



Изм.

Веди меня. Твой блог.

Яна Романюк



система



посты



сториз



нейросети

описание

Как создавать контент без надрыва,
выгорания и сложных таблиц.

Лайфхаки для экспертов, предпринимателей и новичков.

Яна Романюк

**Веди меня. Твой блог. Как
создавать контент без надрыва,
выгорания и сложных таблиц.
Лайфхаки для экспертов,
предпринимателей и новичков.**

*<https://litres.ru/74096323>
SelfPub; 2026*

Аннотация

«Я не знаю, о чём писать», «У меня нет времени на соцсети», «Кому вообще нужен мой контент?» — если хотя бы одна из этих мыслей вам знакома, эта книга написана для вас.

Яна Романюк — копирайтер и контент-маркетолог с 7-летним опытом. Создала не просто книгу, а практический тренинг для экспертов, предпринимателей и специалистов, которые хотят привлекать клиентов через социальные сети, но теряются в бесконечных советах и алгоритмах.

Вы шаг за шагом разберётесь, как упаковать свой блог, создавать контент с помощью искусственного интеллекта, писать тексты, делать сторис и выстраивать систему, которая будет работать на ваши цели. Только понятные инструменты, реальные

кейсы, практические задания и честный разговор о том, как превратить соцсети в инструмент роста, продаж и новых возможностей.

Эта книга поможет вам перестать ждать идеального момента и начать рассказывать о себе уже сегодня.

Содержание

Введение	5
Как устроена книга?	11
Глава 1. Искусственный интеллект: благо современного мира или убийца критического мышления?	15
С чего начать: выбор платформы и регистрация	18
Какие задачи можно выполнить при помощи ИИ для создания контента для соцсетей:	19
Пошаговая инструкция для создания промптов	21
Универсальные промпты (запросы) по созданию контента для соцсетей	23
Домашнее задание по итогам главы	29
Глава 2. Базовая упаковка аккаунта эксперта в соцсетях	31
Что такое «воронка продаж» и при чем здесь соцсети?	36
Конец ознакомительного фрагмента.	40

Веди меня. Твой блог. Как создавать контент без надрыва, выгорания и сложных таблиц. Лайфхаки для экспертов, предпринимателей и новичков.

Введение

Здравствуйтесь, дорогие читатели! Если вы держите эту книгу в руках, значит уже устали со страхом и недоумением смотреть на свои соцсети. Не хочу начинать свое повествование как делают во всех заумных книжках, лучше поделюсь своей историей.

Когда я только решила вести соцсети, люди в моем окружении поделились на два лагеря:

1. Мои ярые фанаты, которые восхищались моей выдержкой, терпимостью и дисциплиной. Которые удивлялись, как

мне так легко и просто удается создавать контент буквально на коленке из ничего (это только их догадки).

2. Самые настоящие завистники, которые посмеивались за спиной, а иногда и в лицо, называли меня блогером (как будто это оскорбление). Считали, что ведение блога – не работа, а баловство.

Но сейчас уже глупо отрицать влияние соцсетей и наивно считать, что создание контента – просто блажь, а не самая настоящая работа. **Контент – это инструмент, рабочая система. И если уметь ей пользоваться, можно получить отличные результаты.**

Меня зовут Яна Романюк, я – копирайтер, контент-маркетолог и автор книги, которую вы держите в руках. Я работаю с соцсетями уже 7 лет, но, как филолог по образованию, люблю и обожаю тексты всей душой уже очень давно. Мои клиенты получают деньги, интересные проекты, постоянных покупателей, добрых подписчиков. А еще классное окружение, возможность работать с тем, с кем хочется, новые знакомства и яркие встречи – и да, все это тоже идет бонусом у того, кто системно ведет соцсети и не боится рассказывать о себе.

Я сама как слепой котенок, не имея особого опыта, но вывозя просто на азарте и интересе, начала вести свою страничку в Instagram*¹ в 2019 году и набрала 3500 живых подписчиков. Потом в 2022 году прошла все стадии принятия

¹ Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ

неизбежного и со скрипом в душе начала развивать еще и свой канал в Telegram. Потихоньку набрала 350 лояльных подписчиков с нуля. По сути, я пробовала все: в числе моих соцсетей были VKontakte, Мах в том числе. И что я вижу на практике: соцсети умирают, одни платформы заменяются другими, но моя система работает везде.

Главная мысль, которую я хочу донести вам в этой книге: социальные сети – один из инструментов по выходу в социум. Это возможность показать себя и свой продукт, рассказать о себе на большую массу людей и получить множество привилегий, о которых я уже написала выше.

