



ОЛЬГА АКВИНЦ

БЛОГ В ПОМОЩЬ



КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
С МАЛЕНЬКОЙ АУДИТОРИЕЙ



Ольга Аквинц

**Блог в помощь. Как
зарабатывать на социальных
сетях с маленькой аудиторией**
Серия «Маркетинг для немаркетологов»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69284338

*Блог в помощь. Как зарабатывать на социальных сетях с маленькой
аудиторией:
ISBN 978-5-04-188438-3*

Аннотация

Для продажи свои услуг в соцсетях на миллионы рублей не нужен миллион подписчиков! Сегодня эксперту достаточно 1000 преданных фолловеров, чтобы создать стабильный финансовый поток. Автор книги Ольга Аквинц считает: дело не в количестве подписчиков, а в качестве работы с ними. В своей книге она предлагает программу монетизации микроблога – от позиционирования себя для аудитории до создания востребованного продукта и настройки системы продаж.

Из книги вы узнаете:

– Что такое «эффект земляка» и почему без него вы не сможете найти свою аудиторию;

– Как лояльность 1000 подписчиков может принести первый миллион;

– Почему экспертность решает все.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Как кроссовки перевернули мою жизнь	6
Часть 1	12
Глава 1	12
Глава 2	28
Глава 3	38
Конец ознакомительного фрагмента.	47

Ольга Аквинц
Блог в помощь. Как
зарабатывать на
социальных сетях с
маленькой аудиторией

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2023

Как кроссовки перевернули мою жизнь

Тот злополучный день запомнился мне надолго. Это был первый и самый большой провал в карьере начинающего пиарщика. Меня и мою коллегу Марину выставили за дверь прямо с порога мероприятия в Гостином Дворе. Мы отправились на задание – подготовить репортаж с презентации новинок одного известного спортивного бренда, главного клиента нашего PR-агентства. Но нас развернули прямо на входе.

Мы с Маринкой, как оплеванные, стояли под дождем и ругали себя: какие же мы безмозглые дуры, что не подумали про дресс-код. Всего месяц назад мы обе устроились на работу в крупное сетевое агентство и не могли знать некоторых нюансов, очевидных нашим опытным коллегам. А не пустили нас знаете почему? Просто потому, что мы обе пришли в кроссовках главного конкурента нашего клиента.

Пока мы уныло брели к метро, Марина сказала:

– Знаешь, так противно чувствовать себя абсолютным чайником в профессии! Мне столькому еще надо научиться, чтобы из профана вырасти до специалиста... Вот бы когда-нибудь мне удалось стать руководителем группы и заработать денег, чтобы больше не пришлось жить в моей убогой

общаге!

Меня тогда сильно зацепили ее обесценивающие слова. Во-первых, потому что никаким чайником она на самом деле не была. Наоборот, талантливая девушка, я даже отчасти завидовала ее опыту ведения мероприятий и безукоризненным переводам пресс-релизов от наших зарубежных клиентов. А во-вторых, будучи на той же должности, что и Марина, я гордилась, что меня, новоиспеченную выпускницу, приняли на работу в такое крупное агентство, гордилась тем, сколько теперь всего знаю и умею в профессии. И ни с каким чайником себя точно не ассоциировала.

Делать репортаж в итоге поручили другой нашей коллеге, которая тем вечером пришла в правильной обуви, а нас двоих за провинность лишили месячной премии.

Вскоре наши с Мариной пути разошлись. Лет десять спустя мы случайно встретились на отраслевой выставке. За чашкой кофе мы со смехом вспомнили тот случай с кроссовками. Марина так и не стала руководителем, работала менеджером уже в другом агентстве. Она ушла из ненавистой общаги и теперь снимала двушку в складчину с соседкой. На мои вопросы о карьерном развитии все так же отвечала: «Кто ж меня возьмет в руководители, я ж чайник, мне еще столькому надо научиться».

И тогда я получила очередное подтверждение истине, которую усвоила еще в юности. Все твои достижения всегда эквивалентны твоей вере в собственные силы и способности

заявить о себе. Если сам не веришь, что ты крутой профи, если не ведешь себя как высококлассный специалист, если не проявляешь свой опыт и знания в СМИ или блогах, глупо ожидать, что твою экспертность оценят окружающие. Потом я часто думала о той истории с кроссовками, и в один прекрасный день именно она помогла мне принять судьбоносное решение.

Проработав много лет в области маркетинга и связей с общественностью, я точно знаю: для настоящего эксперта умение поверить в себя и проявиться – это как минимум 70 % успеха. Хотя, конечно, гораздо проще отсидеться в сторонке и быть вечным студентом, скрываясь за ярлыком «я чайник».

В этой книге я докажу: для того чтобы реализовать собственные таланты и иметь хороший доход, не обязательно быть винтиком в большой корпорации и, ломая ногти, карабкаться вверх по карьерной лестнице. Докажу, что абсолютно любой человек в своей профессиональной области из привычного «как все» способен стать известным (пусть и в узких кругах) экспертом, обзавестись лояльной аудиторией и открыть новые возможности для личного развития и заработка. И самый короткий путь к цели – завести экспертный блог.

Вероятно, при упоминании идеи о блоге вам сейчас пришли мысли:

- это не для простых людей;
- успешным блогерам в свое время просто повезло ока-

заться в нужное время в правильном месте;

- надо было начинать раньше, когда конкуренции в блогосфере было меньше и т. п.

Я вас понимаю. Раньше и мне казалось, что публичность и жизнь в блоге – это для топ-менеджеров крупных компаний или популярных исполнителей песен, актеров, знаменитостей. Но сегодня, пройдя весь путь от новичка до блогера с 35-тысячной лояльной аудиторией, с уверенностью могу сказать: развивать успешный блог и зарабатывать на нем может каждый, кто готов потратить на это немного времени и сил. И в этой книге я на собственном опыте и понятных примерах покажу, как именно это сделать.

