

A close-up portrait of a woman with voluminous, curly brown hair and round black-rimmed glasses. She is wearing a mustard yellow coat and a grey knitted scarf. She is looking directly at the camera with a neutral expression while holding a silver tablet computer in her hands. The background is softly blurred, suggesting an indoor setting like a library or office.

Лана Царевская

**Маркетинг психологических
услуг. Рабочая тетрадь. От
внутреннего страха к первой
консультации за 4 недели**

Лана Царевская

**Маркетинг психологических
услуг. Рабочая тетрадь. От
внутреннего страха к первой
консультации за 4 недели**

«Автор»

2026

Царевская Л.

Маркетинг психологических услуг. Рабочая тетрадь. От внутреннего страха к первой консультации за 4 недели / Л. Царевская — «Автор», 2026

«У меня отличное образование, я действительно могу помогать людям, но как сказать об этом миру, чтобы не выглядеть навязчивой?» Вы боитесь показаться «продажным» специалистом, не знаете, о чем писать в соцсетях, и немеете, когда нужно назвать цену за консультацию? Это руководство - не про «100 клиентов за неделю». Это манифест этичного маркетолога в помогающей профессии. Здесь вы не найдете агрессивных техник продаж. Вместо этого вы пройдете путь от синдрома самозванца до устойчивой практики. Всего за 4 недели вы превратите свой жизненный опыт в сильный актив. Научитесь формулировать УТП так, чтобы ваш идеальный клиент узнал себя в первых двух строчках. Освойте формат «контент без стыда». Перестанете бояться разговора о деньгах и получите готовые скрипты первого диалога и шаблоны для отказа от бесплатных консультаций. Ваше время дорого. Ваша экспертиза бесценна. Пришло время занять свое место в информационном поле - достойно, честно и без выгорания.

© Царевская Л., 2026

© Автор, 2026

Содержание

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ	5
1. Для кого этот курс и как он работает	5
2. Почему психологу можно и нужно заниматься маркетингом	6
3. Ваш план на 4 недели: карта маршрута	7
МОДУЛЬ 1: ФУНДАМЕНТ. Ваша устойчивая позиция и первый шаг	8
1.1. Ваш личный капитал: почему Ваш опыт бесценен	9
1.2. Портрет идеального клиента: ищем «своего» человека	11
1.3. Ядро Вашего предложения: УТП, которое говорит с сердцем клиента	14
1.4. Профессиональная презентация: резюме и сопроводительное письмо для психолога	16
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Лана Царевская

Маркетинг психологических услуг.

Рабочая тетрадь. От внутреннего страха к первой консультации за 4 недели

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. Для кого этот курс и как он работает

Добро пожаловать в Ваше новое профессиональное пространство!

Если Вы держите в руках эту рабочую тетрадь, значит, Вы находитесь на важном и волнительном этапе: Вы получили прекрасное образование в области психологии или коучинга и теперь готовы делиться своей экспертизой с миром. Но между желанием помогать и устойчивым потоком благодарных клиентов часто лежит невидимый барьер: «Как мне об этом рассказать?».

Этот курс создан специально для Вас - для тех, кто видит свой путь в помогающей профессии. Ваш старт - это не начало с чистого листа, а осознанный выход на новую орбиту, где Ваша жизненная мудрость, эмпатия и накопленный опыт являются главным капиталом. Здесь не будет снисходительных взглядов на «возраст» или «неопытность». Здесь будет уважение к Вашему пути и практические инструменты для его воплощения в успешную практику.

Честно о том, чего НЕ будет в этом курсе:

Не будет «секретных хаков» и обещаний «100 клиентов за неделю». Мы за устойчивый и достойный результат, а не за сиюминутный шум.

Не будет давления, чтобы быть «активной каждую минуту» во всех соцсетях. Мы найдем ваш ритм и вашу площадку.

Не будет чувства стыда или неловкости. Мы будем разбираться с этими чувствами, а не усугублять их.

