.
Authority brands ranks лучше.

5. Technical health

Mobile-friendly.
Fast loading.
Schema markup.
Базовые вещи — обязательны.

Главные ошибки

1. Ожидание быстрого результата

«Опубликовал — почему не #1?»
Подождите 3-6 месяцев.

2. Keyword stuffing

AI с этим помогает естественно.
Текст должен звучать natural.

3. Игнорирование technical SEO

Медленный сайт — не ranks.
Mobile-unfriendly — не ranks.
Проверьте Core Web Vitals.

4. Без internal linking

Структура связей — важна.
Linking между связанными статьями.

5. Без backlinks

Только content не достаточно.
Нужны links с других сайтов.
Guest posting, partnerships, PR.

Глава 13. Email-маркетинг

Email — старый канал.
Но работает лучше многих новых.
Owned audience. Direct access. High ROI.
Каждый бизнес должен иметь email list.

Почему email

ROI email-маркетинга — $36 на каждый потраченный доллар.
Это лучше любого другого канала.
Email — owned.
Social media — rented.
Algorithm меняется. Email — нет.
Email список — асссет на годы.

Стек инструментов

Email service providers

Для малого бизнеса:
• Buttondown — простой, для блогеров. $9/мес
• ConvertKit — для creators. От $9/мес
• Mailchimp — классика. Free до 500
• Beehiiv — newsletter focused. От $39/мес
Для e-commerce:
• Klaviyo — стандарт. От $20/мес
• Mailerlite — попроще. От $9/мес
Для B2B / advanced:
• ActiveCampaign — automation heavy. От $19/мес
• Customer.io — для SaaS. От $100/мес

Дополнительно

Resend — для transactional emails. Free до 3000/мес.

Типы email-кампаний

1. Welcome sequences

Когда кто-то подписался.
3-7 emails в первые 2 недели.
Знакомство. Ценность. Soft sell.
Самые important emails — самая высокая открываемость.

2. Newsletter

Регулярная рассылка.
1-4 раза в месяц.
Ценность. Authority. Nurturing.

3. Sales sequences

Когда продаёте конкретный продукт.
5-10 emails.
Educate → demonstrate → close.

4. Onboarding

Когда купили.
Помогаете использовать продукт.
Снижаете churn.

5. Win-back

Когда inactive.
Reactivation попытка.

6. Transactional

Подтверждения, чеки, уведомления.
Часто игнорируются как marketing opportunity.
А high open rates — используйте.

Workflow email-маркетинга

Шаг 1. Lead magnet

Что-то ценное в обмен на email.
• Чек-лист
• Гайд
• Шаблон
• Mini-курс
• Калькулятор
Релевантное вашей нише.

Шаг 2. Landing page

Простой signup form.
Описание ценности lead magnet.
Минимум полей — только email.
Privacy disclaimer.

Шаг 3. Welcome sequence

3-5 emails автоматических.
Доставка lead magnet.
Знакомство.
Ценность.
Soft introduction продуктов.

Шаг 4. Регулярный контент

Newsletter еженедельный или раз в 2 недели.
Свежее, ценное, personality.
AI помогает с drafts.

Шаг 5. Сегментация

Делите подписчиков по интересам.
Customer vs not customer.
Engaged vs not engaged.
Разные emails разным группам.

Шаг 6. Sales campaigns

Когда что-то продаёте.
Не каждый день.
Раз в месяц-два.
Build up → reveal → urgency → close.

Главные принципы email

1. Personality

Generic email = удаление.
Email от персоны = читают.
Пишите как человек.

2. Mobile-first

70%+ открывают на mobile.
Короткие предложения.
Один main CTA.

3. Value before sell

90% emails — ценность.
10% — продажи.
Тогда продажи работают.

4. Subject line — это всё

Без открытия — ничего.
Тратьте 50% времени на subject.
A/B тестируйте.

5. Один CTA

Один main action.
Не «5 things to do».
Focus.

Главные метрики

- Open rate — 20-40% хорошо
- Click rate — 2-5% хорошо
- Unsubscribe rate — <0.5%
- Conversion rate — зависит

Главные ошибки

1. Купленные lists

Никогда. Это spam. Это GDPR.
Только organic подписчики.

2. Too many emails

Каждый день — раздражает.
Раз в неделю — оптимально для большинства.

3. Generic emails

Personalization работает.
Имя. Сегментация. Personal stories.

4. Без segmentation

Все одно email.
Conversion низкая.
Разные emails разным группам.

5. Игнорирование deliverability

Если попадает в spam — никто не видит.
Authentication (SPF, DKIM, DMARC).
Quality content.

Глава 14. Платная реклама

Глава 10 — обзор.
Здесь — глубже.
Платная реклама — самый быстрый канал.
Если знаете как использовать.

Когда стоит начинать

Не сразу.
Сначала:
• Понимаете кто клиент
• Есть конвертирующая landing page
• Есть tracking
• Есть бюджет на 2-3 месяца тестов
Без этого — реклама = слив денег.