Вот уже на протяжении 18 лет я продвигаю бренды, работаю с известными персонами и топ-менеджерами корпораций. Поэтому прекрасно знаю всю изнанку публичности. Я тот человек, который сотни раз поправлял микрофон руководителю во время съемок, повторял с ним тезисы выступления прямо в автомобиле по пути на пресс-конференцию, организовывал интервью, писал речи и формулировал ответы на каверзные вопросы журналистов. При этом одна вещь оставалась неизменной: я всегда находилась за кадром, в тени. Я никогда не выступала на камеру, и абсолютно все мои тексты публиковались не под моим именем, а под именем начальников или заказчиков.

**Все твои достижения всегда эквивалентны
твоей вере в собственные силы и способности**

заявить о себе.

В этой книге я докажу: для того чтобы реализовать собственные таланты и иметь хороший доход, не обязательно быть винтиком в большой корпорации и, ломая ногти, карабкаться вверх по карьерной лестнице.

Однажды, в очередной раз прокрутив в мыслях ту самую историю с кроссовками, я решила завести экспертный профиль в соцсети – решила бросить вызов самой себе. Я ведь знаю о публичности почти все! Раз уж мне неоднократно удавалось сделать из топ-менеджера звезду, у кого, как не у меня, должно получиться развить собственный блог?!

И эту книгу я написала, чтобы в первую очередь помочь всем профессионалам, которым надоело прятаться за ширмочкой «я ж чайник». Вам, дорогие друзья, пора преодолеть страхи и наконец смело заявить о себе. Но я буду говорить не только о способах проявить экспертность. Вы также узнаете, каким образом можно извлекать прибыль, продвигая и развивая свой микроблог.

Микроблог – это профессиональный инструмент пиарщика, доступный каждому. Это хитроумный чит-код для продвижения экспертов! Создав успешный микроблог, вы сможете как развивать свое дело, так и работать по найму, формируя собственную репутацию профессионала. Сможете заниматься творчеством, монетизировать хобби или ваш опыт.

Микроблог – это любой профиль в соцсети с небольшой,

но лояльной, вовлеченной и платежеспособной аудиторией. Вашей целевой аудиторией. Если у вас уже есть аккаунт в соцсетях, после прочтения этой книги вы сможете получать больше заявок от подписчиков. Если же аккаунта нет – заведите его прямо сейчас. Выполняя все мои рекомендации по продвижению, вы наберете первую тысячу читателей и начнете получать заказы. Вскоре вы с полным правом сможете назвать себя микроблогером, лидером мнений, экспертом, человеком со сформированным имиджем профессионала. Ваш блог будет приносить стабильный доход.

На страницах этой книги шаг за шагом я проведу вас по всем этапам развития экспертного блога. Вы узнаете:

- о наиболее подходящих площадках для ведения блога;
- о технологии создания увлекательного контента;
- о наполнении и продвижении блога;
- о способах монетизации;
- о позиционировании с помощью архетипов;
- а также о том, как блог поможет в реализации долгосрочной и эффективной стратегии продвижения и заработка.

Вы готовы? Перестать считать себя чайником, раскрыть собственную экспертность, расширить привычный круг общения и увеличить свой доход? Тогда приглашаю отправиться в это увлекательное путешествие вместе со мной!

Часть 1

Перед стартом

Глава 1

Зачем эксперту микроблог?

Спросил однажды учитель учеников:

– Почему бьется оконное стекло, когда в него бросают камень?

– Потому что камень тяжелый, – отвечал один из них.

– Потому что стекло хрупкое, – изрек другой.

– Потому что метнувшая камень рука была сильна и удар точный, – ответил третий.

– Никто из вас не дал правильного ответа, мои дорогие ученики! Потому что окно было закрыто!

Так и в жизни, друзья! Часто наше сознание закрыто для современных фишек, а мы живем и действуем исключительно по старым проверенным схемам. Но когда мы учимся и наш ум открыт, мы готовы к любым ситуациям, и ни один камень новомодных трендов не разобьет наш бизнес. Пускай себе шурует навывлет!

В этой главе обсудим, зачем эксперту учиться вести блог

и почему это не просто модный тренд, а реальный способ заработать на своих знаниях.

Что такое «блог эксперта»?

Сегодня на всевозможных курсах по личностному росту советуют завести экспертный блог как панацею для развития персонального бренда. Но всем ли это нужно в действительности? Может быть, это просто дань моде? Давайте разобраться!

С понятием «блог» вы, скорее всего, знакомы, раз читаете эту книгу. Блог – это площадка в интернете, где человек делится контентом. Блогом может быть сообщество во «ВКонтакте», аккаунт на YouTube или канал в Telegram, собственный сайт, страничка в «Живом Журнале» или в TenChat и т. д.

Блог эксперта отличается от личных, не ориентированных на профессиональную сферу аккаунтов по нескольким признакам:

- ведется на одну тему одним человеком (то есть это не корпоративный блог!);
- автор – эксперт – хорошо разбирается в обсуждаемой тематике или стремится изучить ее глубже;
- владелец блога самостоятельно создает уникальный контент, основываясь на личном мнении: пишет заметки, записывает аудио и видео и т. п.;

- аккаунт выделяется авторским стилем как в текстах, так и в визуальных элементах.

Далее под словами «блог» и «микроблог» я буду подразумевать именно экспертный профиль.

Кому подойдет стратегия экспертного блога?

Развивайте блог эксперта, если вы:

- первоклассный специалист в своей сфере или хотите им стать;
- умеете формулировать мысли (желательно как устно, так и письменно);
- не только не боитесь, но и любите общаться с аудиторией, готовы делиться собственным опытом;
- хотите привлечь новых клиентов и больше зарабатывать.

Экспертный блог для наемных сотрудников

Примеры:

@alex-averyanov.livejournal – блог директора по персоналу Алексея Аверьянова

@osteopat_polyakov – блог врача-osteопата Владимира Полякова

Если вы думаете, что среди наемных сотрудников блоги ведут исключительно топ-менеджеры, то сильно ошибаетесь. Поверьте моему опыту, у большинства из них попросту нет на это времени.

Рядовому специалисту с хорошим опытом работы вполне

реально вести собственный экспертный блог. Он может стать для вас средством дополнительного заработка.

