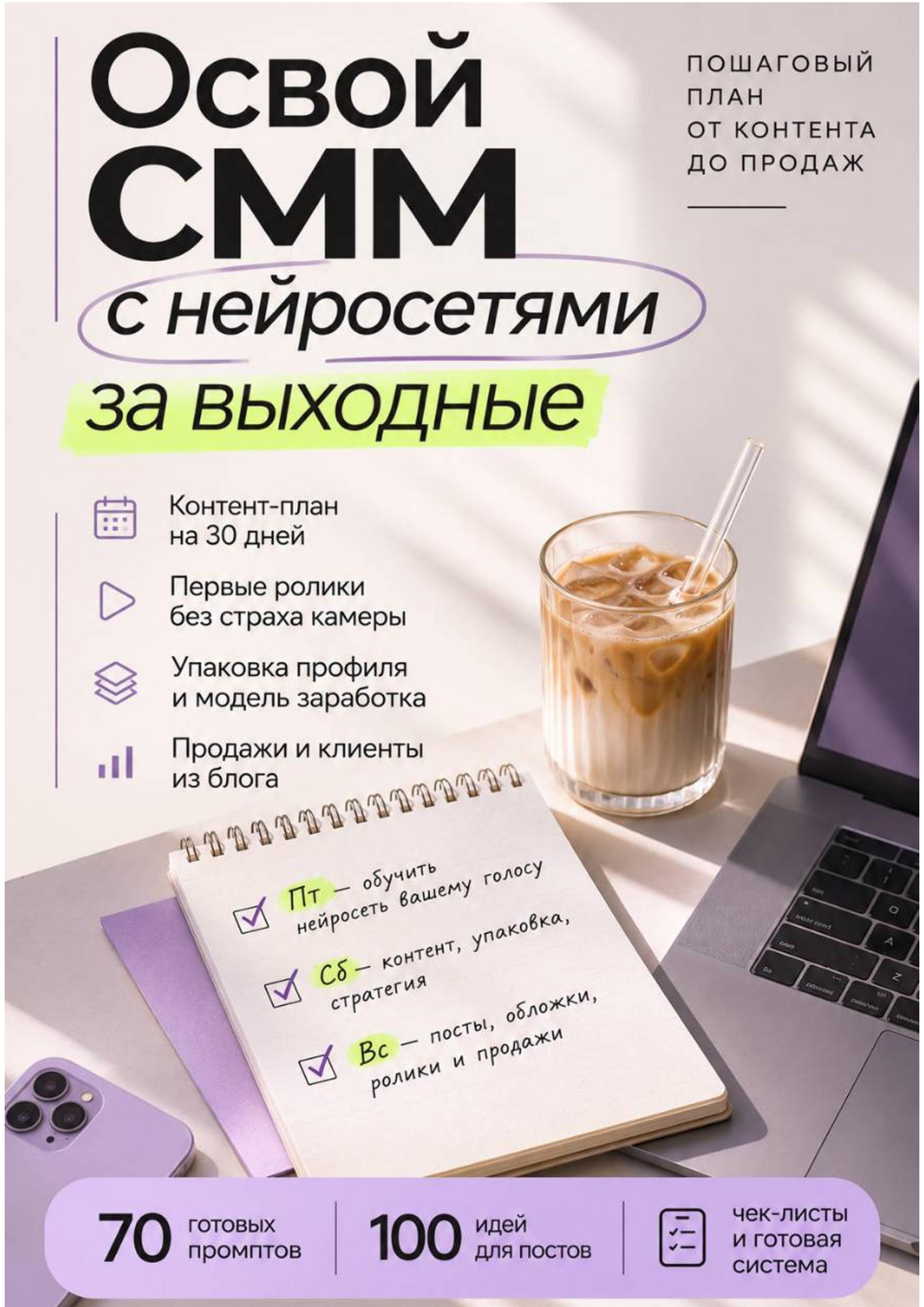
# Освой SMM с нейросетями за выходные

ПОШАГОВЫЙ ПЛАН ОТ КОНТЕНТА ДО ПРОДАЖ

- Контент-план на 30 дней
- Первые ролики без страха камеры
- Упаковка профиля и модель заработка
- Продажи и клиенты из блога




**70** готовых промптов | **100** идей для постов | чек-листы и готовая система

Милана Панова

# Освой СММ с нейросетями за выходные

«Автор»
2026

**Панова М.**

Освой СММ с нейросетями за выходные / М. Панова — «Автор», 2026

Блог заброшен после пятого поста? Пишете месяцами, а заявок нет? Садитесь за текст — и через час закрываете пустой документ? СММщик за 40 000 не по карману, а три часа в день на соцсети не по силам?Эта книга — пошаговый маршрут на одни выходные. В пятницу вы научите нейросеть писать вашим голосом, а не «пластиковым» языком робота. В субботу — выберете модель заработка, соберёте карту болей клиентов, упакуете профиль и составите контент-план на 30 дней. В воскресенье — напишете посты на две недели, сделаете обложки и первые ролики без страха камеры. Отдельно: как превратить подписчиков в клиентов и продажи, и как зарабатывать на ведении соцсетей для других.Внутри: 70 готовых промптов, 100 идей для постов, чек-листы и система, при которой блог занимает 4 часа в неделю.Для экспертов, мастеров, малого бизнеса и тех, кто хочет освоить профессию СММ с нуля.