Не будет сухой теории, оторванной от реальности. Каждая глава ведет к конкретному действию.

Как работать с этой тетрадью:

принцип «Прочитал - Выполнил - Применил»

Эта тетрадь - Ваш личный наставник и безопасное пространство для экспериментов.

ПРОЧИТАЙТЕ небольшой блок теории. Мы объясняем «зачем» и «почему».

ВЫПОЛНИТЕ практическое задание прямо здесь, на страницах курса. Пишите, рисуйте, заполняйте таблицы. Это самый важный этап.

ПРИМЕНИТЕ созданное в реальной жизни: используйте составленное уникальное торговое предложение (УТП) в разговоре, опубликуйте написанный пост, отправьте отредактированное резюме.

Не стремитесь пройти курс «на скорость». Выделите регулярное время (идеально - час в день) и двигайтесь в своем комфортном темпе.

Ваш прогресс - это заполненные страницы этой тетради и маленькие, но уверенные шаги во внешнем мире.

2. Почему психологу можно и нужно заниматься маркетингом

Давайте сразу договоримся о главном: маркетинг для психолога - это не про навязывание. Это про заботу.

Представьте, что где-то есть Ваш идеальный клиент. Он переживает трудности, ищет поддержки и ответов. Он ищет именно такого специалиста, как Вы: с Вашим подходом, Вашим жизненным опытом, Вашим пониманием проблемы. Но как он Вас найдет, если не знает, что Вы существуете?

Этичный маркетинг - это создание «маяков». Это способы ясно и достойно сообщить миру: «Я здесь. Я профессионально занимаюсь вот этими вопросами. Если Вам это близко - давайте познакомимся». Это акт ответственности перед теми, кому Вы можете помочь.

Развеем два главных мифа, которые мешают начать:

Миф 1: «Маркетинг - это навязывание, это не для меня».

Реальность: Настоящий маркетинг в нашей сфере - это диалог и приглашение. Вы не тащите человека на консультацию силой. Вы создаете содержательный пост, например, о том, как работает тревога. Кто-то из читателей узнает в этом себя и, доверяя Вашей экспертизе, сам делает шаг навстречу. Вы не продаете - Вы помогаете сделать осознанный выбор.

Миф 2: «Хорошего специалиста видно сразу, он и так будет востребован».

Реальность: В современном мире, переполненном информацией, «видно сразу» становится только того, кто находится в поле зрения. Ваша задача - не ждать, пока Вас «увидят», а корректно и профессионально занять свое место в информационном пространстве. Это позволит Вашим клиентам найти Вас, а не кого-то другого, возможно, менее компетентного, но более заметного.

Упражнение-разминка: «Мои 3 главных страха в продвижении себя»

Прежде чем двигаться дальше, давайте вынесем эти страхи на свет. Это освобождает.

Возьмите ручку. Не думайте слишком долго, пишите первое, что приходит.

Заполните таблицу на следующей странице:

Мой страх или сопротивление

Откуда он, как я думаю, взялся?

Какой может быть противоположный, поддерживающий взгляд?

Например: «Мне будет стыдно писать о себе в соцсетях».

Например: «Меня учили, что скромность украшает».

Например: «Ясность - это уважение к времени и выбору клиента».

1.

2.

3.

Не переживайте, если пока сложно найти «поддерживающий взгляд». Мы будем работать с каждым из этих страхов в следующих модулях. Вы уже совершили первый важный шаг - признали их.

3. Ваш план на 4 недели: карта маршрута

Чтобы большое дело не пугало, мы разбили его на четыре последовательных и логичных этапа.

Каждая неделя - это новый уровень Вашей профессиональной уверенности и набор готовых к использованию инструментов.

НАГЛЯДНАЯ СХЕМА ВАШЕГО ПУТИ:

НЕДЕЛЯ 1: ФУНДАМЕНТ

Знакомство с собой - профессионалом.