В глазах работодателя успешный блог дает преимущество, потому что служит доказательством вашей компетентности (конечно, если вы ведете блог на профессиональную тему, а не вещаете про засолку огурцов!). Вы становитесь более привлекательным сотрудником, за вами начинают охотиться компании и специалисты по персоналу. Вы можете выбрать лучшего работодателя и претендовать на зарплату выше среднерыночной.

Экспертный блог для фрилансера

Примеры:

@fototerentyev – блог фотографа Алексея Терентьева

Pishusam.ru – блог копирайтера Евгения Сахарова

Первейшая задача для работающих на себя специалистов – донести ценность услуг до заказчика. Возьмем дизайнеров, SMM-специалистов, копирайтеров, программистов: как потенциальному клиенту понять, кто лучше выполнит его задачу? На биржах каждый стремится получить высокий рейтинг: в итоге первоклассные специалисты демпингуют друг друга и становятся в позицию просящего. Покупатель теряется в разнообразии выбора.

Если вы думаете, что среди наемных сотрудников блоги ведут исключительно топ-менеджеры, то сильно ошибаетесь.

Знаете, как выделиться из общей массы конкурентов и

увеличить поток клиентов? Начните развивать экспертный блог, который поможет сформировать имидж востребованного эксперта.

Потенциальный клиент обратится именно к вам, потому что ваше имя на слуху: он быстро найдет ссылку на ваш блог и примеры работ, всего лишь набрав первые ключевые слова в интернете. А вы будете выбирать наиболее интересные проекты, а не хвататься за любые деньги, лишь бы заработать.

Экспертный блог для предпринимателя

Примеры:

@nataly.udalova – блог о родах акушерки Натальи Удаловой

@raduga.poryadka – блог организатора пространства Натальи Виноградовой

Если у вас есть собственное дело, ваш блог может стать своего рода витриной. Во-первых, вы продемонстрируете, что вы реальный человек, а не мошенник и не перекупщик. Во-вторых, за счет личности в блоге вы быстро завоеуете доверие потенциальных заказчиков. Кроме того, это отличное место, чтобы публиковать отзывы довольных клиентов, рассказывать, как тщательно вы выбираете поставщиков, делиться возникающими повседневными проблемами и, конечно, способами их решения.

Развивая экспертный блог, вы вкладываетесь в репутацию своего проекта и в собственный имидж, поскольку станови-

тесью лицом своего бизнеса. Нарботанный авторитет и открытое общение с аудиторией помогут продавать продукты и услуги по более выгодным ценам, расширять производство, привлекать инвестиции и новых клиентов.

Блог для предпринимателя – это еще и возможность собрать команду заинтересованных специалистов, которые захотят работать именно с вами. Например, если вы ведете блог и ищете ассистента, напишите об этом в сторис: многие с удовольствием откликнутся, потому что разделяют ваши ценности, давно на вас подписаны и готовы вместе развивать ваш продукт.

Кому не нужно заводить блог?

Развитие экспертного блога – это хоть и увлекательный, но кропотливый ежедневный труд. И перед стартом стоит хорошенько оценить свои силы.

Вам точно не нужно заводить блог, если вы:

- не знаете, чем будете заниматься через полгода, предпочитая действовать с мыслью «сегодня напишу об этом, завтра о другом»;
- боитесь общаться с аудиторией, болезненно реагируете на критику и не готовы работать над собой для преодоления этих страхов;
- надеетесь быстро «раскрутиться»: в реальности для получения первых результатов вам понадобится несколько ме-

сяцев упорной методичной работы;

- уверены, что лучшая стратегия – это накрутить побольше подписчиков, и для вас неважно, кто эти люди;
- не хотите вкладывать в развитие блога ни копейки – вложения, пусть и минимальные, в любом случае необходимы;
- не готовы учиться: для развития блога придется разбираться с аналитикой, написанием продающих текстов, программами для обработки фото и видео, техническими нюансами и много чем еще;

Начните развивать экспертный блог: он поможет сформировать имидж востребованного эксперта.

- не можете регулярно создавать контент: написать десять постов, а потом пропасть на полгода – это напрасная трата времени.

Шесть причин завести экспертный блог

Если перечисленные трудности вас не испугали, предлагаю поговорить о преимуществах, которые дает ведение блога. Я выделила шесть важнейших, на мой взгляд, причин для эксперта, чтобы начать его развивать. На самом деле, причин гораздо больше, но главная – это ваше желание делиться контентом.

Микроблог – это ваша визитная карточка

Представьте, что ваш потенциальный клиент хочет найти информацию о вас и вбивает в поисковике ваше имя и сферу деятельности. А в ответ – тишина? Или, может быть, ссылки на ваши интервью, веб-сайт и соцсети с полным списком регалий?

Так вот, как минимум в поисковой выдаче просто обязательно появиться ссылка на ваш заполненный профиль в соцсети. Если сегодня ваше имя не присутствует в интернет-пространстве, это означает, что вас не существует. Любой эксперт должен иметь оформленный профиль хотя бы в одной-двух соцсетях, даже если он не ведет его активно. Это ваша электронная визитка.

Прежде чем принять кандидата на работу, многие специалисты по персоналу изучают его личный профиль в соцсетях. Наемный сотрудник вы или предприниматель, важно, чтобы в интернете вокруг вашего имени формировалось позитивное информационное поле. Прекрасное средство достичь этой цели – завести микроблог.

Если сегодня ваше имя не присутствует в интернет-пространстве, это означает, что вас не существует.

Микроблог – работа на имидж

За 18 лет в маркетинге я испытала на практике многие инструменты продвижения. Поэтому с уверенностью заявляю: блог – это самый простой, доступный и низкобюджетный способ для развития имиджа эксперта, а значит, и для

роста дохода. Я бы даже сформулировала точнее: не способ, а платформа.

Да, вы можете быть крутым экспертом: получать награды, выступать на известных конференциях, но вот беда – без аудитории вам некому и негде будет транслировать свою крутизну. А регулярное ведение блога – верный способ сформировать вокруг себя «закрытый клуб» по интересам. Подключая любые доступные способы продвижения, вы будете демонстрировать в блоге собственные достижения, параллельно наращивая аудиторию и авторитет.