© Панова М., 2026
© Автор, 2026

# Содержание

Содержание 6
Честный разговор о вашем блоге 7
Что изменилось за последние два года 8
Что вы получите к вечеру воскресенья 9
Как читать эту книгу 10
Кто я и почему мне можно верить 11
Глава 1. Ваш набор инструментов 12
Текстовые нейросети: ваш главный сотрудник 13
Картинки: от обложки до иллюстрации 14
Видео и звук 15
Где хранить всё созданное 16
Две вещи, которые нельзя доверять нейросети 17
Задание к главе 17
Глава 2. Как разговаривать с нейросетью, чтобы она писала вашим голосом 18
Почему тексты от нейросети выглядят «пластиковыми» 19
Формула хорошего запроса: РКЗФО 20
Паспорт стиля: настройте нейросеть один раз 21
Как собрать паспорт стиля за 15 минут 22
Стоп-лист: слова, которые выдают робота 23
Правило 70/30 24
Как правильно просить исправления 25
Задание к главе 25
Глава 3. Зачем вам блог: четыре способа на нём заработать 26
Модель 1. Блог как витрина услуг 27
Модель 2. Блог как площадка для собственного продукта 28
Модель 3. Блог как медиа с рекламой 29
Модель 4. Блог как портфолио СММ-специалиста 30
Как выбрать свою модель 31
Сформулируйте денежную цель 32
Сколько на самом деле можно заработать 33
Задание к главе 33
Глава 4. Ваш читатель: карта болей за 30 минут 34
Шаг 1. Портрет читателя 35
Шаг 2. Карта болей 36
Конец ознакомительного фрагмента. 37

# Милана Панова
# Освой СММ с нейросетями за выходные

**ПРАКТИЧЕСКОЕ РУКОВОДСТВО НА 3 ДНЯ**
**Освой СММ**
с нейросетями за выходные
*Стратегия, контент-план на месяц, посты, видео и первые деньги из блога — без СММщика за 40 000 # и без трёх часов в день*
**+ 70 готовых промптов · 100 идей для постов · чек-листы**

# Содержание

**ВСТУПЛЕНИЕ**
Честный разговор о вашем блоге
**ПЯТНИЦА · ВЕЧЕР · ПОДГОТОВКА**
Глава 1. Ваш набор инструментов
Глава 2. Как разговаривать с нейросетью, чтобы она писала вашим голосом
**СУББОТА · ДЕНЬ ПЕРВЫЙ · СТРАТЕГИЯ**
Глава 3. Зачем вам блог: четыре способа на нём заработать
Глава 4. Ваш читатель: карта болей за 30 минут
Глава 5. Выбор площадки: где живут ваши клиенты
Глава 6. Упаковка профиля: первые 5 секунд решают всё
Глава 7. Контент-стратегия: о чём писать, чтобы покупали
Глава 8. Контент-план на 30 дней за 40 минут
**ВОСКРЕСЕНЬЕ · ДЕНЬ ВТОРОЙ · ПРОИЗВОДСТВО**
Глава 9. Посты, которые дочитывают до конца
Глава 10. Визуал: картинки и обложки без дизайнера
Глава 11. Короткие видео без страха камеры
Глава 12. Конвейер: неделя контента за 2 часа
**ДЕНЬ ТРЕТИЙ · ДЕНЬГИ И РОСТ**
Глава 13. Первые 500 подписчиков: продвижение без бюджета и с бюджетом
Глава 14. Как блог начинает приносить деньги
Глава 15. Профессия ИИ-СММщик: как зарабатывать на ведении блогов для других
Глава 16. Закон и безопасность: что нужно знать блогеру
Глава 17. Аналитика: как понять, что работает
Глава 18. Как не выгореть и не бросить через две недели
**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**
Что дальше
**БОНУСЫ**
Бонус 1. Библиотека из 70 промптов
Бонус 2. 100 идей для постов
Бонус 3. Чек-лист выходных
Бонус 4. Словарь блогера
**ВСТУПЛЕНИЕ**

# Честный разговор о вашем блоге

Давайте начнём с того, о чём обычно молчат авторы курсов по продвижению.