Поиск «своего» клиента.

Упаковка Вашего предложения.

Итог: Ваше профессиональное резюме и ясное УТП.

НЕДЕЛЯ 2: ВИДИМОСТЬ

Выбор и настройка своей площадки (сайт/соцсеть).

Создание контента без стыда.

Итог: Готовый профиль и план первых публикаций.

НЕДЕЛЯ 3: ДОВЕРИЕ И КОНТАКТ

Ценообразование и упаковка услуг.

Скрипты первого диалога с клиентом.

Итог: Четкий алгоритм от запроса до первой консультации.

НЕДЕЛЯ 4: СИСТЕМА И РОСТ

Внедрение простых рутин для стабильности.

Анализ и корректировка курса.

Итог: Личный план развития практики на 90 дней.

Ваш чек-лист перед стартом путешествия:

Убедитесь, что у Вас под рукой есть этот простой набор. Пусть ничто не отвлекает Вас от главного.

Эта рабочая тетрадь.

Удобная ручка (цвета для настроения приветствуются!).

Чистый блокнот для внезапных идей.

Компьютер или смартфон с доступом в интернет.

Аккаунт в одной соцсети (даже если он "спящий" - мы его разбудим).

Ваше фото (улыбающееся, спокойное, настоящее - то, которое нравится Вам).

1 час времени в день (или 2-3 полноценных сессии в неделю) для погружения в курс.

Всё готово для отправления. Это путешествие - не экзамен, а исследование. Вы не можете сделать здесь что-то "неправильно". Каждая Ваша пометка в тетради - это шаг к Вашей уверенной практике. Счастливого пути!

Моя главная цель от этого курса:

я разрешаю себе в этом процессе:

МОДУЛЬ 1: ФУНДАМЕНТ. Ваша устойчивая позиция и первый шаг

«Вы уже достаточно хороши, достаточно умны, достаточно способны. И вас уже достаточно, чтобы начать».

Брене Браун

Цель модуля: Преодолеть внутренние барьеры, найти свою уникальность и четко сформулировать, что и кому Вы предлагаете.

1.1. Ваш личный капитал: почему Ваш опыт бесценен

Добро пожаловать на самый важный этап - знакомство с собой как с профессионалом. Часто, придя в новую сферу, мы фокусируемся на том, чего нам не хватает: нет 20-летнего стажа, нет тысячи клиентов. Но у Вас есть кое-что более ценное - Ваш уникальный жизненный путь.

Синдром самозванца - не диагноз, а знак роста

Чувство «я недостаточно хорош(а)», «я всех обманул(а)» знакомо даже самым опытным специалистам. У начинающих оно особенно сильно.

Важно знать: это чувство - не доказательство Вашей некомпетентности, а естественная реакция психики на выход из зоны комфорта и высокую ответственность работы с людьми.

Как его обезвредить?

Назовите его. Просто признайте: «Да, сейчас во мне говорит синдром самозванца».

Соберите факты. Ваши дипломы, сертификаты, благодарные слова от практиковавшихся с Вами людей - это не «ерунда», а объективные доказательства Вашего пути.

Смените фокус. Вместо «Я еще не идеальный специалист» подумайте: «Какой конкретный следующий шаг в обучении или практике я могу сделать?». Действие - лучшее лекарство от тревоги.

Упражнение «Карта моей экспертизы»

Возьмите ручку и заполните три колонки. Не фильтруйте мысли. Сюда подойдет любой опыт - от воспитания детей до управления отделом.

Жизненный опыт

(Через что я прошел?)

Профессиональные навыки

(Что я умею делать?)

Личные качества

(Какой я человек?)

Пример: Пережила выгорание на прежней работе, воспитываю подростка, ухаживала за пожилым родственником.

Пример: Умею слушать, вести переговоры, структурировать информацию, писать тексты, организовывать время.

Пример: Терпеливая, наблюдательная, эмпатичная, ответственная, любознательная.

