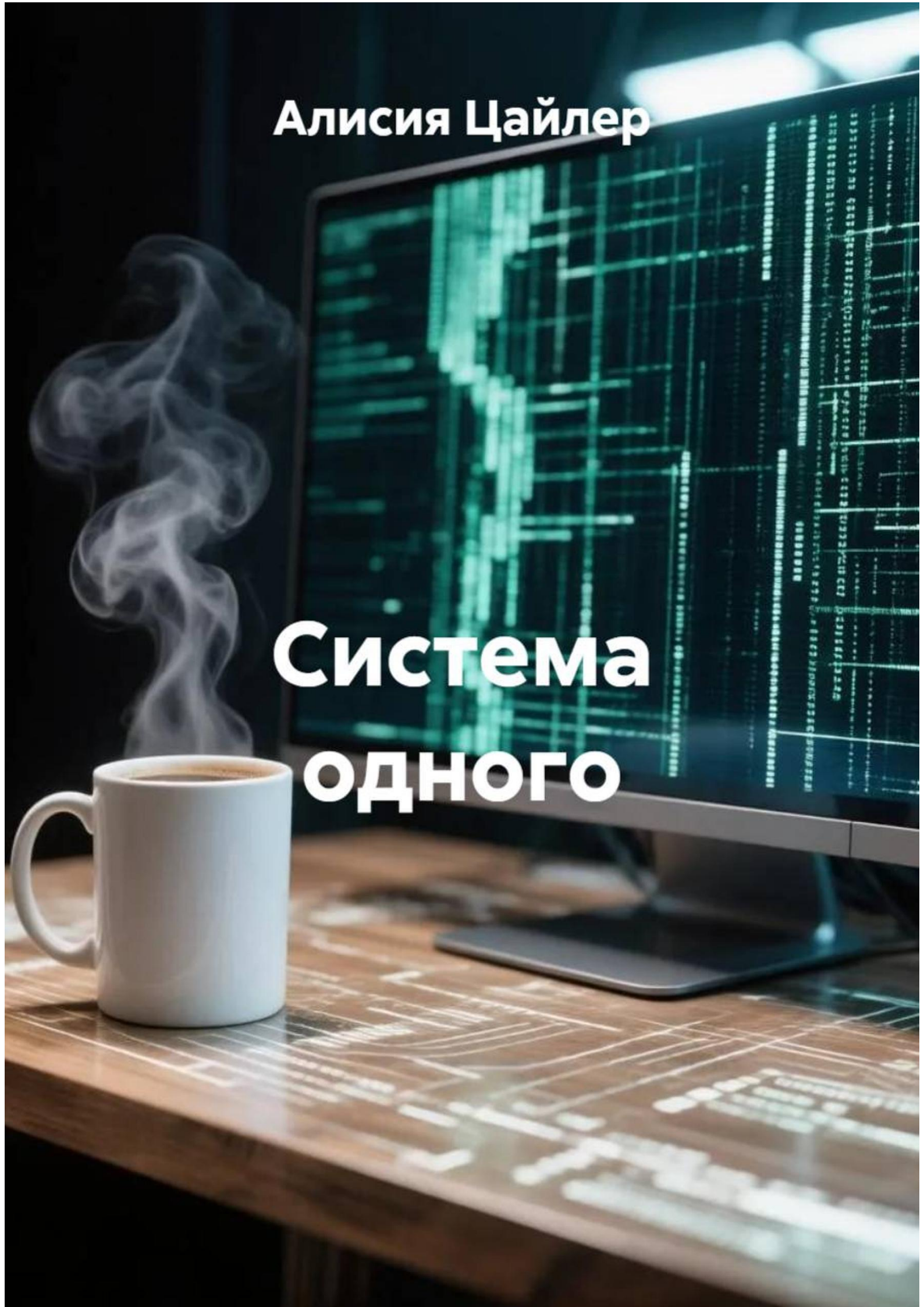


Алисия Цайлер

**Система
ОДНОГО**



Алисия Цайлер
Система одного

«Автор»

2026

Цайлер А.

