

**Алисия Цайлер**

**Система  
одного**



# Алисия Цайлер

## Система одного

*<https://litres.ru/74048499>*

*SelfPub; 2026*

### Аннотация

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.

# Содержание

|  |    |
|--|----|
| От Автора  | 4  |
| Глава 1. Как я перестала быть «сапожником без сапог»                             | 5  |
| Глава 2. Зачем вам блог? Спойлер: не для охватов                                 | 8  |
| Глава 3. Шаг 2. Выберите площадку, где есть ваша ЦА (и не тестируйте все подряд) | 14 |
| Конец ознакомительного фрагмента.  | 19 |

# 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 ждет от-

вета.

А потом, через время меня саданула 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 полстрани-

цы): Алисия Цайлер — AI-маркетолог. Выстраиваю связи: 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 дает 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 пи-

шете 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 де-

нег).

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 марке-

тинг 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 раздают 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.