С чего начинать

Google Ads — Search

Лучшее место для начала.
Intent-driven.
Когда кто-то ищет ваш продукт.
Базовый workflow:
Keyword research
Несколько ad groups по темам
3-5 заголовков ads
Корреспондирующая landing
Запуск с маленьким бюджетом
Оптимизация по данным

Meta Ads — Advantage+

Если визуальный продукт.
Если массовая аудитория.
Advantage+ — AI делает работу.
Вам нужны:
• 5-10 креативов
• Конвертирующая landing
• Conversion tracking
• Бюджет минимум $30/день

LinkedIn — для B2B

Дорого. Но качественные leads.
Когда:
• B2B бизнес
• LTV > $1000
• Long sales cycles OK
Минимальный бюджет — $1000/мес.

Стратегия бюджета

Старт

$500-1000 на первый месяц.
Это для тестирования.
Не ожидайте прибыли.

Месяц 2

$1000-3000.
Если что-то работает — больше туда.
Если ничего — стоп и переосмыслить.

Месяц 3-6

Масштабирование того, что работает.
Прибыльные кампании — больше бюджета.
Не прибыльные — меньше или стоп.

Месяц 6+

Установленная performance.
Дальше — оптимизация.
Новые эксперименты.

Главные принципы

1. Tracking обязателен

Pixel, conversion tracking, attribution.
Без — слепое плавание.

2. Креативы решают

Не таргетинг.
Не платформа.
Креативы.
Тестируйте много.

3. Время на тесты

Не меняйте каждый день.
Дайте кампании 1-2 недели.
Алгоритм учится.

4. Не привязывайтесь к одной платформе

Платформы меняются.
Diversify.
2-3 канала.

5. ROAS — главная метрика

Не CPC. Не CTR.
Сколько денег возвращается.

Креативы для рекламы

Принципы

• Stop scroll — первая секунда решает
• Один main message
• Clear CTA
• Mobile-first
• Test variations

Типы креативов

• Product shot — простой
• UGC — пользовательский контент
• Testimonial — отзыв
• Demo — как работает
• Comparison — сравнение
• Story — narrative
Делайте 3-5 разных типов.
Платформа найдёт лучший.

Когда переходить к специалисту

Когда:
• Бюджет $10K+/мес
• Многоплатформенно
• Сложная attribution
• Нет времени на оптимизацию
Хороший performance marketer окупится.
До этого — сами.

Глава 15. Партнёрства и рефералы

Недооценённый канал.
Но один из самых эффективных.
Дешёвый. Высокая конверсия. Trust встроенный.

Виды партнёрств

1. Реферальная программа

Существующие клиенты приводят новых.
За награду.
Money-back, скидка, бесплатный месяц.
Простой setup.

2. Партнёрки (affiliate)

Кто-то promotes вас.
Получает процент от продаж.
10-30% — стандартно.
Подходит для digital продуктов.

3. Cross-promotions

Вы и другая компания продвигаете друг друга.
Не конкуренты, но похожая аудитория.
Бесплатно.
Win-win.

4. Influencer partnerships

Кто-то с аудиторией промотирует вас.
Может быть paid или organic.
Micro-influencers (1-10K) часто эффективнее больших.

5. Strategic partnerships

Глубокая интеграция.
Совместные продукты.
Долгосрочно.

Реферальная программа

Setup

Tools:
• ReferralCandy — для e-commerce
• Referral Factory
• Rewardful — для SaaS
• Простой Google Form для начала

Что предлагать

Награду должна быть значимой.
• Скидка для обоих — 20-30%
• Cash reward — $20-100 за referral
• Бесплатный месяц
• Эксклюзивные привилегии
Тестируйте.

Как промотировать

• Email после покупки
• Dashboard клиента
• Email-рассылки
• Social media
• Personal asks для big customers

Партнёрская программа

Когда подходит

• Digital продукты
• Recurring revenue
• High margins
• Established product

Структура

• 10-30% от первой продажи
• Или recurring процент
• Lifetime commissions
• Bonus tiers

Как найти affiliates

Не «они придут сами».
Активно искать:
• Reach out людям в нише
• Customers с большой аудиторией
• Affiliate marketplaces (ClickBank, ShareASale)
• Своя страница «Become an affiliate»

Cross-promotions

Как найти партнёров

Компании в вашей нише.
Похожая аудитория.
Не конкуренты.
Дополняющие продукты.

Что предложить

• Совместный webinar
• Гостевые посты в blogs
• Email-рассылка с их продуктом
• Совместный bundle
• Joint promotion

Outreach

Простое email:
Привет [имя],

Слежу за вашей работой по [тема].
Похоже, наши аудитории overlap.
Думаю — наши клиенты могли бы быть друг другу полезны.

Предлагаю короткий звонок обсудить potential cross-promo?

Best,
[ваше имя]
Простое, конкретное, без urgency.

Influencer marketing

Размеры influencers

• Nano (1-10K) — самые высокая engagement
• Micro (10-100K) — баланс reach и engagement
• Mid (100K-1M) — масштаб
• Macro (1M+) — mass awareness
Для маленького бизнеса — nano и micro.
Часто бесплатно за продукт.