Вопрос для размышления (ответьте после заполнения):

Какой пункт из трех колонок уже сейчас может быть самой сильной стороной в работе с клиентами? Обведите его.

Упражнение «Написание «истории превращения»

Людам важны не сухие факты, а истории.

Ваша личная история - мощнейший инструмент для создания доверия и понимания проблем клиента.

Структура вашей истории:

БЫЛО: Опишите ситуацию, состояние, вызов, с которым Вы столкнулись (в личной жизни, в карьере, в своем развитии).

ПУТЬ: Какие шаги Вы предприняли? Что изучали, что осознали, как менялось Ваше понимание?

СТАЛО: К какому результату, трансформации, новому пониманию себя и мира Вы пришли?

Напишите Ваш краткий вариант (5-7 предложений) прямо здесь:

БЫЛО:

ПУТЬ:

СТАЛО:

Итог: Вы только что перевели Ваш жизненный опыт из разряда «прошлого» в актив - личный капитал.

Это основа Вашей профессиональной уверенности.

1.2. Портрет идеального клиента: ищем «своего» человека

Теперь, когда мы лучше понимаем себя, пора понять, кому мы хотим помогать. Самый частый и рискованный посыл новичка: «Я помогаю всем, у кого есть проблемы». Это путь к выгоранию и неэффективному маркетингу.

Зачем сужать фокус?

Представьте, что Вы стоите на площади и кричите: «Кому нужна помощь?». К Вам может подойти кто угодно с чем угодно. Вы потратите уйму сил, чтобы понять, чем именно помочь.

А теперь представьте, что Вы говорите четко и спокойно: «Я помогаю женщинам после 40 мягко пройти через развод, сохранив самооценку и определив новые цели». Ваше сообщение само найдет тех, кому оно откликается. Остальные просто пройдут мимо - и это хорошо! Это экономит Ваши и их силы.

Сужая фокус, Вы:

Говорите на одном языке с клиентом.

Создаете таргетированный контент.

Быстрее набираете экспертность в конкретной области.

Чувствуете больше удовлетворения от работы.

Ваша цель - не понравиться всем, а стать лучшим выбором для своих немногих.

Практика: Заполнение шаблона «Аватар клиента»

Представьте одного - единственного человека.

Дайте ему имя (например, Марина или Александр).

Опишите его так подробно, как будто это Ваш хороший знакомый.

Демография (статистика):

Возраст: _____

Город/образ жизни: _____

Образование/сфера работы: _____

Семейное положение: _____

Психологический портрет (внутренний мир):

Главная боль/проблема прямо сейчас:

Какие чувства он / она чаще всего испытывает?

Чего больше всего боится или избегает?

О чем мечтает? Какой / каким хочет стать? _____

День до обращения к Вам (поведение):

Где и как ищет помощь? (Гуглит, спрашивает друзей, читает паблики?)

Какие слова может ввести в поисковике?

Что может стать для нее / него «последней каплей», чтобы написать Вам?

Что теперь делать с этим Аватаром?

Сохраните этот портрет. Положите его перед собой, когда будете:

Писать пост для соцсетей.

Составлять описание своих услуг на сайте.

Продумывать ответ на вопрос потенциального клиента.

Спросите себя: «Поймет ли это Марина? Откликнется ли она на эти слова? Решит ли это ее проблему?»

Итог: Теперь у Вас есть не абстрактная «целевая аудитория», а Аватар - живой человек с именем и историей. Все дальнейшие шаги в маркетинге (посты, предложения) Вы будете делать, обращаясь мысленно именно к нему (ней). Это в разы повышает отклик и эффективность.

Тест: «Насколько я сейчас понимаю своего клиента?»

Вы только что создали детальный портрет - гипотезу о Вашем идеальном клиенте. Любая гипотеза требует проверки. Этот тест - не экзамен на «пять», а диагностический инструмент.