Я как юный блогер когда-то заболела золотой лихорадкой, но вместо золота я гонялась за количеством подписчиков. Подписчики приходили активно, а вот денег мой блог на первых порах не приносил. И вот тогда я поняла, что дело в моем контенте и способах продвижения, которые привлекали не ту аудиторию. Самое главное, насколько ваши люди в блоге лояльны и готовы у вас покупать. Мои зрители гонялись за бесплатной пользой, они не были готовы платить вообще, а уж платить много даже за классный продукт тем более.

Меня такая ситуация не устраивала, и я буквально начала рыть землю, пытаюсь понять, что делаю не так и как мне найти «моих» людей? Спустя годы обучений и практики я поменяла всё: теперь я больше не гоняюсь за количеством подписчиков, мне важно качество. Если зайдете в мои соцсети после прочтения этой книги, не удивляйтесь небольшо-

му количеству фолловеров. Даже на небольших охватах мне удавалось продавать свои продукты на сотни тысяч рублей.

Даже имея маленькую аудиторию, вы можете применить мою систему контента и получить результат. В моем канале Telegram всего несколько сотен подписчиков, но у меня есть все, о чем я раньше могла только мечтать: гибкий график, возможность работать из дома, любимые клиенты, интересные проекты и прекрасные люди рядом. А теперь я еще осмелела настолько, что решила написать эту книгу и поделиться с вами своими секретами.

Здесь не будет ничего про продвижение и набор подписчиков, я буду говорить про систему контента и покажу, как легко и понятно рассказывать о себе в соцсетях, как создавать в своем блоге продающую структуру. И при этом не застрелиться от количества задач, из-за которых приходится забить на работу и личную жизнь.

Да, за свою блоггерскую карьеру я наделала много ошибок, маркетологи-гиганты в своей сфере, пожалуй, уже давно списали бы меня со счетов и назвали бы «чайником». Но ключевое слово здесь «НАДЕЛАЛА», натворила, как вам больше нравится. Несмотря на страхи, отсутствие опыта, пресловутого синдрома самозванца я ДЕЛАЛА! Пробовала новое, ошибалась и делала заново. У меня были периоды, когда заказы сыпались со всех сторон, а были и периоды затишья. Это нормально, с этим сталкивается абсолютно каждый.

Не обязательно быть семи пядей во лбу, иметь миллионную аудиторию, чтобы по лестнице успеха вскарабкаться от уровня «чайника» до «профи». Я знаю точно, любой эксперт в своей области может стать известным и востребованным (пусть только в узких кругах), иметь лояльную аудиторию. Все это можно сделать благодаря своему экспертному блогу, который мы здесь и научимся вести.

«Конечно, тебе легко говорить! Создавать контент – твоя работа, ты на этом собаку съела. А я обычный специалист в своей области, который вообще не шарит в вашем контенте».



Как вовремя ты вылезла! Хочу познакомить вас с героем этой книги – это Сомневашка. Она немного лохматая, не судите строго, просто она все время в тревоге и напряжении, от этого волосы постоянно дыбом. Сомневашка – это собирательный образ ваших страхов, сомнений, возражений. Она выходит тогда, когда вам страшно, не понятно, тяжело и хочется все бросить или обесценить труд автора. Наверняка, в Сомневашке вы узнаете себя. Предлагаю вместе работать со своими страхами и время от времени прогонять подальше нашу грустную героиню подобной фразой: «Спасибо, я тебя услышала, но я продолжу делать все, что в моих силах».

Как устроена книга?

Это книга-тренинг, где я буду давать теорию и практические задания на отработку материала. Конечно, вам придется включить самодисциплину, чтобы получить максимальный результат. Но только практика поможет вам выйти на новый уровень в понимании контента для соцсетей. В следующих пяти главах сконцентрирована вся самая важная информация:

Глава 1 – искусственный интеллект: благо современного мира или убийца критического мышления?

Глава 2 – базовая упаковка аккаунта эксперта в соцсетях.

Глава 3 – создание контент-плана и первых публикаций.

Глава 4 – написание текстов для социальных сетей и редактура.

Глава 5 – создание сторис и прогревов.

После изучения этих разделов вы:

— Поймете, зачем именно вам вести соцсети.

— Осознаете, как это делать правильно, с чего начать, что должно быть в базовой упаковке своего аккаунта, чтобы логично и понятно рассказывать о себе и своих услугах/продуктах.