Как находить

• Search по hashtags
• Followers ваших клиентов
• Tools (HypeAuditor, etc.)
• Платформы (TikTok Creator Marketplace)

Outreach

Personal. Не template.
Покажите, что знаете их работу.
Конкретное предложение.
Что они получат.

Главные принципы

1. Качество > количество

5 хороших партнёров > 50 случайных.

2. Authentic partnerships

Не «купили influencer».
А реально полезные партнёрства.
Аудитория видит разницу.

3. Win-win

Обе стороны должны выигрывать.
Если только вы — не работает.

4. Long-term

Один-time campaigns — слабо.
Long-term partnerships — отлично.

5. Tracking

Уникальные ссылки.
Promo codes.
Знаете что работает.

Где можно начать

Самое простое — реферальная программа.
Email после покупки с предложением referral.
Простой setup. Высокая отдача.
Дальше — расширяться к другим типам партнёрств.
Главное: 5 каналов привлечения. Не нужно все. Выберите 2-3 которые подходят вашему бизнесу. Освойте deeply. Масштабируйте.

Часть IV. Стратегия и систематизация

Каналы дают трафик. Но без стратегии — не превращается в бизнес.
В этой части — как построить систему.

Глава 16. Customer journey

Customer journey — путь клиента от незнания до покупки и beyond.
Без понимания этого — маркетинг работает плохо.
С пониманием — каждый touchpoint работает.

Этапы customer journey

1. Unaware

Клиент не знает, что у него проблема.
Или не знает, что её можно решить.
Ваша задача — обратить внимание.

2. Problem aware

Понимает проблему.
Но не знает решения.
Ищет информацию.
Ваш контент — образовательный.

3. Solution aware

Знает, что решения существуют.
Изучает варианты.
Ваша задача — войти в shortlist.

4. Product aware

Знает о вашем продукте.
Сравнивает с конкурентами.
Ваша задача — показать преимущества.

5. Decision

Готов покупать.
Нужны последние detalji.
Цена, гарантии, доказательства.

6. Purchase

Покупка.
Onboarding.
Первый experience.

7. Retention

Использование.
Получение value.
Возможные обновления, дополнительные покупки.

8. Advocacy

Рекомендует другим.

Отзывы.
Word of mouth.

Mapping вашего journey

Шаг 1. Identify ICP

Кто ваш идеальный клиент?
Конкретно. Демография. Профессия. Размер бизнеса (если B2B).

Шаг 2. Touchpoints

Где клиент встречается с вами?
• Social media
• Google search
• Реклама
• Партнёры
• Word of mouth
Map все возможные touchpoints.

Шаг 3. Что делать на каждом

Awareness — контент, awareness ads.
Problem aware — образовательный контент.
Solution aware — comparison content, case studies.
Product aware — landing pages, demos.
Decision — testimonials, гарантии, urgency.
Purchase — onboarding, welcome series.
Retention — продукт, support, expansion.
Advocacy — referral programs.

Шаг 4. Контент для каждого этапа

Под каждый этап — свой тип контента.
Awareness — broad social content.
Solution aware — comparison guides.
Decision — case studies.
И так далее.

Шаг 5. Метрики

Как измеряете каждый этап?
Awareness — impressions, reach.
Acquisition — leads, signups.
Conversion — purchases.
Retention — repeat, churn.
Advocacy — referrals, reviews.

Главные принципы

1. Каждый этап — свой подход

Не «один пост solves всё».
Разный контент на разных этапах.

2. Долгий путь

Большинство клиентов — не покупают сразу.
Multiple touchpoints до conversion.
Average — 7-15 touchpoints.
Готовьтесь к долгому процессу.

3. Personalization

Разные люди — разные journeys.
AI помогает segmentировать.
Контент под segment.

4. Friction reduction

На каждом этапе — что мешает идти дальше?
Уберите.
Friction = потерянные клиенты.

5. Continuous improvement

Регулярно review journey.
Где потери?
Что можно улучшить?

Глава 17. Воронки продаж

Воронка — конкретная реализация customer journey.
Sequence шагов от первого touchpoint до покупки.
Каждый шаг — оптимизирован.

Типы воронок

1. Direct sales funnel

Простая. Для transactional продаж.
Ad → Landing page → Purchase.
Для impulse buys.
Низкая цена.
E-commerce товары.

2. Lead magnet funnel

Чаще для B2B и services.
Ad → Lead magnet → Email sequence → Sales call → Purchase.
Long form.
Higher LTV.
Education-driven.

3. Webinar funnel

Для high-ticket продуктов.
Ad → Webinar signup → Webinar → Offer → Purchase.
Time-intensive.
Но высокая конверсия.

4. Free trial funnel

Для SaaS.
Ad → Free trial → Onboarding → Conversion to paid.
Product-led growth.

5. Content funnel

Long-term.
Content → Engagement → Email → Nurture → Conversion.
SEO-driven.
Compounding со временем.

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.