Вы уже пробовали вести блог. Возможно, даже не один раз. Завели канал, написали пять-шесть бодрых постов, сняли пару видео, а потом жизнь закрутила: работа, дети, клиенты, усталость. Канал замер. Каждый раз, открывая его, вы чувствуете лёгкий укол вины, как при виде абонемента в спортзал, который лежит в ящике с прошлой весны.

Или другой вариант. Вы ведёте блог исправно, публикуете три раза в неделю, тратите на это вечера и выходные, а цифры стоят на месте. Сорок просмотров, два лайка, один из которых от мамы. Заявок нет. И в голове крутится неприятный вопрос: может, это вообще не работает? Может, время блогов прошло?

Третий сценарий самый обидный. Вы прекрасный специалист. Делаете брови лучше всех в районе, объясняете математику так, что двоечники сдают ЕГЭ на восемьдесят баллов, печёте торты, на которые приходят посмотреть соседи. Но рассказывать о себе не умеете. Садитесь писать пост — и через сорок минут закрываете пустой документ. Слова не идут, всё кажется банальным, хвастливым или скучным.

Если вы узнали себя хотя бы в одном абзаце, эта книга написана для вас.

## Что изменилось за последние два года

Раньше у человека, который хотел вести блог без мучений, было два пути. Либо нанять СММ-специалиста за тридцать-пятьдесят тысяч рублей в месяц, либо тратить на соцсети по два-три часа ежедневно. Первый вариант не тянет малый бизнес и начинающий эксперт. Второй съедает жизнь.

Нейросети создали третий путь. Сегодня рутинную часть работы — придумать темы, набросать черновик, сделать картинку, написать сценарий для ролика, ответить на типовые вопросы в комментариях — можно отдать машине. За вами остаётся то, что машине недоступно: ваш опыт, ваши истории, ваше мнение и ваше лицо.

Здесь важно понять одну вещь, которая отличает успешных авторов от разочарованных. Нейросеть — не волшебная кнопка «сделать мне популярный блог». Тот, кто просит её «написать пост про маникюр», получает гладкий, пресный текст, который никто не дочитает. Тот, кто умеет ставить задачу, получает помощника, который работает быстрее любого копирайтера и никогда не устаёт.

Эта книга учит второму.

# Что вы получите к вечеру воскресенья

Я построил книгу как маршрут на три дня. Не как учебник, который читают месяцами и бросают на середине, а как пошаговую инструкцию: прочитали главу, выполнили задание, перешли к следующей. Если пройти маршрут честно, к концу выходных у вас будет:

- понятная стратегия блога: кому вы пишете, зачем и как это превратится в деньги;
- упакованный профиль, в который хочется подписаться;
- «паспорт стиля» — инструкция для нейросети, благодаря которой тексты звучат вашим голосом, а не голосом робота;
- контент-план на тридцать дней вперёд;
- готовые посты и сценарии роликов на первые две недели;
- система, при которой блог занимает тридцать-сорок минут в день, а не весь вечер;
- конкретный план монетизации: что продавать, кому и через какие посты.

А для тех, кто хочет зарабатывать на СММ напрямую, отдельная глава расскажет, как оказывать услуги по ведению соцсетей другим людям, используя ту же систему.

# Как читать эту книгу

Книга разделена на три дня. Расписание примерное, подстройте его под себя.

**Пятница, вечер (1–1,5 часа).** Подготовка. Знакомимся с инструментами и учимся правильно разговаривать с нейросетью. Без этого фундамента всё остальное будет даваться тяжело.

**Суббота (4–5 часов).** Стратегия. Определяем цель блога, изучаем аудиторию, выбираем площадку, упаковываем профиль и составляем контент-план.

**Воскресенье (4–5 часов).** Производство и деньги. Пишем посты, делаем визуал и короткие видео, настраиваем конвейер, разбираемся с продвижением и монетизацией.

В конце книги вас ждёт библиотека из семидесяти готовых промптов, сто идей для постов, чек-листы и шаблоны. К ним можно возвращаться месяцами.

**Главное правило книги.** Не читайте её как роман. Держите рядом открытую нейросеть и выполняйте задания по ходу чтения. Книга, прочитанная без практики, даст вам ощущение понимания. Книга, пройденная с практикой, даст работающий блог.

# Кто я и почему мне можно верить

Эта книга собрана из практики людей, которые ведут блоги в нишах, далёких от «инфобизнеса»: мастера красоты, репетиторы, психологи, владельцы маленьких пекарен и кофеен, юристы, фотографы, фитнес-тренеры. Здесь нет теорий из англоязычных учебников, которые не работают в российских соцсетях. Только то, что применимо прямо сейчас, на площадках, которыми пользуются ваши клиенты.

По ходу книги вы познакомитесь с тремя героями. Их истории собирательные, но каждая ситуация взята из жизни.