— Получите базу для создания контент-стратегии, контент-плана, публикаций через ИИ (научитесь задавать простые промпты, чтобы создавать для себя базовый контент).

— Поймете, как контент помогает прогреть и вызвать доверие читателя, а потенциальному клиенту решиться на сотрудничество.

— Узнаете, как вести соцсети регулярно и где искать идеи, не забывая на работу и личную жизнь.

— Увидите реальные кейсы тех, кто уже получил результаты и верит в то, что он сможет также, если будет работать по алгоритму, представленному в книге.

Читая книгу, помните:

— Соцсети – это не страшно и не сложно, нужно только понять систему.

— При правильной стратегии результаты будут всегда, но обычно они приходят не быстро.

— Главная цель соцсетей – раскрыть важность и нужность продукта, показать свою экспертность, вызвать доверие у людей и желание покупать. А деньги – это уже приятный бонус.

Перед тем, как вы приступите к изучению, важно понять еще несколько вещей:

1. Доверьтесь мне, как специалисту и моему опыту, моим кейсам. Поверьте в себя, что сможете повторить успех, если будете делать по шагам и не сдаваться. Маркетинг – это сложно, успех зависит от многих факторов, которые иногда тяжело предугадать, нужно только пробовать и экспериментировать. Кто не делает, не получит ничего.

2. Искренне полюбите свою работу и свой продукт. Ваш

продукт классный и может решить множество проблем целевой аудитории, поэтому его надо продвигать, о себе как о специалисте надо рассказывать открыто и не бояться провала или отката.

3. Берите мой алгоритм и применяйте на себе, но нет строгих рамок и ограничений. Используйте мою базу, но адаптируйте для себя. Если не хочется так, попробуйте сделать по-другому. Если так не получилось, попробуйте посмотреть с другой стороны, добавьте своих идей, креатива, своей индивидуальной перчинки и сделайте снова!

Еще до того, как сесть за написание этой книги, **я набрала фокус-группу из таких же специалистов, как вы, которые хотят понять систему создания контента для своего блога.** Все участники получают тот же материал, что и вы и выполняют все практические задания из книги. В течение двух месяцев я даю им мои личные рекомендации, и они учатся работать над своими аккаунтами. У каждого из них своя точка А.

Я не знаю, какой будет результат. Возможно, кто-то сольется и не дойдет до конца – и это нормально. Кто-то выложится на максимум и покажет классный результат, а кто-то со страхами и сомнениями застрянет на середине пути. Это будет эксперимент, за которым мы с вами сможем понаблюдать в режиме реального времени. Поэтому не переключайтесь!

И начнем мы с первого задания, ведь это практиче-

ская книга. Подумайте и запишите себе в заметки телефона или от руки на бумаге:

1) какой ваш самый главный страх, связанный с ведением социальных сетей и созданием контента для них?

2) какую цель вы ставите себе по результатам прохождения этого тренинга? (например: «у меня в отложенном постинге будет 20 постов на месяц по моему контент-плану», «охваты вырастут в 2-3 раза», «я буду получать на каждый пост минимум 2-3 комментария», «я заработаю первые 10 тысяч на своем блоге»).

Я желаю вам успехов. Давайте скорее погружаться в интересный мир контента и лояльной аудитории!

Глава 1. Искусственный интеллект: благо современного мира или убийца критического мышления?

Впервые я услышала про нейросети в 2023 году. А в начале 2024-го мой работодатель пришел с предложением «начать осваивать искусственный интеллект, чтобы ускорить время работы». Какой была моя реакция? ПОЛНОЕ ОТРИЦАНИЕ!

Тот же клиент закинул идею: «Если ты не будешь писать текст с нуля, тогда может и стоимость будет ниже?». Параллельно с этим на мое предложение о сотрудничестве эксперты как один говорили: «Я пишу тексты сама через ИИ», «Я прекрасно справляюсь с помощью нейросетей».

Ну вот и наступило восстание машин, теперь какой-то Терминатор отберет у меня работу! Сразу в голове самый худший сценарий: отсутствие клиентов, голод, бедность. Конечно, я утрирую, но все же насторожилась. Стало понятно, что работа копирайтера кардинально изменится в ближайшие несколько лет. И мне было бы глупо не идти в ногу со временем, а противостоять новому.

Куда идти, как использовать искусственный интеллект, сколько это стоит, как создавать те самые промпты? И я прекрасно понимаю, как вам может быть страшно идти в новое,

ведь так много сложного и неизведанного. Но я здесь для того, чтобы помочь разобраться.