Микроблог – это конкурентное преимущество

Вот скажите: многие ли специалисты из вашей сферы ведут экспертный блог? Предвосхищаю ваш ответ: «Да полно таких!» Рискну предположить, что многих коллег по цеху вы узнали именно благодаря их блогам. Этим людям есть что сказать, они умеют формулировать мысли, не боятся общаться с подписчиками, без трясучки в коленях снимают себя на телефон и не обращают внимания на хейтеров. Эти люди заявили о себе и не опасаются осуждения читателей (а может, и опасаются, но продолжают публиковать контент!).

А теперь подумайте, сколько специалистов из вашей сферы предпочитают «не отсвечивать». Сколько тех, кто избрал стратегию «быть, а не казаться», ни за что на свете не осмелится записать 15-секундное видео и выложить его в интернет? У них на это тысячи причин. И времени нет, и речь не идеальна, «а свекровь что скажет?», и вообще, возраст уже

не тот. Подумайте, сколько таких, вполне хороших специалистов, которые не хотят или просто не могут вести блог и окунаться в публичность!

Согласна, публичность – это вызов. Но, если вы примете его, обойдете 90 % ваших конкурентов.

Микроблог – это возможность монетизировать ваши знания или хобби

Как вы думаете, какое количество подписчиков должно быть в аккаунте, чтобы блогер начал зарабатывать? Пять тысяч? Тысяча? Пятьсот человек?

А что, если я скажу: абсолютно реально продавать свои продукты и услуги даже при сотне читателей?..

Безусловно, существует прямая зависимость между количеством подписчиков и уровнем дохода блогера. Но встав на этот путь, вы быстро осознаете, что дело не в количестве подписчиков, а в качестве целевой аудитории, которую вы привлекаете.

Если вы продаете ювелирные украшения премиум-класса и при этом нагоните в аккаунт несколько тысяч подростков, будь вы даже богом продаж, очевидно неминуем провал. А теперь представьте: после посещения ювелирной выставки вам удалось привлечь в блог всего 10 человек, но это платежеспособные женщины, заинтересованные приобрести качественную ювелирку. И все они теперь читают ваш последний пост, где увлекательно рассказывается про 12 способов отличить оригинал от подделки. Согласитесь, теперь задача

продать ваш продукт выглядит достижимой.

Я лично знаю множество людей, которые уже заработали неплохие деньги и продолжают зарабатывать на блоге, став лицом своего бизнеса, создавая качественный контент и привлекая «правильных» – целевых – подписчиков.

А что, если я скажу: абсолютно реально продавать свои продукты и услуги даже при сотне читателей?..

Есть масса способов заработать на блоге: размещать в нем рекламу, продавать собственные продукты и услуги, привлекать клиентов в свой бизнес и др. Подробнее о способах монетизации я расскажу в главе 9.

Микроблог – это увлекательная работа над собой

Когда за вами следят тысячи людей, это мотивирует совершенствоваться и как профессионалу, и как личности. Вам задали вопрос, на который не знаете ответа? Это замечательный повод восполнить пробел! Увидели, что конкурент компетентен в смежной сфере? Вот и новый повод для саморазвития.

Если вы думаете, что мне было легко развивать блог, признаюсь: работая над ним, я преодолела страх камеры и публичных выступлений, приобрела навыки работы в SMM и освоила множество графических приложений и программ для обработки видео. Но самое главное – до меня наконец дошло, что мои знания и опыт действительно востребованы. Никакая я не самозванка!

Микроблог – это новые уровни общения

Ваш блог – это способ приобрести новые деловые знакомства и пообщаться с крутыми ребятами, которых вы вряд ли встретили бы в обыкновенной жизни. Сейчас это называют модным словом «нетворкинг».

Когда я начала уверенно вести блог, посыпались приглашения к сотрудничеству от других блогеров и экспертов из смежных сфер. Я стала частым гостем онлайн- и офлайн-бизнес-клубов, где выступала с лекциями по своей тематике. Ко мне регулярно обращаются онлайн-школы для совместной записи видеоуроков по сторителлингу.

Однажды мне позвонил представитель государственного ведомства и предложил возглавить пресс-службу одного из крупных подразделений. Он объяснил, что руководство видело мой блог и им нужен человек именно с таким опытом, как у меня, который умеет общаться на камеру. Как же я была удивлена! Меня приглашают на престижную должность просто потому, что я пишу посты в маленьком блоге и время от времени снимаю видео с шутками-прибаутками! На госслужбу я не пошла, но с еще большим энтузиазмом продолжила развивать свой любимый блог.

Думаю, мне удалось вас убедить: микроблог сегодня не просто тренд, это образ существования успешного эксперта. И самое главное – способ капитализации ваших знаний и работающий инструмент для поиска клиентов.

Для меня создание блога стало важным событием на пу-

ти к экспертности. Начав вести блог, я обнаружила, что мои профессиональные знания полезны большому количеству людей: ко мне все чаще стали обращаться за советом.

Вместе с мотивацией приходит понимание: вы вкладываете столько, сколько считаете нужным, не участвуя в гонке за лайками или подписчиками ради публичности. Ваш блог растет, с ним растет ваш личный бренд, а следовательно, и заработок. Именно такой схемой, которую мне самой удалось реализовать на практике, я и хочу поделиться в этой книге.

#Личная история. Первая тысяча

Я начала вести блог @pishu_stilno в ноябре 2018 года, будучи в декретном отпуске. Я писала посты на тему продающих текстов, маркетинга и сторителлинга, подавала информацию легким живым языком, оформляла посты в виде комиксов. Публикации в моем блоге выходили гораздо реже, чем это рекомендуют гуру соцсетей, зато их сохраняли и репостили.

Невероятное воодушевление придавала мысль, что у меня появилось свое, пусть и маленькое, СМИ. Это же моя детская мечта! С каждым днем я получала все больше приятных откликов от читателей. Аудитория постепенно вовлекалась в живое общение и взаимодействие. Да и сама я увлеклась ведением блога и вскоре поняла, что хочу в этом развиваться.