**Марина**, тридцать четыре года, мастер по бровям и ресницам из Твери. Работает в небольшом кабинете, клиенты приходят по сарафанному радио. Хочет стабильную запись на месяц вперёд и поднять цены.

**Андрей**, двадцать девять лет, репетитор по математике. Занимается онлайн, расписание забито, но доход упёрся в потолок: часов в сутках больше не становится. Мечтает запустить групповой курс подготовки к ЕГЭ.

**Света**, тридцать один год, в декрете со вторым ребёнком. До декрета работала администратором в салоне. Хочет зарабатывать из дома и присматривается к профессии СММ-специалиста.

У каждого из них своя цель, и вы увидите, как одна и та же система подстраивается под разные задачи. Найдите среди них того, кто ближе к вам, и следите за его шагами.

Готовы? Наливайте чай. Начинаем.

**ПЯТНИЦА · ВЕЧЕР · ПОДГОТОВКА**

# Глава 1. Ваш набор инструментов

Новички часто совершают одну и ту же ошибку: регистрируются в десяти нейросетях сразу, пробуют каждую по пять минут и тонут в разнообразии. Через неделю они помнят только то, что «всё это сложно».

Нам нужен компактный набор. Один основной текстовый помощник, один генератор картинок, один видеоредактор. Остальное — по мере необходимости.

# Текстовые нейросети: ваш главный сотрудник

Текстовая нейросеть, она же языковая модель или чат-бот, будет выполнять восемьдесят процентов работы. Она придумывает темы, пишет черновики, редактирует, анализирует аудиторию, сочиняет сценарии, отвечает на комментарии.

Вот основные варианты, доступные русскоязычному пользователю.

**Сервис**
**Сильные стороны**
**На что обратить внимание**

GigaChat (Сбер)

Хорошо знает российские реалии, работает без ограничений, умеет рисовать картинки через встроенный Kandinsky

Тексты иногда суховаты, нужна тщательная настройка стиля

Алиса AI (Яндекс)

Удобна в повседневном использовании, умеет искать актуальную информацию в интернете

Для длинных текстов требует точных инструкций

DeepSeek

Сильная логика, хорошо справляется с анализом и структурированием

Интерфейс проще, иногда отвечает на русском с огрехами

ChatGPT, Claude

Одни из самых «живых» текстов на русском, хорошо держат стиль

Доступность зависит от страны и способа оплаты, проверяйте условия сервиса

Не нужно выбирать «лучшую» нейросеть. Лучшая — та, которой вы будете пользоваться каждый день. Попробуйте две-три, дайте каждой одно и то же задание и посмотрите, чей ответ ближе к вашему вкусу. На этом выбор закончен.

**Совет.** Заведите в выбранной нейросети отдельный чат или проект под названием «Мой блог». Все задачи, связанные с соцсетями, решайте там. Многие сервисы умеют запоминать контекст внутри проекта, и вам не придётся каждый раз заново объяснять, кто вы и чем занимаетесь.

# Картинки: от обложки до иллюстрации

Для визуала подойдут генераторы изображений. Самые доступные — **Kandinsky** от Сбера (работает внутри GigaChat и как отдельный сервис) и **Шедеврум** от Яндекса. Оба понимают запросы на русском языке и бесплатны для базового использования.

Генераторы картинок хороши для иллюстраций, фонов, атмосферных изображений, абстрактных обложек. Они хуже справляются с надписями на картинке: буквы часто выходят кривыми. Поэтому текст на обложку лучше добавлять в обычном графическом редакторе с шаблонами, а нейросеть использовать для фона.

Важная оговорка: если вы продаёте услугу, которую можно увидеть глазами (брови, торты, ремонт, фотосессии), показывайте **реальные фотографии своих работ**. Сгенерированные «результаты» — это обман клиента, и он вскроется на первой же встрече. Нейросетевые картинки — для оформления, а не для портфолио.

## Видео и звук

Для коротких роликов понадобится мобильный видеоредактор с функцией автоматических субтитров. Большинство популярных редакторов сегодня умеют распознавать речь, подбирать музыку и предлагать шаблоны монтажа. Выберите тот, который удобен на вашем телефоне.

Если вы категорически не готовы показывать лицо, существуют сервисы синтеза речи, которые озвучивают текст живым голосом. Но к ним мы вернёмся в главе о видео: там есть нюансы.

# Где хранить всё созданное

Последний инструмент — самый скучный и самый полезный. Вам нужно место, где будет жить контент-план, черновики и готовые посты. Подойдёт обычная таблица (Яндекс Таблицы, Google Таблицы, Excel) или заметки в телефоне. Главное — одно место, а не десять разрозненных файлов.

Создайте прямо сейчас таблицу с колонками: **Дата / Площадка / Рубрика / Тема / Статус / Ссылка на пост**. К концу выходных она заполнится на месяц вперёд.