Система одного / А. Цайлер — «Автор», 2026

Вы эксперт. У вас есть клиенты и кейсы, но в интернете вас почти нет. Или вы тонете в соц сетях, выгораете. Эта книга — не про миллион подписчиков. Она работающую годами систему. Алисия Цайлер прошла путь от «сапожника без сапог» до архитектора цифровых экосистем. Без бюджета. Только живые диалоги, подкасты и контент-петли. «Система одного» — пошаговый план для эксперта с длинным циклом сделки: юриста, маркетолога, коуча, IT-специалиста. Вы узнаете: почему репутация важнее лайков, как запустить подкаст без студии, превратив его в конвейер статей и постов, как бесплатно выложить контент на все стриминги, почему сайт — ваша цитадель, и как превращать «интересно» в живые диалоги. Никаких магических таблеток. Только система, которая работает, если вы работаете. Для тех, кто устал от шума и готов строить репутацию в тишине.

© Цайлер А., 2026

© Автор, 2026

Содержание

От Автора	5
Глава 1. Как я перестала быть «сапожником без сапог»	6
Глава 2. Зачем вам блог? Спойлер: не для охватов	7
Глава 3. Шаг 2. Выберите площадку, где есть ваша ЦА (и не тестируйте все подряд)	10
Конец ознакомительного фрагмента.	12

Алисия Цайлер

Система одного

«Если вы хотите миллион подписчиков — закройте книгу. Я не знаю, как их набрать. И не хочу знать.»

Алисия Цайлер

От Автора

Эта книга — не магия. В ней только текст и живые принципы, которые я проверила на себе.

Для кого: экспертов с длинным циклом сделки — юристов, маркетологов, психологов, коучей, IT-специалистов.

Честно: система не даёт взрыва за неделю. Если не готовы работать минимум 6 месяцев без мгновенного результата — закройте книгу.

Как читать: медленно. Делайте хотя бы один шаг после каждой главы. Иначе все будет зря.

С уважением к вам и вашему бизнесу,

Алисия Цайлер, AI-маркетолог, аналитик данных, размещу ваш подкаст на ЛитРес, Яндекс музыку, СберЗвук и тд

Глава 1. Как я перестала быть «сапожником без сапог»

2020 год. Ко мне приходит клиент и говорит: «А дайте ваши кейсы». Кейсы есть. Клиенты есть. Результаты есть. А блога — нет. Вообще.

Проект я получила. Но осадок остался. «Сапожник без сапог» — это я.

Я начала что-то постить. Хаотично. То про детей, то про бизнес, то мотивационные картинки. Это был не блог, а дневник. И вот что важно: я никогда не делала «как все». Потому что фраза «надо делать рилсы, потому что так надо» всегда меня бесила.

На одном проекте я работала копирайтером и SMM-щиком. Рядом была выпускница курсов одного из гуру. Она говорила: «Надо рилсы под трендовые звуки. Нас так научили». Я спорила. Она про охваты. Я про результат.

Мы провели эксперимент. Она делала рилсы под тренды, я — скучные тексты. У неё — горы лайков. У меня — одно живое сообщение в личку. Не клиент, но разговор. А разговор — это уже начало. Без цифр, просто факт: диалог ценнее толпы зрителей.

С тех пор я усвоила: результат — это не красивые цифры в отчёте. Результат — это когда человек написал и ждёт ответа.

А потом, через время меня сдарила фраза, которая изменила все. Мне бросили в запале: «Ты всего лишь трафиколог». С таким пренебрежением, что у меня внутри всё закипело. Сегодня я благодарна тому человеку. Этот эпизод стал катализатором моего курса по трафику в 2021 году. Два потока. Гипотеза подтвердилась: людям нужна не магия, а система.

2024 год: никакого «успешного успеха». Я получила дополнительное образование — AI-маркетолог. Стала руководителем нетворкинг-клуба TenChat в Калининграде. Амбассадором Яндекс Практикума и Клерк.ру. Эти статусы — не галочки. За каждым стоят вебинары, нетворкинги, бессонные ночи.

Парадокс, который я заметила: мои первые посты в TenChat — это был кринж. Длинные, скучные, без картинок. А сегодня реальные отклики приходят именно со «скучных» постов. С тех, у которых охват не миллионы, а пара тысяч. Не потому, что охват плохой. Просто у маленького охвата другая природа: туда заходят те, кому реально нужно. А не те, кто случайно пролистал.

Система, а не гонка за цифрами. Старт — ноль подписчиков. Три года работы. Без рекламного бюджета. У меня есть подписчики, с которыми я общаюсь в диалогах. Они приходят на консультации, становятся партнерами.

Кто я сегодня (коротко, без списка регалий на полстраницы): Алисия Цайлер — AI-маркетолог. Выстраиваю связки: сайт контент дистрибуция. Руководитель нетворкинг-клуба TenChat Калининград. И да, путь от копирайтера до этого звания был долгим. И теперь он — содержание этой книги.