Я начала изучение с бесплатных вебинаров, зарегистрировалась сразу на нескольких платформах. Начала экспериментировать и, о ужас, ничего не получалось! ИИ выдавал отвратительный результат.

Я была бы не я, если бы сдалась на этом этапе. Поэтому продолжила изучение, подбирала разные промпты, даже нашла базу универсальных запросов для нейросетей. Обучалась сама и обучила искусственный интеллект! И, о Боги, у меня начал получаться хороший контент!

Спустя два года работы с нейросетями, я однозначно могу сказать, что они — не наш враг, а помощник. Освоить базовый минимум работы с ИИ может абсолютно каждый, и я вам в этом помогу. Но важно знать несколько простых правил:

Чтобы получить максимально точный результат, важно дать интеллекту правильный развернутый запрос. Представьте, что перед вами стажер, которому нужно дать точное задание и обучить. Для этого используйте все средства: ссылки на ваши сайты и соцсети, примеры текстов (чтобы он мог ориентироваться по стилистике), примеры подобных текстов у конкурентов, ответы респондентов из опросников и другое. Все, что посчитаете нужным для каждой конкретной задачи. Задайте себе вопрос: если стажер не справится, кто будет за это нести ответственность? Помните,

что вы — главный создатель контента, а стажер — ваш помощник.

Как бы вы ни старались, ИИ не напишет также прекрасно, как человек. Он может не уловить ваш стиль, сделать фактические ошибки в информации. Поэтому за ним нужно перепроверять и корректировать. Когда текст написан нейросетью, это видно сразу. Обычно в сгенерированных текстах нет той энергетики и голоса автора, как в «живых» текстах. Клянусь, в этой книге нет НИ ОДНОГО слова, написанного ИИ! Но не переживайте, ваши тексты не будут пластмассовыми — мы научимся редактировать их и подгонять под себя после работы с интеллектом.

ИИ можно использовать в качестве отличной базы. Он делает анализ целевой аудитории, рубрикатор, контент-план, пишет посты, сценарии для сторис и видео, планы мероприятий и прямых эфиров. Если вам нужен быстрый генератор идей — это к нему!

Хватит болтать, переходим к самому интересному!

С чего начать: выбор платформы и регистрация

Существует большое количество нейросетей, но в этой книге разберем 3 основных, которые я сама ежедневно использую в работе: ChatGPT, DeepSeek, Алиса AI. Первые два у всех на слуху, поэтому я когда-то решила начать осваивать именно их. А в процессе работы поняла, что ChatGPT, DeepSeek выдают очень дельные результаты. При правильной постановке задачи они меня никогда не подводили.

Алиса AI открыла для себя недавно, очень удобно, так как это приложение на телефон — всегда под рукой и работает без сторонних приложений.

Какие задачи можно выполнить при помощи ИИ для создания контента для соцсетей:

Работа с текстом:

— Написание статей, постов, сценариев, рекламных слоганов, описание продуктов, составление писем, коммерческих предложений, отчетов.

— Сбор, анализ и обработка информации, ответы на вопросы.

— Краткое изложение длинных текстов, документов или статей.

— Редактура готового текста, исправление грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок, изменение стиля написания.

Исследования:

— Анализ и классификация целевой аудитории.

— Анализ и подробный разбор контента соцсетей, рекомендации по улучшению.

— Создание рубрик и контент-стратегии по результатам анализа аудитории и продуктов эксперта.

Работа с визуалом:

— Создание презентаций, видео и изображений с нуля или на основе готового материала.

— Оживление изображений.

— Удаление объектов, изменение фона, добавление деталей и текста на готовое изображение.

ChatGPT и DeepSeek работают только через браузер (можно зайти как с компьютера, так и с телефона), Алиса AI – это приложение, которое скачивается на телефон (карманный помощник). Выбирайте любой ресурс, регистрируйтесь и начинайте работу!

Пошаговая инструкция для создания промптов

Шаг 1 – задаем роль. Например, если нужно написать пост для соцсетей, пишем *«Ты – профессиональный копирайтер, автор текстов, редактор с опытом работы более 10 лет»*. Если нужно сделать анализ целевой аудитории, пишем: *«Действуй, как профессиональный маркетолог и аналитик, специалист по анализу целевой аудитории»*.