## Две вещи, которые нельзя доверять нейросети

Перед тем как начать работать, запомните два ограничения.

**Первое: факты.** Языковые модели умеют уверенно выдумывать. Цифры, даты, названия законов, цитаты известных людей, статистика — всё это нужно проверять. Если нейросеть пишет, что «по данным исследований, 78% клиентов выбирают мастера по отзывам», спросите себя: какое исследование? Где оно? Если источника нет, удаляйте цифру.

**Второе: чужие данные.** Не загружайте в нейросеть персональные данные клиентов: имена, телефоны, переписки, медицинские сведения. Если нужно разобрать отзыв или вопрос клиента, уберите из текста всё, что позволяет его опознать.

## Задание к главе

**1.**Выберите основную текстовую нейросеть и зарегистрируйтесь в ней.
**2.**Создайте отдельный проект или чат «Мой блог».
**3.**Зарегистрируйтесь в одном генераторе картинок.
**4.**Создайте таблицу для контент-плана с колонками, указанными выше.
Время выполнения: 20 минут.

# Глава 2. Как разговаривать с нейросетью, чтобы она писала вашим голосом

Теперь самое важное во всей книге. Если вы усвоите эту главу, остальные пойдут легко. Если пропустите, будете получать тексты, от которых читатели отписываются на втором абзаце.

# Почему тексты от нейросети выглядят «пластиковыми»

Попросите любую нейросеть: «Напиши пост про то, как выбрать мастера по бровям». Вы получите примерно следующее:

«В современном мире красота играет важную роль в жизни каждой женщины. Брови — это рамка для лица, и их правильная форма способна кардинально изменить образ. Но как выбрать мастера, которому можно доверить свою внешность? Давайте разберёмся!»

Узнаёте? Этот текст ничем не плох с точки зрения грамматики. Но он мёртвый. В нём нет человека, нет опыта, нет конкретики. Такой абзац мог написать кто угодно о чём угодно. Читатель распознаёт его за две секунды и пролистывает.

Причина проста. Вы дали нейросети минимум информации, и она заполнила пустоту самым усреднённым вариантом. Не потому что она глупая, а потому что вы не сказали ей, кто вы, кому пишете и как звучите.

# Формула хорошего запроса: РКЗФО

Запрос к нейросети называют промптом. Хороший промпт состоит из пяти частей. Чтобы их запомнить, используйте сокращение **РКЗФО**.

**Р — Роль.** Кем нейросеть должна себя считать. «Ты опытный копирайтер, который пишет для бьюти-мастеров» работает лучше, чем отсутствие роли.

**К — Контекст.** Кто вы, чем занимаетесь, кто ваша аудитория, какая ситуация. Чем больше конкретики, тем точнее результат.

**З — Задача.** Что именно нужно сделать. Не «напиши про брови», а «напиши пост, который объяснит, почему окрашивание хной держится на коже меньше, чем обещают в рекламе».

**Ф — Формат.** Длина, структура, оформление. «До 1200 знаков, три коротких абзаца, в конце вопрос к читателю, без хэштегов».

**О — Ограничения.** Чего делать нельзя. «Не используй слова "уникальный", "идеальный", "в современном мире". Не начинай с риторического вопроса».

Сравните два запроса.

**ПРОМПТ**

Напиши пост про выбор мастера по бровям.

И второй вариант:

**ПРОМПТ**

Ты копирайтер, который пишет для бьюти-мастеров живым разговорным языком.

Контекст: я Марина, мастер по бровям из Твери, 7 лет опыта. Моя аудитория — женщины 25–45 лет, которые уже обжигались у плохих мастеров и боятся снова испортить брови.

Задача: напиши пост «3 признака, по которым видно плохого мастера ещё до процедуры». Признаки: мастер не спрашивает про аллергию; не делает эскиз перед окрашиванием; в кабинете нет одноразовых инструментов в запечатанных пакетах.

Формат: до 1200 знаков, разговорный тон, от первого лица, в конце предложи написать в личные сообщения, если есть сомнения насчёт своего мастера.

Ограничения: без слов «уникальный», «идеальный», «в современном мире», без восклицательных знаков в каждом предложении, без хэштегов.

Разница в результате будет огромной. Второй промпт длиннее на минуту работы, но экономит полчаса редактуры.

# Паспорт стиля: настройте нейросеть один раз

Писать каждый раз длинный промпт утомительно. Поэтому мы создадим **паспорт стиля** — документ, который описывает ваш голос, аудиторию и правила. Вы составите его один раз, сохраните и будете вставлять в начало любого разговора с нейросетью (или загрузите в инструкции проекта, если сервис это позволяет).

Паспорт стиля состоит из шести блоков.