О чем эта книга на самом деле (без «волшебных пенделей»): активное присутствие — на 1–2 площадках (там вы живёте). Пассивная дистрибуция — везде (там вы просто лежите, как визитка). Пошаговая система. Без магии. С юмором.

Честно: система не даёт взрыва за неделю. Она даёт фундамент, который работает годами. Если вы ждете «завтра купят» — вы ошиблись книгой. Если готовы пахать и не ныть — поехали.

Глава 2. Зачем вам блог? Спойлер: не для охватов

· Активное присутствие — на 1–2 площадках. Там вы пишете посты, отвечаете в комментариях, ведете диалоги. Лучше быть лучшим в одном месте, чем никаким в пяти.

· Пассивная дистрибуция — везде. Вы сделали контент один раз (подкаст, статью, пресс-релиз), и он сам разлетается по каналам. Это не требует вашего ежедневного участия.

Меня часто спрашивают: «Алисия, а сколько у тебя подписчиков?» И когда слышат «5000 в TenChat и ещё на других площадках, суммарно около 9000», многие разочарованно вздыхают. В их головах засела цифра: миллион, два, ну хотя бы полмиллиона.

Но давайте честно: сколько раз вы сами покупали что-то дорогое и сложное после того, как поставили лайк под красивым роликом?

Ни разу.

Охваты и лайки не кормят бизнес. Они кормят эго. И это первое, о чем я хочу сказать в этой главе: ваш блог — это не про охваты. Он про репутацию и доверие.

Как-то в одном посте я написала фразу, которая потом разошлась в узком кругу:

«Репутационный маркетинг — это не про то, чтобы везде писать: "офигенный товар". Это про то, что о вас думают люди, когда вас нет рядом. А в цифре вас "нет рядом" постоянно.»

Вот именно. Клиент заходит к вам в профиль, читает два-три поста и принимает решение: этот человек понимает мою боль? Ему можно доверять?

Ни один клиент не считает лайки. Он ищет ответ на свой вопрос.

«Если бы не было статистики, мы бы даже не подозревали о том, как хорошо мы работаем» — эта цитата из «Служебного романа» — идеальное описание главной болезни маркетинга: имитации деятельности.

Люди смотрят на красивые цифры в отчетах и верят, что все хорошо. А по факту — ноль клиентов.

Я это вижу постоянно. Компании тратят сотни тысяч на инструменты, а конверсия падает. Причина проста: автоматизация не создает доверия. Она его либо убивает, либо — если за ней стоит сильная идея, огонь, драйв — усиливает.

То же самое с блогом. Если вы пишете «для галочки», чтобы «быть в ленте» — вы тиражируете пустоту. Если вы пишете для клиента — вы строите репутацию.

Потому что блог — это витрина профессионализма. Клиент заходит, читает, убеждается: «Да, этот человек разбирается. Ему можно доверить свой проект».

Но есть один нюанс: экспертный блог — это не про длинные поэмы о ваших ценностях и пути.

«Эра контента-хвостовства умерла, — написала я как-то в TenChat. — На сцену выходит минимализм и контент-петли.»

Что я имею в виду под «контент-петлями»? Не буду сейчас углубляться (об этом отдельная глава), скажу главное: современный маркетолог превращается в инженера. Он создает не

тексты, а инструменты: чек-листы, шаблоны, алгоритмы. То, что можно применить сразу, не отрываясь от экрана.

Клиенту не нужны ваши успехи. Ему нужна его собственная выгода здесь и сейчас.

Короткий пример. Одна моя знакомая — коуч. У нее был сайт, статьи, блоги. Но не было подкаста. Она откладывала его, потому что интуитивно чувствовала объем работы: записать мало, нужно еще расшифровать, разложить, упаковать. В итоге мы все-таки запустили. И знаете, что произошло? Ее перестали просто «читать». Ее стали цитировать. Потому что живой диалог работает глубже, чем текст.

В поиске работающих инструментов я много общаюсь с теми, кто мыслит структурой. Мы пришли к общему знаменателю: люди приходят не читать поэму, а решать свою боль.

Контент должен работать как аптечка: нажал — применил — полегчало.

Вспомните один мой пост про контент-петли:

«Вам не нужен контент. Вам нужны контент-петли. Перестаньте рассказывать, какой вы молодец. Клиентам неинтересны ваши регалии.»

Этот пост, кстати, собрал не миллионные охваты — собрал диалоги в личку. И в этом ключевое отличие.