Тогда я решила применить знания, которые получила, работая много лет пиарщиком. Я сделала профессиональную фотосессию, стала вести блог активнее. Пользуясь инструментами сторителлинга, начала писать статьи в СМИ от своего имени, хотя раньше писала исключительно от имени боссов. И конечно, демонстрировала все это в блоге. Важным моментом стал «выход из-за кулис», когда я начала записывать себя на видео: для меня это был необыкновенный рост и переход на новый этап ведения блога.

За полтора года, пока я была в декрете, мне удалось набрать 35 тысяч целевых подписчиков и запустить собственный онлайн-курс. Всего я провела пять потоков для тысячи учеников. За это время значительно вырос мой доход. Ежедневно приходили многочисленные положительные отзывы от читателей, которые интересовались моей жизнью и поддерживали мою работу. Меня даже стали узнавать на улицах.

Но вот закончился декретный отпуск, и пришла пора возвращаться в офис. Я приготовилась к «звездным» будням: сейчас ко мне будут приставать с расспросами, просить советов, брать автографы и делать совместные селфи. Но когда я села за офисный стол, открыла ноутбук, оглянулась на коллег, уткнувшихся в мониторы, то поняла: вот она, реальность. Я просто офисный планктон. Такая же, как все.

Разительный контраст с блогом, где я звезда. Здесь никто меня не знает, не ждет с нетерпением моих постов и советов, и всем, в общем-то, на меня плевать. Тогда на минуту мне

показалось, что мой блог – это баловство, игра в куличики, а вот именно здесь, в офисе, настоящая серьезная работа. Но вкусив по полной офисной жизни с ежедневным просиживанием штанов на собраниях, автомобильными пробками и, главное, ощущением, что ты не принадлежишь себе, буквально через полгода я снова вернулась к блогерству.

Меня приглашают на престижную должность просто потому, что я пишу посты в маленьком блоге и время от времени снимаю видео с шутками-прибаутками!

Единственный способ понять, на правильном ли вы пути, – это попробовать его пройти.

Однажды испытав удовольствие заниматься тем, что по-настоящему увлекает, ощущать свое влияние на людей, уже невыносимо оставаться в корпоративной среде, где ты лишь микроскопический винтик, от которого мало что зависит.

Единственный способ понять, на правильном ли вы пути, – это попробовать его пройти. Я счастлива, что сумела отыскать свой, и теперь на страницах этой книги хочу поделиться опытом и, возможно, помочь вам найти истинное призвание.

ВЫВОДЫ:

Если вы эксперт в своей сфере, планируете развиваться дальше, привлекая новых клиентов, и не боитесь публичности, отличный рецепт для вас – завести блог. При этом неважно, работаете ли вы на

себя, на компанию или владеете бизнесом.

Микроблог – это доступная каждому площадка для формирования имиджа востребованного эксперта и эффективный способ для монетизации своих знаний. Именно в блоге вы сможете отражать все свои успехи и достижения, постепенно набирая лояльную, заинтересованную аудиторию.

Ведение блога потребует полной самоотдачи. Одновременно это еще и потрясающая возможность самосовершенствоваться не только как профессионал, но и как личность.

Глава 2

Личность в блоге

Пара стоптанных дырявых туфель да выцветший сарафан – вот и все добро, которым владела Агафья. Случилось, что от заезжей барыни перепал Агафьюшке новехонький платок. Крепко задумалась она: и носить надо, другого-то у нее нет, и жалко, уж больно платок хорош. А носить – так выгорит же на солнце. Агафья надела платок наизнанку, чтобы не выгорал. Так и ходила.

*Накануне Светлой Пасхи вывернула Агафьюшка платок налицо, чтобы надеть красивой стороной...
Глядит: батюшки! Платок-то сносился в лохмотья.*

Если вы решили стать блогером, будьте готовы с самого начала постоянно демонстрировать подписчикам свой путь, профессиональные достижения и личность. Это значит, вам придется каждый день надевать праздничный платок: выкладывать личные фотографии, снимать видео с собой в главной роли, публиковать сторис, вести прямые эфиры и стримы. Публичность – это неотъемлемая часть блогерства, и отсидеться в сторонке тут не получится!

Допустим, вы продаете кружки ручной работы. Покупатель ищет их и случайно заходит в ваш аккаунт. Как думаете, какая первая мысль возникнет у гостя? Подойдет ли кружка

под интерьер, не разобьется ли, не лопнет ли в посудомойке – дело десятое. В первую очередь покупателя будет волновать, не обманет ли продавец. Кому доверять свои деньги? Где увидеть автора кружек? Где гарантия, что это не перепродажа с AliExpress, что мастер действительно вручную их делает?

Именно поэтому так важно быть заметным в блоге: вы реальный человек, не мошенник-робот, не перекупщик; вот ваши рабочие инструменты, вот отзывы довольных клиентов. Именно к этому отсылает надпись на скрижалях маркетологов: «Люди покупают у людей».

Невозможно наработать авторитет, прячась за аватаркой без фото и за постами даже с ультраполезной пользой в ожидании, что в один прекрасный момент слава внезапно обрушится на вашу голову.

«А можно ли обойтись без публичности? Можно я просто буду писать полезные тексты?» Подобные вопросы мне часто задают на тренингах по развитию имиджа.

И мой однозначный ответ – нет, нельзя! Невозможно наработать авторитет, прячась за аватаркой без фото и за постами даже с ультраполезной пользой в ожидании, что в один прекрасный момент слава внезапно обрушится на вашу голову. Репутацию востребованного эксперта придется строить кирпичик за кирпичиком, постоянно напоминая о себе подписчикам.

Зачем нужна личность в блоге?

Почему так важно проявляться в блоге и так ли это обязательно – становиться лицом своего бизнеса?