**1. Кто я.** Имя, профессия, опыт, город или формат работы, чем отличаюсь от конкурентов.

**2. Для кого я пишу.** Портрет читателя: возраст, ситуация, главные страхи и желания.

**3. Как я звучу.** Три-пять прилагательных, описывающих ваш тон. Например: «спокойная, ироничная, без сюсюканья» или «энергичный, прямолинейный, с юмором».

**4. Мои любимые слова и обороты.** Фразы, которые вы часто используете в жизни.

**5. Стоп-слова.** Выражения, которые нельзя использовать никогда.

**6. Образцы.** Два-три текста, написанных вами лично: сообщение клиенту, ответ подруге, старый пост, который вам нравится. Нейросеть лучше всего учится на примерах.

# Как собрать паспорт стиля за 15 минут

Не нужно сочинять его с нуля. Пусть нейросеть возьмёт у вас интервью.

**ПРОМПТ**

Ты помогаешь мне составить «паспорт стиля» для ведения блога. Задай мне по одному вопросу за раз, всего 12 вопросов: о моей профессии, опыте, клиентах, манере общения, словах, которые я люблю и не люблю. Жди моего ответа после каждого вопроса. Когда я отвечу на все, составь паспорт стиля из шести блоков: «Кто я», «Для кого я пишу», «Как я звучу», «Мои слова», «Стоп-слова», «Правила оформления». Пиши паспорт так, чтобы его можно было вставить в начало любого запроса к нейросети.

Отвечайте честно и подробно, как будто рассказываете другу. Не пытайтесь звучать «профессионально». Чем естественнее ваши ответы, тем живее будут посты.

После интервью добавьте в паспорт два-три своих текста в качестве образцов. Если таких нет, запишите голосовое сообщение на две минуты о том, почему вы любите свою работу, расшифруйте его (многие телефоны делают это автоматически) и вставьте как образец. Живая речь — лучший учитель для нейросети.

# Стоп-лист: слова, которые выдают робота

Вот выражения, по которым читатель мгновенно определяет текст, написанный нейросетью без редактуры. Добавьте их в свой паспорт стиля как запрещённые.

- «В современном мире», «в наше время», «в эпоху цифровых технологий»
- «Давайте разберёмся», «давайте погрузимся», «давайте рассмотрим»
- «Это не просто X, а настоящий Y»
- «Ключ к успеху», «секрет успеха», «залог успеха»
- «Важно отметить», «стоит подчеркнуть», «следует учитывать»
- «Уникальный», «идеальный», «незаменимый», «революционный»
- «Откройте для себя», «окунитесь в мир»
- «Играет важную роль», «является неотъемлемой частью»
- «В заключение хочется сказать»
- Тройки однородных слов подряд в каждом абзаце: «быстро, качественно и надёжно»
- Смайлик в начале каждой строки
- Восклицательный знак после каждого предложения

Есть и более тонкие признаки. Нейросеть любит заканчивать каждый абзац обобщающей фразой-моралью. Любит симметричные конструкции. Любит списки там, где уместен рассказ. Если вы замечаете эти привычки в её текстах, указывайте на них прямо: «Убери морализаторские выводы в конце абзацев», «Перепиши список связным рассказом».

# Правило 70/30

Даже с идеальным паспортом стиля нейросеть пишет черновик, а не финальный текст. Запомните пропорцию: **70% работы делает нейросеть, 30% — вы**.

Ваши 30% — это:

- добавить конкретный случай из практики («на прошлой неделе ко мне пришла клиентка, которая...»);
- вставить цифру, которую знаете только вы («за семь лет я сделала около четырёх тысяч процедур»);
- переписать первую фразу так, как сказали бы вы сами;
- удалить всё, что звучит не по-вашему.

Именно эти 30% делают пост вашим. Читатели подписываются не на информацию — информации в интернете бесконечно много. Они подписываются на человека.

**Проверка «вслух».** Прочитайте готовый пост вслух. Если где-то споткнулись или подумали «я бы так не сказала», переделайте это место. Этот приём занимает минуту и отсекает большую часть «пластика».

## Как правильно просить исправления

Первый ответ нейросети редко бывает идеальным. Это нормально. Не начинайте новый разговор, а уточняйте в текущем. Вот рабочие формулировки:

- «Сократи вдвое, оставь только самое сильное»
- «Сделай первую фразу провокационнее, чтобы хотелось читать дальше»
- «Убери общие слова, добавь больше конкретики»
- «Перепиши так, как сказала бы подруга за кофе»
- «Здесь слишком много восклицательных знаков, сделай тон спокойнее»
- «Предложи пять вариантов первой фразы, я выберу»

Последний приём особенно полезен. Когда нейросеть даёт несколько вариантов, вы выступаете редактором, а не писателем, и это намного легче.