Охватный контент привлекает аудиторию «поглазеть». Люди лайкают, комментируют, пересылают — и забывают.

Экспертный контент привлекает аудиторию «посмотреть, решить, купить».

Кому вообще не нужен блог?

Скажу честно, чтобы вы не тратили время зря.

Если ваш средний чек ниже 5000 рублей — блог не нужен. Вам нужен прямой трафик: Авито, Яндекс Директ, таргет. Экспертный контент окупается только при высоком чеке или длинной сделке.

Если вы продаете ширпотреб в больших объемах — не тратьте время. Вам нужны маркетплейсы и реклама.

Если вы работаете по сарафанному радио и вам хватает клиентов — не надо блога.

Блог нужен экспертам. Тем, у кого:

- длинный цикл сделки (клиент думает неделями);
- высокий чек (решение требует доверия);
- сложная услуга (нужно объяснять, почему это стоит денег).

Юристы, маркетологи, психологи, коучи, IT-специалисты, архитекторы, финансовые консультанты — это ваша книга.

Главная ошибка: пост без «а что дальше?»

Человек написал пост, получил лайки или пару комментариев — и всё. Не задал уточняющий вопрос, не предложил созвониться, не перевёл в диалог.

Пост — это не финиш. Это старт.

Самое важное начинается после публикации: живые ответы в личке, вопросы, предложение бесплатной диагностики на 15 минут.

Без этого блог превращается в доску объявлений, которую никто не читает всерьез.

Искусственный интеллект без человеческого стержня

Ещё одна цитата из моего блога, которая точно про эту главу:

«Искусственный интеллект без человеческого стержня — это как мерседес с двигателем от запорожца: шумит, дымит, но не едет.»

То же самое — блог без живого диалога. Есть картинка, есть текст, но нет доверия.

Я не призываю вас бросить все и бежать писать посты ради постов. Я призываю остановиться и задать себе один вопрос:

«Если завтра соцсеть заблокируют, останется ли у меня что-то, что продолжит приносить клиентов?»

Для себя я ответила на этот вопрос три года назад. Мой ответ — в следующих главах.
Запомните (чтобы не путаться дальше)

Поймите разницу. Иначе вы будете копать в противоречиях.

А теперь — маленькое задание перед следующей главой.

Откройте свой профиль глазами нового человека. Что вы видите за 5 секунд? Если ответ «непонятно, кто это и чем может помочь» — вы знаете, что делать.

В следующей главе разберем, как выбрать площадку, где действительно есть ваша целевая аудитория. Без распыления. Без «все там сидят».

Поехали.

Глава 3. Шаг 2. Выберите площадку, где есть ваша ЦА (и не тестируйте все подряд)

«Не спрашивай о лошадях. Ищи скальпель».

Алисия Цайлер

Золотое правило: лучше быть лучшим в одном месте, чем никаким в пяти

Алисия Цайлер

Ошибка номер один, которую я вижу постоянно: эксперт регистрируется на всех площадках сразу. TenChat, VK, Telegram, запрещенная сеть, YouTube, Дзен — «чтобы уж точно». А потом жалуется: «Я столько пишу, а клиентов нет». Всё правильно. Вы имитируете бурную деятельность. А по факту — распыляетесь.

Все потому, что вашей целевой аудитории нет на всех площадках сразу. Она есть на одной-двух.

Как-то я написала в блоге фразу, которая потом разошлась на цитаты:

В современном маркетинге та же история. Бесконечный сбор данных: кастдевы, метрики, аналитические срезы — это важно, но это лишь средства, а не суть. Настоящий маркетинг начинается не с анализа цифр, а с глубокого понимания скрытых потребностей, которые аудитория сама не всегда осознает. В выборе площадки то же самое. Не спрашивайте «где все сидят». Ищите ту самую точную площадку-скальпель, которая режет проблему «где мой клиент».

Почему это так сложно понять?

Да потому что каждая платформа кричит: «Идите к нам, у нас все!» В 2025 году я снова вернулась в туризм — в нишу, откуда когда-то начинала. И как же там всё поменялось. Раньше, в 2013-м, маркетинг был как аспирин. Листовки, раздатки, перетяжки. «Бах! — и клиент пришёл». В 2025-м такого нет. Современный маркетинг нужен не для того, чтобы продать сегодня. Он для того, чтобы продавать завтра, послезавтра и через 5 лет. Выбор площадки подчиняется тому же закону. Выбирайте не ту, где «хайп», а ту, где вы сможете строить репутацию годами.