Шаг 2 – ставим задачу. Например: *«Проанализируй мой блог [ссылка на блог, примеры нескольких публикаций, описание формата, статистика, контент за последние 5-10 публикаций]. Определи сильные и слабые стороны: структура, подача, ценность, регулярность. Выяви причины низкой вовлеченности. Сформируй список приоритетных изменений с аргументацией»*.

Шаг 3 – добавляем все необходимые материалы для задачи. Это могут быть скопированные тексты из блога, ссылки на сайты конкурентов, ссылка на сайт и соцсети, результат интервью с целевой аудиторией, черновой вариант текста, свои мысли и прочее. У ИИ нет ограничения по количеству добавленного материала.

Шаг 4 – прописываем предпочтения по стилистике текста. Например: *«Напиши пост для соцсетей по форму-*

ле AIDA (Внимание, Интерес, Желание, Действие), чтобы привлечь потенциальных клиентов. Используй максимум из доступных слов. Разделяй абзацы. Исключи клише, канцеляризм, воду. Напиши текст в моей стилистике: легкий, понятный для аудитории, добавь немного юмора, но без излишеств».

Шаг 5 – правим, если результат не устроил. Разговаривайте с нейросетью, как с живым человеком. Пишите ему недовольство работой, если он сделал плохо. Например: *«Ты сделал хороший по смыслу текст, но написано слишком сложным языком, много коротких незаконченных предложений. Попробуй написать текст более человеческим языком, учитывая критерии, которые я описала выше».*

Универсальные промпты (запросы) по созданию контента для соцсетей

Анализ целевой аудитории

Составь подробный профиль болей, желаний и возражений целевой аудитории [аудитория] на основе анализа рынка/отзывов/опросов/анкетирования и варианты рубрик и тем для блога на основе этой информации.

Анализ контента в блоге

Проанализируй мой блог [описание формата, статистика, контент за последние 5-10 публикаций]. Определи сильные и слабые стороны: структура, подача, ценность, регулярность. Выяви причины низкой вовлечённости. Сформируй список приоритетных изменений с аргументацией.

Создание рубрикатора контента

Разработай систему постоянных рубрик для аккаунта [ссылка/описание]. Определи цель каждой рубрики и частоту публикации. Добавь рекомендации по обновлению рубрик.

Создание контент-плана

Составь контент-план с [количеством] идей для постов для блога [ссылка на аккаунт, описание аудитории и целей]. Определи тему каждой публикации и её цель (охват, доверие, продажи, вовлечение). Сформируй логическую послед-

довательность тем. Добавь рекомендации по формату подачи.

Написание постов

Действуй, как менеджер социальных сетей и напиши пост, который ориентирован на [целевая аудитория] и рассказывает им, как [ваш продукт] может улучшить их жизнь.

Напиши описание продукта, используя структуру AIDA (Внимание, Интерес, Желание, Действие), чтобы привлечь потенциальных клиентов.

Напиши [какой: продающий, экспертный, вовлекающий, развлекательный и т. д.] пост [о чем]. Следуй правилу: не более [сколько] символов. Используй максимум из доступных слов. Разделяй абзацы. Не обрывай предложения, закончи мысль.

Создание креативных заголовков

Сгенерируй 10 креативных заголовков для статьи о [тема поста] для [ниша, профессия, ссылка на аккаунт], чтобы привлечь внимание читателей к проблеме и теме.

Написание сторителлинга

Перепиши этот текст [ссылка на пост, скопированный текст поста] в формате истории для размещения в сторис с началом, конфликтом и выводом, сохрани экспертную ценность, но добавь эмоциональную вовлечённость и личный контекст.

Рерайт текста

Перепиши текст, приведенный далее, сделай его уникаль-

ным. Текст должен быть естественным с точки зрения русского языка. Не употребляй слишком часто одни и те же слова. Текст, который нужно переписать: [текст].

Определи сильные и слабые стороны этого стиля письма и подскажи, как можно их улучшить: [скопируйте и вставьте текст].

Я написала [тип текста]. Проверь орфографию и пунктуацию, а также дай советы по улучшению стиля.

Возьми этот сырой текст/заметки/разрозненные мысли и преврати в логичный, структурированный текст с логикой: введение → основная часть → заключение. Выдели главные мысли, оформи заголовки, сохрани авторский стиль.

«Теперь я знаю все секреты работы с ИИ! И не нужно тратить время на чтение этой книги. Скопирую, вставлю и работа по блогу готова».