## Задание к главе

**1.**Проведите интервью с нейросетью по промпту выше и получите паспорт стиля.

**2.**Добавьте в паспорт стоп-лист и два-три образца своих текстов.

**3.**Сохраните паспорт в заметках или загрузите в инструкции проекта «Мой блог».

**4.**Проверьте результат: попросите нейросеть написать короткий пост на любую тему из вашей профессии, используя паспорт. Прочитайте вслух.

Время выполнения: 40 минут.

На этом пятничная подготовка закончена. Вы сделали самую важную работу: научили нейросеть говорить вашим голосом. Ложитесь спать — завтра большой день.

**СУББОТА · ДЕНЬ ПЕРВЫЙ · СТРАТЕГИЯ**

# Глава 3. Зачем вам блог: четыре способа на нём заработать

Доброе утро. Сегодня мы ответим на вопрос, который большинство блогеров пропускает, а потом расплачивается месяцами бесполезной работы: **зачем вам вообще блог?**

«Чтобы продвигаться», «чтобы были клиенты», «потому что все ведут» — это не ответы. Блог без конкретной денежной цели похож на магазин без кассы: люди заходят, смотрят, хвалят витрину и уходят.

Существует четыре основные модели заработка через блог. Ваша задача — выбрать одну главную. Позже можно добавить вторую, но начинать нужно с одной.

# Модель 1. Блог как витрина услуг

**Для кого:** мастера, специалисты, частные практики, малый бизнес. Все, кто продаёт свои руки, время или знания напрямую.

**Как работает:** блог показывает вашу работу, отвечает на страхи клиентов, создаёт доверие. Человек читает вас две-три недели, понимает, что вы знаете своё дело, и записывается.

**Сколько подписчиков нужно:** удивительно мало. Мастеру в городе с населением четыреста тысяч человек хватит пятисот-восьмисот живых подписчиков из своего города, чтобы иметь стабильную запись. Это не миллионные аудитории, а локальное сообщество.

**Пример.** Марина выбирает эту модель. Её цель — двадцать новых клиенток в месяц из блога и возможность поднять цену на процедуру на пятнадцать процентов, не потеряв поток.

# Модель 2. Блог как площадка для собственного продукта

**Для кого:** эксперты, которые хотят масштабироваться: продавать курсы, консультации, групповые программы, методички, марафоны.

**Как работает:** блог прогревает аудиторию полезным контентом, а потом вы запускаете продукт и продаёте его подписчикам. Это классическая модель онлайн-образования.

**Сколько подписчиков нужно:** от тысячи-двух тысяч для первых продаж. Конверсия из подписчиков в покупатели обычно составляет от одного до пяти процентов при хорошем прогреве.

**Пример.** Андрей выбирает эту модель. Его цель — набрать группу из пятнадцати учеников на курс подготовки к ЕГЭ по цене двенадцать тысяч рублей за программу. Это сто восемьдесят тысяч за один поток, без увеличения рабочих часов вдвое.

# Модель 3. Блог как медиа с рекламой

**Для кого:** те, кто любит создавать контент сам по себе и готов долго растить аудиторию.

**Как работает:** вы собираете большую аудиторию вокруг темы, а рекламодатели платят за размещение у вас. Плюс монетизация самих площадок (у Дзена, например, есть программа для авторов).

**Сколько подписчиков нужно:** первые рекламные заказы появляются от двух-трёх тысяч подписчиков в Telegram, но заметный доход начинается от десяти тысяч. Это самая долгая модель.

**Предупреждение:** у этой модели есть юридические обязательства. Реклама должна маркироваться, с дохода от неё платится сбор, а при аудитории свыше десяти тысяч подписчиков блог нужно зарегистрировать в Роскомнадзоре. Подробнее — в главе о законах.

# Модель 4. Блог как портфолио СММ-специалиста

**Для кого:** те, кто хочет зарабатывать на ведении соцсетей для других.

**Как работает:** ваш блог — живое доказательство того, что вы умеете. Вы рассказываете о своих методах, показываете результаты, и к вам приходят клиенты, которые хотят того же для своего бизнеса.

**Сколько подписчиков нужно:** немного. Важнее кейсы и качество контента, чем размер аудитории.

**Пример.** Света выбирает эту модель. Её цель — три клиента на ведение соцсетей по пятнадцать-двадцать тысяч рублей в месяц, с которыми она будет работать из дома по три-четыре часа в день.

# Как выбрать свою модель

Если сомневаетесь, используйте этот промпт.

**ПРОМПТ**

Помоги мне выбрать модель монетизации блога. Вот четыре модели: 1) витрина услуг; 2) площадка для собственного продукта; 3) медиа с рекламой; 4) портфолио СММ-специалиста.

О себе: [профессия, опыт, чем зарабатываете сейчас, сколько часов в неделю готовы уделять блогу, какой доход хотите получать через 3 и через 6 месяцев].