Задание: проверьте свои гипотезы за один вечер

Прежде чем нырять с головой, сделайте простое упражнение. Выпишите 3–4 площадки, где, как вам кажется, есть ваша ЦА. И задайте каждой из них три вопроса (забудьте про списки из 10 пунктов, они только запутывают):

1. География боли. Где мои клиенты задают вопросы, которые я могу решить? (Не «где они висят», а где они ищут.)

2. Формат среды. Какой контент там заходит? (Можно ли там спокойно публиковать экспертные лонгриды, или ожидают развлекаловку?)

3. Сила сценария. Есть ли у меня энергия вести эту площадку регулярно? (Честно: ресурсов хватит на месяц, на год?)

Все. Больше не надо. Если площадка закрывает хотя бы два из трёх вопросов — она кандидат на тест.

Где конкретно искать? Мой фаворит — TenChat

И да, давайте сразу про TenChat. Я много раз писала, что TenChat — это не «очередная соцсеть», а российский аналог LinkedIn, объединяющий элементы профессиональной сети и медиа. Его аудитория превышает 5 млн пользователей, и 73% имеют доход выше среднего. Здесь сидят предприниматели, руководители, эксперты. И алгоритмы до сих пор щедро раз-

дают охваты полезным публикациям, а прямые продажи запрещены — это отсекает рекламу и заставляет конкурировать качеством экспертизы.

Очень важно не писать просто «общие слова». TenChat любит личный опыт. Как-то я давала совет в блоге: можно взять чужую тему и переписать её своими словами, но без личного опыта — такой контент «имеет право на жизнь, но больших охватов ожидать не стоит. А вот, если вы подкрепите контент своими примерами — такой контент может получить заветные молнии от Афины и Зевса». Red-молния Афины выводит статью в поисковики, жёлтая-Зевса даёт охваты внутри TenChat на всю ЦА. И там даже есть мерцающая молния — когда обе сразу. Это бомба, но для неё нужно давать реальную пользу, а не просто «выложить котика или еду» и не выгружать бездумный текст из ChatGPT.

Только важное примечание: модерация на разных площадках иногда может занять время (где-то день, где-то неделю). Если вдруг пост не «взлетел» через час — не дергайтесь, дайте системе время.

TenChat — идеальная площадка для активного присутствия, если вы B2B-эксперт. Но если ваша аудитория — покупатели на маркетплейсах или массовый потребитель ширпотреба — TenChat, скорее всего, не ваш скальпель. В таком случае обратите внимание на VK (таргет там стал лучше), Дзен (долгоиграющие статьи) или те же маркетплейсы Ozon/WB как медиа.

Вы когда-нибудь пробовали бежать на двух лошадях одновременно? Получается плохо. А на пяти — тем более. В 2026 году информация перегружена как никогда. Нейросети пишут тонны контента каждую минуту. В этом потоке выигрывает не тот, у кого 10 аккаунтов, а тот, кто осмеливается быть видимым в одном месте, но качественно.

Как-то я писала пост «Тишина — новая роскошь» и процитировала Сент-Экзюпери: «Совершенство достигается не тогда, когда уже нечего прибавить, а когда уже ничего нельзя отнять». Так и с площадками. Сфокусируйтесь на одной-двух. Сделайте так, чтобы там вас невозможно было не заметить. А на остальных просто поддерживайте пассивное присутствие (зеркалить посты).

3 вопроса вместо 10: мой короткий чек-лист

Я обещала без воды. Вот три вопроса, которые заменяют любые длинные списки. Повесьте их над рабочим столом.

1. Где мои клиенты задают вопросы?

(Не «где они сидят», а где они ищут ответ — в Яндекс Вордстате, в чатах профильных сообществ).

2. Какой контент там заходит?

(Экспертные лонгриды, быстрые новости или танцы? Если танцы — вы не по адресу).

3. Есть ли у меня энергия вести это регулярно?

(Честно: ресурс есть на месяц, на год? Если нет — ищите другую площадку.)

Мой опыт: как я училась на ошибках

У меня было две площадки для активного присутствия. В одной соцсети я вела блог год — были подписчики, комментарии, даже лайки. Клиентов — ноль. Признала: площадка не моя. Перешла в TenChat. При гораздо меньших охватах (в тысячу раз меньше) появились реальные диалоги. Люди писали: «Алисия, а вы можете помочь с проектом?» Потому что TenChat — профессиональная среда. Там приходят за экспертизой, а не за мемами и котиками.

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.