И действительно! Зачем пыжиться, рассказывать о себе, пытаться выделиться, придумывать? Почему бы просто не быть как все? Миллионный дизайнер интерьеров, миллиардный психолог или юрист. В целом, конечно, можно. Только у меня один вопрос. Почему клиент должен обратиться именно к вам? Именно к миллиардному? А не к раскрученному эксперту из первой десятки или хотя бы первой сотни?

Думаю, вы уже знаете ответ. Клиент, который мог быть вашим, обратится к эксперту, которого он лучше знает. Или думает, что знает.

Если вас попросят назвать известного дизайнера, возможно, вы сразу вспомните Артемия Лебедева или Киру Пластинину. Если заговорим о копирайтерах, наверняка в уме всплывут имена Дмитрия Кота, Дениса Каплунова, Максима Ильяхова, Петра Панды. Их имена – раскрученные бренды, поэтому к этим людям идут все крупные заказы на российском рынке. Они знамениты в своей нише, поэтому выигрывают.

Именно для создания узнаваемости и стоит добавлять личность в бизнес. А поскольку витриной бизнеса в наше время считается профессиональный микроблог, главная за-

дача – стать его лицом!

Демонстрировать личность в блоге – значит развивать имидж востребованного эксперта, публиковать уникальный контент и постоянно быть на виду. Подписчикам нравится наблюдать за реальным человеком. Им быстро начинает казаться, что они вас знают. Постоянно напоминая о себе, вы со временем обрываете доверие читателей и укрепляете авторитет, поэтому они с большей вероятностью купят ваши продукты или услуги.

В то же время нужно помнить: быть на виду не предполагает эпатаж, выворачивание наизнанку частной жизни или участие в бесконечной гонке за лайками. Основная задача блога – раскрытие профессиональных качеств автора и его принципов работы, а конечная главная цель – это монетизация блога: развитие бизнеса, привлечение клиентов и рекламодателей через построение репутации.

Добавляя личность в бизнес (и блог), вы обходите тот самый миллиард конкурентов. С личностью никто не может конкурировать, просто потому что не бывает двух одинаковых людей, даже если они занимаются одним и тем же делом.

Чем больше читателей уверены, что они вас знают, тем меньше вас волнует конкуренция, тем больше у вас клиентов и выше доход.

С личностью никто не может конкурировать, просто потому что не бывает двух одинаковых людей, даже если они занимаются одним и тем же

делом.

Как это работает? Эффект земляка

Чем же это привлечет подписчиков, если сегодня я признаюсь, что регулярно практикую йогу, а завтра поделюсь любимым рецептом сырников? Как связаны продажи услуг с виртуозным приготовлением сырников?

Как показывают исследования, мозг человека издревле запрограммирован на разделение людей на «своих» и «чужих». Двое ранее незнакомых мужчин в повседневной одежде быстро узнают друг друга на официальном приеме, где все остальные участники будут в деловых костюмах. Среди множества людей на пляже семьи с детишками одного возраста сразу найдут общий язык. А земляки, случайно встретившиеся на чужбине, всегда найдут повод выпить. Младенцы спустя несколько недель после рождения овладевают навыком распознавать лица внутри своей расы, выделяя «чужаков». В древности эта способность была необходимым условием для выживания.

Так называемый эффект земляка проявляется в подсознательном проведении границ между «мы» и «они». Об этом явлении говорят многочисленные научные эксперименты нейробиологов. Это может показаться забавным, но, если группе из 20 человек выдать 10 белых маек и 10 красных, распределив цвета случайным образом, люди момен-

тально поделятся на своих и чужих. Мы стадные животные, и нам важно разделять соплеменников и чужаков, даже таким примитивным образом.

Критерии неосознанного разделения на «мы» и «они» могут быть самые разные: пол, возраст, раса, национальность, политические взгляды, гастрономические пристрастия, внешний вид, наличие домашнего питомца, общая проблема или болезнь, социальный статус и многое другое. Именно этот эффект лежит в основе техник НЛП (нейролингвистического программирования). И вот мы вплотную подошли к идее, зачем же показывать в экспертном блоге рецепт сырников.

Когда вы демонстрируете в блоге свое увлечение или качество, которое есть и у ваших подписчиков, это моментально делает вас похожими. Так работает эффект земляка: вы становитесь «своим». Именно поэтому такие простые совпадения вроде «у меня тоже есть кот» или «я тоже увлекаюсь дайвингом» помогают сблизиться с аудиторией.

Люди тянутся к похожим на них даже в таких мелочах, как цвет оправы очков, выбор спортивной команды или темп речи. Мы охотнее помогаем «своим», с большей готовностью оправдываем их поступки и воспринимаем их более здравомыслящими по сравнению с «чужаками». Надо ли объяснять, что подписчикам будет приятнее следить за «своим» блогером, что именно к нему они быстрее обратятся за услугой?

Умение правильно транслировать личность в блоге нарабатывается практикой и отличает наиболее успешных блогеров. Магия эффекта земляка проявляется у ваших читателей, когда их осеняет мысль «О! Да он, оказывается, тоже прогуливал уроки в школе!» или «Я тоже никак не могу проснуться утром!» Читай: «Он такой же, как и я, мы свои».

Если вы ненавязчиво, но регулярно демонстрируете подобное сходство, к вам притягиваются люди с аналогичными ценностями. Это и есть самая значимая аудитория для блогера, это ваши верные подписчики и потенциальные покупатели.

Показывая личность в блоге, не забывайте про эмоции. Искренность и открытость, умение пошутить и посмеяться над собой необыкновенно притягивают внимание и – выделяют вас из толпы. Эмоциональная подача работает на харизму и помогает сформировать имидж востребованного эксперта, даже когда вы показываете банальную мелочь или повседневную рутину.

Искренность и открытость, умение пошутить и посмеяться над собой необыкновенно притягивают внимание и выделяют вас из толпы.

Одна из функций эмоций – объединение, поэтому они так заразительны. Неслучайно мы любим вместе смотреть Comedy Club, вместе болеть за «Спартак», вместе возмущаться тупостью бюрократии – все это ради переживания общности! Доставьте же эту радость подписчикам!