А кто это тут вылез? Наши сомнения и возражения! Как я и написала в начале этой главы, нейросети дают отличную базу и помогают сократить время на работу. И было бы нечестно не использовать этот инструмент. Но есть несколько проблем:

Ответ может быть не точным, неверным, поверхностным. Если вы дали недостаточно развернутый промпт, ИИ напишет банальные вещи, которые можно будет применить абсолютно для любого вашего конкурента. И где тогда ваша уникальность?

ИИ не выходит за рамки задачи. Чтобы он начал выдавать сильные, смысловые тексты, вам нужно провести анализ, собрать данные, правильно поставить задачу. Применять лю-

бую полученную информацию можно и нужно, но насколько это будет работать на вас? Робот отлично делает анализ, составляет структуру, но никто не отменял работу человеческого мозга.

Это как езда с навигатором в машине: когда его нет, мозги включаются и вот ты уже запомнил половину улиц города. А когда он есть, зачем думать, заранее строить маршрут, когда в экране телефона все видно. Только понимая, как устроен контент в блоге, возможно правильно и с пользой себе применять труды нейросети.

Многие эксперты, которые сами создают контент через сети, постят «для галочки». Не понимая, зачем этот текст, какую цель он закрывает и к чему ведет аудиторию. А в результате: потраченное время, сомнительный результат, уставший эксперт, который вместо своей работы играет в SMMщика. Потому что ИИ даёт кучу деталей, но не собирает их в цельную картину.

Пример из практики:

Клиент — нутрициолог, работает в сетевом бизнесе, использует полезные добавки для себя и рекомендует клиентам. Она сделала план в ИИ: красиво, структурно, но... он не работал.

Почему?

- Темы не закрывали реальные возражения аудитории
- не было логики продаж (их вообще не было)
- посты были обезличенные

В основном польза как из Википедии, рецепты блюд, новинки и акции в сетевом, как в рекламе.

Что переработали: добавили смыслы, встроили прогрев, акценты на уникальное торговое предложение. Помимо пользы появилась личность эксперта, темы, которые вызывают доверие и желание работать с конкретным человеком. В результате охват повысился вдвое, подписчики стали писать комментарии, чего не было раньше, первые заказы появились спустя 3 дня публикации контента в канале и сторис.

Важно: мы не отрицаем те инструменты, которые дает нам современный мир. Но всегда нужно включать критическое мышление, добавлять в контент свой голос и стиль. Использовать ИИ, как базу и помощника, но править за ним, привнося человечность.

Одна из моих ценностей в работе – взаимное доверие. Поэтому, переходя к следующей главе, я прошу вас надеть шапку ученика и довериться мне, как специалисту и моему опыту, моим кейсам. Поверьте в себя, что сможете повторить успех, если будете делать по алгоритму из этой книги, пробовать, даже если сразу не получилось и идти на результат. Этим же и займутся участники моей группы в режиме реального времени. А про их итоги работы вы сможете прочитать в конце этой книги.

Домашнее задание по итогам главы

Задание 1. Позиционирование

Используя алгоритм по созданию промптов, представленный выше, попросите нейросеть расписать, кто вы, какие услуги предлагаете, в чем ваша ценность для клиента.

Мой пример: *Я – контент-маркетолог, копирайтер. Я работаю с экспертами и предпринимателями. Создаю систему в контенте, которая помогает структурно и логично рассказывать про свои продукты, привлекать клиентов и продавать свои услуги без ощущения «я втягиваю». Смотрю на бизнес глазами маркетолога и выстраиваю контент в соцсетях, как воронку – от первого касания до заявки. Вот мой блог https://t.me/yana_rmk_chanel*

Ты профессиональный аналитик и маркетолог с опытом работы более 10 лет, напиши мое позиционирование, исходя из этой информации. Опиши простым и понятным языком, в чем моя ценность для клиентов, что я могу им дать и почему нужно обратиться именно ко мне? Опиши, с какими запросами ко мне обращается человек, какие у него боли и потребности и как я могу закрыть эти боли.

Задание 2. Анализ аккаунта

Используя алгоритм по созданию промптов, представленный выше, сделайте анализ своего существующего аккаунта через любую удобную нейросеть:

1. Выпишите достоинства и точки роста.

2. Пропишите план действий для улучшения контента своих соцсетей в зависимости от результата анализа.

Глава 2. Базовая упаковка аккаунта эксперта в соцсетях

Я начала свой путь в мир блогинга еще в 2019 году. Тогда я работала в педагогическом университете города Красноярска, где преподавала английский язык — по образованию я филолог. В это же время я пришла в копирайтинг. Базы клиентов у меня еще не было, поэтому создать свой экспертный блог для привлечения аудитории было самым верным решением.