Его цель - не выставить оценку, а дать Вам моментальную «карту»:

Где Вы уже видите ясную картину? (Ваши сильные стороны в понимании клиента).

На какие «слепые зоны» стоит направить фокус внимания? (Что требует уточнения и дальнейшего исследования).

Отвечайте интуитивно, честно, не стараясь угадать «правильный» ответ. «Нет» на данном этапе - это не провал, а самый ценный результат. Он показывает точку роста, над которой Вы будете работать в следующих модулях, чтобы Ваш маркетинг бил точно в цель.

Как работать с тестом:

Ответьте «Да» или «Нет» напротив каждого утверждения, исходя из Вашего текущего видения.

Я могу назвать 3 основные проблемы или запроса моего идеального клиента, с которыми он(а) может прийти.

Я знаю, в каких онлайн- или оффлайн-пространствах он(а) проводит время, ищет информацию или поддержку.

Я могу достаточно подробно описать, как выглядит его (ее) «трудный день» или типичная стрессовая ситуация.

Я понимаю, какие конкретные слова-триггеры или фразы вызовут у него (нее) мгновенный эмоциональный отклик.

Я могу предсказать 2-3 главных возражения или страха, которые возникнут у него (нее) перед обращением за платной помощью.

Посчитайте количество ответов «Да».

4-5 ответов «ДА»: «Стратег»

У Вас отличная, глубокая гипотеза. Вы уже мыслите категориями конкретных проблем, контекста и эмоций вашего клиента. Это прочный фундамент. Ваша задача в следующих модулях: «перевести» это понимание в конкретные тексты, предложения и форматы общения. Используйте свой аватар как надежного внутреннего критика для всех материалов.

2-3 ответа «ДА»: «Исследователь»

У Вас есть верное направление, но картина требует детализации. Вы, вероятно, понимаете общую проблематику, но еще не погрузились в мир повседневных переживаний и языка клиента. Это не недостаток, а план действий! Ваша задача: вернуться к шаблону «Аватара» и поработать именно над теми пунктами, где в тесте Вы ответили «Нет». Например, пообщайтесь в тематических группах (вопрос 2), чтобы услышать живой язык боли (вопрос 4).

0-1 ответ «ДА»: «Первооткрыватель»

Ваша гипотеза только формируется, и это абсолютно нормально. Скорее всего, Вы еще находитесь в процессе поиска своей ниши или испытываете трудности с конкретизацией.

Ваша задача — не переживать, а начать с основ: попробуйте описать в качестве «Аватара» не абстрактного человека, а кого-то реального из Вашего прошлого или настоящего окружения, кому Вы искренне хотели бы помочь. Это сделает портрет живым. Затем снова пройдите тест.

Важно: Независимо от результата, сохраните этот тест. Пройдите его снова через месяц активной практики или после изучения модулей по контенту. Вы увидите свой прогресс в цифрах, а это - лучшая мотивация.

Практика: «Аватар реального клиента»

При желании, вернитесь к шаблону «Аватар» и попробуйте описать не абстрактного человека, а кого-то из Вашего реального окружения, кому, как Вам кажется, Вы могли бы помочь.

Вы проделали огромную внутреннюю работу. Перед тем как идти дальше, дайте себе время обдумать написанное. Можно вернуться к этим упражнениям завтра или в другой день и дополнить их. Ваша уникальность и Ваш клиент - это самый прочный фундамент всей будущей практики.

1.3. Ядро Вашего предложения: УТП, которое говорит с сердцем клиента

Теперь у Вас есть понимание себя (1.1) и Вашего клиента (1.2). Пришло время создать между вами мост - четкое сообщение о том, как Вы решаете его проблему. Это и есть ваше УТП (Уникальное Торговое Предложение).

От «я психолог» к «я решаю конкретную проблему»

Фраза «Я психолог» - вызывает у обычного человека либо смущение, либо поток общих ассоциаций.