Когда читатели не просто видят в вашем блоге свои же черты, а еще и чувствуют ваши эмоции, у вас появляется мощный рычаг влияния. Это ниточка, которая позволит вести аудиторию за собой.

Научитесь искать общее с людьми, и вы обретете огромное влияние. В этом вам поможет маркетинг смыслов, о котором мы поговорим в главе 11.

Личностный подход экономит бюджет

Еще один важный аргумент, чтобы добавить личность: блоги с ярко выраженным, харизматичным автором значительно дешевле продвигать!

Расценки на рекламу у разных площадок отличаются, а некоторым категориям бизнеса могут принципиально отказывать как по требованию законодательства, так и из-за личных предпочтений или потенциальных репутационных потерь. Например, это может касаться предсказателей, астрологов или сетевого бизнеса.

Отсмотрев сотни блогов для продвижения собственного проекта, скажу наверняка: расценки на рекламу для личного блога ощутимо ниже, чем для обезличенных проектов – тех же интернет-магазинов или тематических пабликов без ярко выделяющейся личности их владельца.

Да, читатели охотнее подписываются на блог, где сразу видна личность. Просто проверьте собственные подписки.

Какое там соотношение реальных людей и обезличенных проектов вроде «Торты на заказ. Барнаул»? Кто захочет постоянно наблюдать в ленте не интересующие его сейчас диваны? Совсем другое дело – регулярно читать крутые советы от дизайнера интерьеров Юлии, ладно уж, пускай она время от времени пиарит в постах диваны.

Новичка, который заглянул в аккаунт, гораздо проще «зацепить» личностью. Если, помимо полезных и умных постов, вы рассказываете о своем пути и делитесь личными переживаниями, запускается объединяющий эффект земляка. Подписчик волей-неволей «залипает». Люди привязываются к вам, словно вы главный герой их любимого сериала.

И, если подсчитать затраты на рекламу в расчете на одного подписавшегося в результате размещения одного и того же рекламного объявления, станет очевидно, что продвижение блога с личностью в центре внимания обойдется как минимум раза в полтора дешевле.

ВЫВОДЫ:

Микроблогер достигает успеха не только через полезные тексты, но и с помощью присутствия в блоге: личных историй, живых видео и эфиров. Покажите себя в жизни, чтобы завоевать доверие подписчиков.

Выражение «личность, широко известная в узких кругах» сегодня перестало быть ироническим. Блогер с развитым личным брендом – это не только настоящий лидер мнений, который сумел сформировать вокруг своего имени тесный круг общения, но и человек,

который неплохо зарабатывает на своем блоге.

Проявляясь в нем не только как специалист, но и как человек, открыто рассказывая об экспертном закулисье, вы становитесь для подписчика «своим» и со временем обретаете его доверие.

Значительно легче продвигать блог, в котором видна личность автора. То же самое касается ваших платных продуктов – помните: люди покупают у людей!

Глава 3

Формула известности

Однажды один успешный бизнесмен, отдыхая от городской суеты, прогуливался на рассвете по берегу океана в одной маленькой деревушке. Он обратил внимание на рыбака, лодка которого причаливала к берегу. Бизнесмен заинтересовался у рыбака, хороши ли здесь улов.

– Тут прекрасное место для рыбалки, – улыбаясь ответил рыбак. – Посмотри, сколько я наловил всего за пару часов! – Он показал ведро с поистине внушительным уловом.

– Почему же ты возвращаешься так рано и не наловишь еще больше рыбы? – заинтересовался бизнесмен.

– Моей семье вполне хватает и этого, чтобы прокормиться и выручить денег на продаже.

– Пускай так. Но что же ты будешь делать остаток дня?

– О! У меня много дел! Сначала я прогуляюсь по берегу, потом поиграю с детьми, после сиесты проведу время с женой, а вечером с удовольствием выпью с друзьями.

Бизнесмен пожал плечами и поморщился.

– Ты все делаешь неправильно! Дам тебе совет на миллион долларов. Смотри: сейчас ты должен

вернуться в океан и наловить еще четыре таких же ведра! Работая так каждый день, через пару лет ты сможешь купить нормальный рыболовный катер вместо этой убогой посудины, – и он показал на лодку.

– Зачем же мне катер?

– Ты наймешь троих работников и сможешь продавать втрое больше рыбы. Через полгода на вырученные деньги сможешь купить еще один катер, а через десять лет упорной работы у тебя будет рыболовный флот. Но и это еще не все! Только подумай, если последуешь моему плану, лет через 20–25 откроешь целую фабрику по переработке рыбы, станешь большим боссом и уедешь из этого захолустья в большой город. А потом, когда состаришься и решишь отдохнуть, продашь многомиллионный бизнес и сможешь зажить в свое удовольствие!

– А что значит, по-твоему, жить в свое удовольствие?

– Это значит, ты наконец сможешь уехать в спокойную деревушку, рыбачить вволю, спать сколько захочется и проводить вечера с близкими людьми.

– Нет, парень, это ты что-то делаешь неправильно! Я уже живу в свое удовольствие... – улыбнулся рыбак бизнесмену.

Теперь, друзья, давайте уточним ваши цели.

Вкладываясь в блог, со временем вы укрепите авторитет и приобретете известность. Чем большее количество людей вас знает, тем больше у вас клиентов и больше ваш зарабо-

ток.

Значит ли это, что надо стремиться стать Ольгой Бузовой или Настей Ивлеевой? Публичность такого уровня не только требует солидных бюджетов, но и предполагает готовность сделать личную жизнь достоянием публики.

А если у вас не завалится миллион баксов для раскрутки? Или вы не готовы обсуждать с подписчиками подробности вашего развода? Стоит ли тогда пытаться догнать Билана? Каков реально достижимый уровень публичности для обычного человека? Давайте разбираться.

Первая ипостась публичности – звезда

Если подумать, кто из известных личностей обладает звездным статусом, возможно, на ум придут имена Ольги Бузовой, Димы Билана или Ксении Собчак. Это люди-бренды: за каждым из них стоит профессиональная команда пиарщиков. Каждый шаг звезды продуман: в понедельник она выступит против мнения большинства, во вторник поучаствует в скандале, а в среду «случайно» раскроет подробности романтического свидания. Сплошь и рядом звездный блогер становится марионеткой в руках продюсеров и миллионной аудитории, жаждущей зрелищного контента.