Я написала шапку профиля, залила актуальные сторис и стабильно 3 раза в неделю публиковала полезные посты. Но клиенты не спешили атаковать директ с просьбой написать им текст. Спустя несколько месяцев активного ведения мотивация стала пропадать, и возник вопрос, что же я делаю не так? Где мои толпы клиентов?

Сейчас я знаю ответ. Не имея достаточно опыта в копирайтинге, но имея огромного самозванца внутри, я буквально смешала мухи с котлетами: то я учила людей английской лексике, то вдруг переключалась на фишки написания продающих текстов. Я не понимала, кто я, что могу дать людям и как органично связать две важные сферы моей компетенции. Из своего опыта могу сказать, что в такой же ситуации оказывается каждый второй эксперт. Пока мы не понимаем,

кто мы, что можем дать клиентам и какие свои продукты/навыки хотим продавать, мы вряд ли можем рассчитывать на стабильные продажи и доверие аудитории.

На момент прочтения этой главы, я надеюсь, вы уже можете ответить про себя на эти вопросы. Если вы сделали задание из предыдущей главы, то уже четко поняли свои сильные стороны, навыки, определили свое позиционирование и знаете, что нужно вашей аудитории.

Моя фокус-группа делает все задания из этой книги в режиме реального времени. После выполнения первого задания они четко знают свою аудиторию, понимают свою ценность для клиентов, видят точки роста в своих соцсетях и понимают, как им улучшить качество контента.

Поэтому прежде, чем я расскажу, как правильно упаковать свой аккаунт, я покажу, как делать НЕ НАДО. Ниже разберу базовые ошибки экспертов:

Ошибка 1. Не используете все возможности соцсетей

За последние годы в соцсетях появилось очень много разного функционала, который можно уверенно использовать для продажи своих продуктов. Но что я вижу на практике? Многие специалисты либо вообще не знают об этих возможностях, либо используют их неправильно.

Например, в телеграме и ВК можно закрепить несколько постов. В идеале в них нужно писать информацию о себе и своих услугах. Благодаря этому новые подписчики и потен-

циальные клиенты знакомятся с вами, сразу видят список услуг, что позволяет открыто и ненавязчиво продавать. Если этого не сделать, можно потерять потенциальных клиентов. Потому что многим проще уйти из блога, если они самостоятельно не могут найти нужную информацию, чем писать и задавать вопросы.

Ошибка 2. Ничего не продаете открыто

Да, мы много раз сталкивались с агрессивными продавцами и привыкли держаться от них подальше. Но я также часто встречаю профили и каналы, на которых нет продающих текстов, нет открытых продаж своих услуг или анонсов актуальных мероприятий. Очень много пользы – это хорошо и помогает привлекать новых подписчиков. Но странно эксперту жаловаться на отсутствие продаж, если он открыто ничего не продает. Помните, продажа – это обмен. И больше всего выгод здесь получает именно покупатель.

Покажу на примере своего блога, как может выглядеть продающий текст, который не раздражает и не кричит «купи у меня!»:

«Я буду собирать фокус-группу для книги!

Это будут буквально первооткрыватели, счастливчики, которые получают от меня индивидуальную обратную связь, мои знания и опыт в течение 2 месяцев. И результаты этих людей я отражу в своей книге!

Что получает участник группы?

— Понимает, зачем вести соцсети (цель).

— Понимает, как это делать правильно, с чего начать, что должно быть в базовой упаковке своего аккаунта, чтобы логично и понятно рассказывать о себе и своих услугах/продуктах.

— Получил базу для создания контент-стратегии, контент-плана, публикаций через ИИ (умеет писать простые промпты, чтобы создать для себя самостоятельно базовый контент).

— Знает, как вести соцсети регулярно и где искать идеи, не забывая на работу и личную жизнь.

Когда я рассказала об идее, одно место сразу заняли. Поэтому для самых быстрых подробности участия расскажу в ЛС».

Здесь я закидываю идею о создании фокус-группы для написания книги. Этот текст служит крючком, который помогает привлечь внимание аудитории. Как видите, здесь нет цен или условий участия, все описание я делаю через выгоды, которые получают участники фокус-группы. А такие фразы, как «первооткрыватели», «счастливчики», «результаты я отражу в книге» еще больше подогревают интерес.

Как итог, я получила 16 запросов после публикации этого поста, из них трое стали участниками группы.