Оцени каждую модель по трём критериям: скорость первых денег, требуемые усилия, потолок дохода. Затем порекомендуй одну главную модель и объясни почему. Будь честен: если моя цель нереалистична для выбранного срока, скажи об этом прямо.

# Сформулируйте денежную цель

Когда модель выбрана, запишите цель в формате: **«Через [срок] блог приносит мне [результат в цифрах] за счёт [механизм]»**.

Примеры наших героев:

- Марина: «Через три месяца блог приносит мне двадцать новых клиенток в месяц за счёт постов с работами и ответами на страхи».
- Андрей: «Через четыре месяца блог приносит мне сто восемьдесят тысяч рублей за поток курса за счёт полезного контента и прогрева перед запуском».
- Света: «Через два месяца блог приносит мне двух постоянных клиентов на ведение соцсетей за счёт демонстрации кейсов и экспертности».

Запишите свою цель на бумаге и повесьте рядом с рабочим местом. Каждый раз, когда будете сомневаться, публиковать ли пост, спрашивайте себя: приближает ли он меня к этой цели?

## Сколько на самом деле можно заработать

Честный ответ: зависит от ниши, цен и вашей настойчивости. Но вот реалистичные ориентиры для человека, который ведёт блог системно по методу из этой книги.

| **Модель** | **Первые деньги** | **Через 3–6 месяцев** |
|---|---|---|
| Витрина услуг | 2–4 недели | Стабильный поток клиентов, возможность поднять цены |
| Собственный продукт | 2–3 месяца | Первый запуск, обычно от 50 до 300 тысяч рублей в зависимости от ниши и цены |
| Медиа с рекламой | 3–6 месяцев | Первые рекламные размещения, растущий доход при росте аудитории |
| Портфолио СММ | 3–6 недель | 1–3 клиента, от 15 до 60 тысяч рублей в месяц |

Миллиона за месяц в этой таблице нет, и это честно. Блог — это система, которая разгоняется постепенно. Но в отличие от разовой рекламы, она работает на вас и через год, и через два.

## Задание к главе

**1.**Выберите одну главную модель монетизации.
**2.**Сформулируйте денежную цель по шаблону.
**3.**Запишите цель и поместите её на видное место.
Время выполнения: 20 минут.

# Глава 4. Ваш читатель: карта болей за 30 минут

Знаете, почему большинство блогов не продают? Потому что их авторы пишут о том, что интересно им, а не о том, что волнует читателя.

Мастер по маникюру пишет про новые оттенки гель-лака. А её потенциальная клиентка в этот момент думает: «Почему у меня покрытие отслаивается через неделю, хотя я плачу две тысячи?». Репетитор публикует красивые математические задачи. А родители школьника переживают: «Мы занимаемся уже полгода, а оценки не растут. Может, мы выбросили деньги на ветер?».

Чтобы писать посты, которые читают и которые продают, нужно залезть в голову своему читателю. Раньше для этого проводили опросы, интервью, изучали форумы неделями. Сегодня нейросеть сделает черновую работу за полчаса.

# Шаг 1. Портрет читателя

Начните с базового портрета. Используйте паспорт стиля в начале запроса, а затем:

**ПРОМПТ**

Составь подробный портрет моего идеального клиента. Я [профессия], работаю [где / в каком формате], мои услуги стоят [цена].

Опиши: возраст и жизненную ситуацию; что происходит в его жизни, когда он начинает искать специалиста вроде меня; какие слова он вводит в поиск; где проводит время в интернете; чего боится, когда выбирает специалиста; что для него будет идеальным результатом.

Опиши трёх разных людей из моей аудитории, а не одного усреднённого.

Почему три человека, а не один? Потому что ваша аудитория неоднородна. У Андрея-репетитора есть родители старшеклассников, которые боятся провала на ЕГЭ. Есть сами старшеклассники, которые хотят понять математику, но стесняются признаться, что не понимают. И есть родители девятиклассников, которые думают заранее. Посты для каждой группы будут разными.

# Шаг 2. Карта болей

Теперь главный инструмент этой главы — **карта болей**. Это таблица всего, что беспокоит вашего читателя, разделённая на категории.

**ПРОМПТ**

На основе портретов моих клиентов составь карту болей. Раздели её на пять категорий:

1. Страхи — чего клиент боится до покупки.
2. Боли — что его раздражает и мучает прямо сейчас.
3. Желания — к чему он стремится, какой результат хочет.
4. Возражения — почему он может не купить (дорого, нет времени, не верю, сделаю сам).
5. Мифы — во что он ошибочно верит в моей теме.

В каждой категории минимум 10 пунктов. Формулируй их словами самого клиента, как будто он жалуется подруге, а не языком маркетолога.

# 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.