Постоянно быть на виду – необходимость: если звезда вздумает оставить частную жизнь за

кадром, публика сразу же теряет интерес.

Постоянно быть на виду – необходимость: если звезда вздумает оставить частную жизнь за кадром, публика сразу же теряет интерес. Блог, который ежедневно читают несколько миллионов подписчиков, становится звеном в цепи рекламного круговорота.

Чтобы стать звездой, необязательно быть экспертом. Вам понадобится харизма (либо скандальный характер), хороший продюсер, огромные бюджеты или счастливый случай оказаться в нужное время в нужном месте.

Вторая ипостась публичности – звездный эксперт, специалист широкого профиля

Есть ли в вашей отрасли человек, на которого вы равняетесь, за чьей профессиональной деятельностью следите? Если вы преподаете или изучаете ораторское искусство, возможно, вам нравится Радислав Гандапас или Седа Каспарова. Если ваша сфера – психология, наверняка вы подписаны на Андрея Курпатова или Людмилу Петрановскую.

Звездные эксперты читают лекции, выступают на конференциях, пишут книги по своей тематике, постоянно повышают квалификацию, развивают профессионализм – публичность здесь не причина, а следствие упорной ежедневной работы.

У звездного эксперта, как правило, тоже есть команда: ассистенты, маркетологи, пресс-служба, менеджеры проекта, SMM-менеджеры и продюсеры. Его блог насчитывает несколько сотен тысяч подписчиков, а основной контент – новости отрасли, анонсы событий и профессиональные советы. Показывать личную жизнь или нет, определяет сам владелец блога.

Чтобы добиться уровня известности эксперта-звезды, придется немало потрудиться. Причем не столько в повышении квалификации, сколько в работе над репутацией. Но вложения в собственный имидж окупаются с лихвой. Правда, не ждите быстрых результатов, приготовьтесь к работе вдолгую.

Стартовать же я предлагаю с третьей ступени, доступной абсолютно каждому.

Третья ипостась публичности – узкий специалист

Любой, кто досконально разбирается в конкретной теме, будь то зарубежная недвижимость, семейное право, путешествия по России или даже засолка огурцов, может сформировать авторитет первоклассного специалиста узкого профиля, востребованного в своей нише.

В качестве площадки для развития репутации узкий специалист использует экспертный блог, на который со време-

нем подписываются тысячи читателей.

Узкий эксперт методично вкладывается в повышение квалификации, а также в развитие микроблога, где демонстрирует свои успехи, формирует авторитет и публикует полезный контент. При этом специалист сам решает, сколько именно ресурсов вкладывать. Он сам выбирает уровень присутствия личности в блоге – ему нет нужды устраивать пляски в прямом эфире, выклянчивая лайки.

Но вложения в собственный имидж окупаются с лихвой. Правда, не ждите быстрых результатов, приготовьтесь к работе вдолгую.

Предположу, если вы сейчас читаете эту книгу, то не обладаете развитым брендом подобно Ксении Собчак или Андрею Курпатову. И это хорошо. Значит, у вас еще все впереди. Пока мы с вами займемся построением бренда узкого специалиста. А становиться ли вам впоследствии звездным экспертом или блогером-звездой, решайте сами.

Наш маршрут

Теперь я коротко обозначу маршрут, которым поведу вас по страницам этой книги к жизни, где вы сможете зарабатывать, занимаясь делом мечты.

Всегда держите в центре внимания цель – создать экспертный микроблог, уверенно приносящий доход. Как мы выяс-

нили выше, успешность блогера проявляется совсем не в количестве подписчиков, а прежде всего в умело сформированном имидже востребованного профи, к которому всегда будут выстраиваться очереди клиентов.

Чтобы ваш блог работал на вас, нужно развивать авторитет первоклассного специалиста узкого профиля, но с заделом на будущее. Ведь в долгосрочной перспективе уровень вашей публичности может дорасти до «звездного эксперта».

Весь путь к достижению цели условно делится на две важные взаимосвязанные составляющие: создание качественного контента и работа над собственным имиджем.

Работа над имиджем

Чтобы стать успешным экспертом, начни действовать как успешный эксперт! Именно этот основополагающий принцип должен поселиться у вас в голове перед стартом нашей работы.

Поэтому важно отыскать ответы на два главных вопроса: «Кто я?» и «Кто мой клиент?», определить позиционирование и изучить вашу целевую аудиторию. Именно эта информация поможет вам выработать собственный стиль и составить карту смыслов.

Вам потребуется изучить тонкости архетипов и разобраться в особенностях брендинга, визуального оформления профилей в интернете.

И, безусловно, работа над имиджем предполагает освоение инструментов формирования репутации и грамотного

их применения. Обо всем этом мы еще поговорим подробно в следующих главах.

Создание контента

Главный рычаг продвижения блога, особенно на первых этапах, – создание увлекательного и полезного контента, который приведет первых читателей.

Если у вас пока нет регалий, опыта выступлений на TED или степени MBA, не беда: подписчиков обязательно привлечет ваш уникальный опыт и авторская подача. Согласитесь, один и тот же материал можно преподносить академично или с юмором. Выбор за вами: как вам комфортнее, что больше откликается.

Создать качественный контент вам поможет: знание основных схем и правил его формирования, методики сторителлинга и умение передавать смыслы через тексты, встраивая в них скрытые продажи.

Напутствие

Друзья, помните: на начальном этапе абсолютно неважно, сколько у вас читателей. Нацеливайтесь на качественную, активную и лояльную аудиторию, а не на большое количество подписчиков. Пусть их будет всего 100, но они вдохновятся вашей позицией и с готовностью обратятся за профессиональной платной консультацией именно к вам.

Важно отыскать ответы на два главных

**вопроса: «Кто я?» и «Кто мой клиент?»,
определить позиционирование и изучить вашу
целевую аудиторию.**

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.