Ошибка 3. Выкладываете хаотичный контент

У каждого текста, который вы публикуете, должна быть своя цель: продажа услуг, приглашение на мероприятие, привлечение новой аудитории, трансляция своего опыта. Ес-

ли нет цели, то нет и понимания, что выкладывать. и как результат, отсутствует вовлечение и продажи.

Вы не знаете:

- о чем писать и как совмещать разные виды контента
- как оформить блог правильно, чтобы он привлекал

клиентов

- как создавать продающие тексты для соцсетей, вовлекать аудиторию и создавать активность

Если вы держите в руках эту книгу, значит хотите разобраться в контенте для соцсетей не для галочки, а чтобы:

- понимать, что, зачем и для чего выкладывать
- легко получать новую аудиторию, вовлечение и продажи

жи

- умело развиваться в онлайн в любой соцсети без вреда для работы и личной жизни

Предлагаю окунуться в маркетинг и разобрать такое понятие, как «воронка продаж». Без этого термина невозможно понять всю логику работы с социальными сетями.

Что такое «воронка продаж» и при чем здесь соцсети?

Люди приходят в социальные сети не за покупками, а за развлечениями, общением, пользой. Тем не менее при правильных действиях здесь можно продавать абсолютно всё. Но как незнакомого человека, который впервые попал в ваш аккаунт, сделать не только преданным фанатом, но и постоянным клиентом? Расскажу подробнее про путь, который проходит любой пользователь соцсетей.

Поясню на самом простом примере: вы идете домой после тяжелого рабочего дня, и тут чувствуете приятный аромат свежего хлеба, который только что достали из печи. Он еще теплый и румяный стоит на полке и дожидается своего покупателя. Вы заходите в пекарню, покупаете свежайший хлеб. Но тут взгляд падает на эклеры со сгущенкой (ваши любимые), которые сегодня идут по акции «2 по цене 1». Вы просите продавца завернуть вам еще два эклера и вдруг вспоминаете – дома дети, голодный муж, стирка, уборка. А так хочется в этой суете уделить немного времени себе и неспешно выпить чашечку ароматного кофе. Итак решено: вы берете кофе, эклеры, садитесь за столик и ближайшие 30 минут только для вас! Счастливая, отдохнувшая, вы берете любимую булочку с корицей для мужа и два эклера по акции

для детей. И знаете наверняка, что загляните сюда завтра.

Вот так просто вы попали в воронку. Продуманный владелец пекарни вывел вентиляцию на улицу, чтобы каждый прохожий соблазнялся ароматом свежей выпечки и заходил за покупками. Также и вы: пришли за одним товаром, потом увидели акцию и взяли с выгодой еще несколько продуктов. Приятная обстановка пекарни вызвала желание остаться, но не есть же любимые эклеры всухомятку! Так вы решили еще купить кофе. Продукты свежие и вкусные, выгодные акции каждый день, уютная и теплая атмосфера - так заведение вызвало у вас доверие, и вы решили, что будете приходить сюда чаще.

Как только человек подписывается на аккаунт, он автоматически попадает в воронку, даже не подозревая об этом. Считайте, что, когда вы зашли в пекарню, вы как будто подписались на аккаунт. Но если вы, как автор блога ничего не знаете про воронку продаж, вы не сможете ей управлять и продумывать дальнейшие шаги.

«Ой, ну это слишком сложно! Я что вам маркетолог?! Я обычная Сомневашка, у меня нет подходящего опыта и образования, я не умею создавать все эти ваши воронки».



Понимаю твои страхи, но сейчас мы по порядку совсем разберемся! Дальше я буду рассказывать про этапы воронки по шагам.

Прежде чем довериться вам и купить какой-то продукт, заказать услугу, потенциальный клиент проходит несколько этапов.

1 этап — знакомство

Здесь самое важное — привлечь внимание, зацепить человека чем-то интересным, чтобы он перешел в ваш профиль. Зная потребности и желания целевой аудитории, вы будете поднимать в своем блоге интересные для конкретного человека темы. Это и поможет зацепить его внимание.

Важно! Весь контент в блоге должен быть на одну тематику. Например, вы ведете блог на юридическую тему, но

сняли reels про воспитание детей, который получил много просмотров и комментариев. При этом подписчиков у вас не прибавилось. Почему? Потому что изначально аудитория не ваша: их не интересует решение юридических вопросов, им подавай полезности по теме воспитания детей, образования, досуга.

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.