Ваша задача - сразу дать ясность и надежду.

Простая формула УТП для психолога:

Я помогаю (конкретной группе людей) решить (конкретную проблему), чтобы они могли (желаемый результат/эмоция).

Разберем на примере:

Слабо: «Я семейный психолог».

Сильно: «Я помогаю парам после рождения ребенка преодолеть отчуждение и усталость, чтобы они снова могли чувствовать близость и быть командой».

УТП - это обещание пользы, а не перечисление услуг. Оно обращается не к разуму, а к сердцу и боли вашего «Аватара».

Посмотрите на примеры УТП. Обратите внимание, как в каждом из них:

Есть конкретный человек (женщина 40+, мама подростков, пара).

Четко названа боль («жизнь проходит мимо», «разрываться между всем», «живут как соседи»).

Виден результат («вернуть вкус», «обрести пространство», «стать союзниками»).

Примеры готовых УТП

Пример 1: Специализация - кризис среднего возраста, поиск себя.

Для сайта: *«Я помогаю женщинам после 40, которые чувствуют, что жизнь «проходит мимо», разобраться в своих истинных желаниях, вернуть энергию и построить тот сценарий жизни, в котором они будут чувствовать себя реализованными и счастливыми».*

Для соцсетей: *«Помогаю женщинам 40+ выйти из жизненного ступора. / Вернуть вкус к жизни».*

Для устного ответа: *«Знаешь, как многие женщины после 40 чувствуют, будто проживают не свою жизнь? Я помогаю им заново познакомиться с собой и найти новые, вдохновляющие цели».*

Пример 2: Специализация - материнское выгорание, тревожность у мам.

Для сайта: *«Я помогаю мамам детей-подростков справиться с хронической усталостью, чувством вины и тревогой, чтобы они могли снова находить радость в материнстве и обрести личное пространство для себя».*

Для соцсетей: *«Выгорающим мамам подростков - возвращаю ресурс и спокойствие. / Консультации онлайн».*

Для устного ответа: *«Видела, как многие мамы постоянно на взводе, разрываясь между работой, детьми и домом? Я помогаю им восстановить силы и выстроить границы, чтобы перестать чувствовать себя «ведом для вылитых эмоций».*

Пример 3: Специализация - отношения в паре (кризис, отчуждение).

Для сайта: *«Я помогаю парам, которые живут как соседи и перестали слышать друг друга, восстановить эмоциональную близость, наладить диалог и вернуть в отношения тепло и взаимопонимание».*

Для соцсетей: *«Помогаю парам заново услышать друг друга. / От соседей - к союзникам».*

Для устного ответа: «Замечала, как часто пары с большим стажем начинают говорить, но не слышать друг друга? Я помогаю им разрушить эту стену молчания и снова научиться разговаривать по-настоящему».

Практика: Создаем 3 версии Вашего УТП для разных ситуаций

Ваша задача - не скопировать, а сделать так же для СВОЕГО Аватара. Используйте эти примеры как образец структуры и смело подставляйте свои слова из Темы 1.2.

1. УТП для сайта/лендинга (самое полное, 1-2 предложения):

Контекст: У человека есть время читать.

Ваш вариант: _____

2. УТП для соцсетей (шапка профиля, слоган, коротко и цепко):

Контекст: Нужно зацепить за 3 секунды.

Формат: Помогаю (кому) (с чем). / (Результат).

Ваш вариант: _____

3. УТП для устного ответа (на вопрос «Чем занимаешься?» на светской встрече):

Контекст: Просто, без жаргона, оставляющее пространство для диалога.

Формат: Знаешь, как часто (проблема)? Я помогаю (людям) с этим справиться.

Ваш вариант: _____

Проверка: Прочитайте все три варианта. Отвечают ли они на вопросы: Кому? Что болит? Что будет после? Если да - Вы создали сильное ядро для своего маркетинга.

1.4. Профессиональная презентация: резюме и сопроводительное письмо для психолога

Если Ваш путь лежит в клинику, центр или корпорацию, Ваше УТП должно быть упаковано в профессиональные документы. Здесь Ваша взрослость и жизненный опыт - огромный плюс, а не недостаток.

Специфика резюме в помогающих профессиях

Работодатель ищет не просто функцию, а надежного, зрелого и этичного специалиста, который не навредит.

Поэтому:

Акцент на навыки и ценности, а не на хронологию должностей. Что Вы умеете и как Вы это делаете (эмпатично, конфиденциально, системно).

Жизненный опыт - Ваш козырь. Материнство, уход за близкими, волонтерство, руководство в прошлой карьере - это школа эмпатии, стрессоустойчивости, терпения и коммуникации. Ваша задача - грамотно это «перевести».

Сопроводительное письмо - история Вашей миссии. Оно должно показать, что вы не просто ищете работу, а разделяете ценности организации и хотите принести пользу именно их клиентам.

РЕЗЮМЕ ПСИХОЛОГА

Перед Вами будет не стандартная анкета о прошлых должностях, а карта Вашей профессиональной ценности.

Наша цель — показать работодателю не где Вы были, а кто Вы как специалист и что Вы умеете делать. Заполняйте шаблон последовательно, сверяясь с материалами из тем 1.1 и 1.3.

Важные правила перед началом:

Пишите для работодателя. Думайте: «Что он хочет увидеть?» (Надежного, этичного, компетентного специалиста, который впишется в коллектив).

Избегайте общих слов («ответственный», «коммуникабельный» без доказательств). Подтверждайте всё примерами и навыками.

Будьте конкретны и честны. Указывайте только те методы и специализации, в которых Вы действительно работаете или глубоко изучали.

Что указать (Ваши данные):

ШАГ 1: Ключевые компетенции (самое главное!)

Что это: 3-4 пункта, которые отвечают на вопрос «Что я умею делать как психолог?».

Как заполнять: Взгляните на свою «Карту экспертизы» (Тема 1.1, столбец «Профессиональные навыки»). Сформулируйте каждый пункт как готовность к действию.

Плохо: «Работа с тревогой». Хорошо: «Проведение индивидуального консультирования взрослых с тревожными расстройствами».

Пример для заполнения: «Ведение психодиагностики с последующей интерпретацией результатов для клиента».

ШАГ 2: Методы работы

Что это: Теоретические подходы и конкретные техники, которые Вы используете.

Как заполнять: Перечислите основные подходы (гештальт, КПТ, арт-терапия и т.д.). Если Вы только начали их осваивать, укажите: «Работаю в интегративном подходе с элементами...». Добавьте 2-3 конкретные техники, если знаете их (например, «техники grounding для работы с паническими атаками», «методы ненасильственного общения (ННО)»).

Важно: Указывайте только то, что Вы реально применяли на практике (хотя бы на учебных сессиях).

ШАГ 3: Области специализации

Это узкий круг запросов и проблем, с которыми Вы готовы работать.

Как заполнять: Взгляните на «Аватар клиента» (Тема 1.2). С какими проблемами он приходит? Это и есть ваша специализация. Сформулируйте четко: «Работа с экзистенциальными кризисами и поиском смысла», «Поддержка в ситуации развода», «Помощь в проживании горя и утраты». Не пишите: «Помощь в решении жизненных трудностей» - это слишком размыто.

ШАГ 4: Образование

Что это: Основной диплом и самое важное дополнительное обучение.

Как заполнять: Укажите ВУЗ, специальность и год окончания.

В дополнительном образовании выберите 2-3 самых весомых или последних курса/вебинара. Укажите название, организатора и год.

ШАГ 5: Личностные качества

Что это: Ваши сильные стороны, которые критически важны для работы психологом.

Как заполнять: Взгляните на «Карту экспертизы» (Тема 1.1, столбец «Личные качества»).

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.