

Маргарита БЫЛИНИНА

ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК



ИЗ

СОЦСЕТЕЙ



Маргарита Андреевна Былинина

Денежный поток из соцсетей

Серия «Бизнес в рунете»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68468806

Денежный поток из соцсетей:

ISBN 978-5-17-147667-0

Аннотация

«Денежный поток из соцсетей» – новая книга Мартины Былининой для предпринимателей, которые решили развивать свой бизнес в социальных сетях, но не знают с чего начать. Это сильная мотивация к действию и конкретные советы, принципы системы и инструменты, которые можно и нужно применять вне зависимости от ниши.

Книга дает читателю полное представление о том, ЧТО нужно делать, чтобы заработать деньги в соцсетях.

Маргарита Былинина – диджитал-маркетолог, предприниматель, трендотчер, писательница, автор тренингов о продвижении и продажах в интернет-бизнесе.

«Пусть эта книга станет для вас действенной подсказкой, благодаря которой вы сможете найти ответы на вопросы, связанные с вашим проектом. А если вы еще только думаете, только планируете открывать свой проект в соцсетях, то, надеюсь, она станет для вас поддержкой и мотиватором. Действуйте!»

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Предисловие	6
Эта книга не сделает за вас бизнес	8
Как работать с этой книгой	12
Моя личная история,	13
А есть ли у вас продукт?	26
Подсказка № 1	29
Конец ознакомительного фрагмента.	31

**Маргарита
Андреевна Былинина
Денежный поток
из соцсетей**

© М.А. Былинина, 2022

© Издательство АСТ, 2022

Предисловие

Дорогие читатели!

В этой книге я постаралась максимально честно рассказать о том, что нужно делать, чтобы проект в Инстаграме не просто зарабатывал какие-то деньги – это, к слову, не так уж и сложно, – а стал делом, которое приносит стабильную прибыль. Но это не учебник, не догма и не истина в последней инстанции. Просто невозможно создать такую книгу, прочитав которую человек – раз! – и создаст свой бизнес, словно сделав контрольную работу по выученной теме.

И в этой книге, и в своем аккаунте в Инстаграме я всегда говорю о том, что нет таких шаблонов, которые подойдут всем. Невозможно создать такую «кальку», наложив которую на свой проект, вы получите успешный успех и миллионы на счетах. Я не знаю ни одного случая, когда бы человек создал бизнес-проект, руководствуясь только книжными знаниями. Тем не менее, принципы, идеи, примеры, отдельные схемы, которые сработали у одних, могут стать отличными подсказками для других. Для тех, кто только начинает свой путь. Для тех, кто уже действует, но не получает тот результат, на который рассчитывал.

Пусть эта книга будет для вас действенной шпаргалкой, благодаря которой вы сможете найти ответы на вопросы, связанные с вашим инстаграм-проектом. А если вы еще только

думаете, только планируете открывать свой бизнес в Инстаграме, то, надеюсь, она станет для вас поддержкой и мотиватором. Действуйте!

Ваша Маргарита Былинина

Эта книга не сделает за вас бизнес И вообще никакая книга этого не делает...

Если вы уже открыли эту книгу, то, скорее всего, вопрос «Как достать деньги из Инстаграма?» вам интересен. Возможно, вы уже не только слышали и видели, что деньги в Инстаграме есть, но и пробовали зарабатывать их там: пытались запустить авторский курс, открыть магазин или продвигать свои услуги. Возможно даже, что пытались это сделать не один раз, проходили обучение, нанимали специалистов, но...

Наверняка есть какое-то НО, которое пока что не позволяет получить желаемый результат: подписчиков мало, они никак не становятся покупателями, доход нестабильный или совершенно недостаточный, чтобы называть это бизнесом.

Возможно, вы делаете многое: тексты пишете, фото красивые ставите, даже рекламу иногда даете, но формула «проект в Инстаграме = стабильный и серьезный доход» не работает, хоть ты тресни. Возможно, уже опускаются руки. Потому что, если делаешь-делаешь, а результата не видишь, они хоть у кого опустятся. Возможно, уже и не веришь, что все это вообще реально – вести бизнес в Инстаграме и получать прибыль, на которую можно не только сводить концы с кон-

цами, а жить ту жизнь, о которой мечтается. Начинает казаться, что все истории успеха, которыми полна Сеть, сплошной обман и «так не бывает». А возможно, все это вместе: и делаете многое, но результата нет, и руки опускаются, и доверие к тому, что говорят стремится к нулю.

Так вот. У меня для вас две новости.

Первая плохая: можно, действительно, делать много, не спать ночами, вбухивать кучу денег, но не получить результата. Потому рвение не равно системности. Даже небольшой сбой в одном элементе системы приводит к тому, что весь механизм не работает. Или работает «вхолостую».

Вторая новость намного лучше: все это можно поправить. Потому что вести бизнес-проект в Инстаграме – это вовсе не какое-то чудо чудесное и тайное знание, доступное избранным. Это может каждый. Каждый, кому это нужно, кто готов учиться и практиковаться.

Кстати, как автор книги я не ставлю перед собой задачу научить вас от А до Я разбираться, как создавать и оформлять профили, настраивать таргетинг и делать сторис. Во-первых, этого полно в Интернете, да и книг на эту тему уже написана масса. Притом, что Инстаграм постоянно вводит что-то новенькое. Обучение техническим ходам через книги неэффективно даже просто потому, что такая информация устаревает очень быстро. Во-вторых, шаблонов не существует, и сделать бизнес по книжке невозможно. Иначе ричардов-брэнсонов была бы уже армия, не так ли?

Года три назад мне из издательства поступило предложение написать книгу. Я тогда отказалась, потому что была уверена: через книгу научиться создавать бизнес-проекты невозможно. Уверена я в этом и сейчас. Но сегодня я отлично понимаю вот что: через книгу можно ПОКАЗАТЬ, что существуют другие ходы и решения, кроме бесконечных запусков, гивов, марафонов и красивого оформления профиля. Через свой блог в Инстаграме я уже много лет транслирую идею о том, что если человек хочет заниматься бизнесом, то начинать надо с построения системы. И это касается не только проектов в Инстаграме: если у вас грамотно выстроена система, то она будет работать на любой площадке – соцсети это, собственный сайт или маркетплейс. Я написала эту книгу для того, чтобы ПОКАЗАТЬ: чем скорее произойдет переход от хаоса к системе, тем больше выжить шансов у бизнес-проекта. И не только выжить, а стать источником отличного дохода для своего создателя.

ЭТА КНИГА – НЕ УЧЕБНИК, не готовая шпаргалка, не пошаговое руководство. Но она сильнейший мотиватор, поддержка и подсказка для тех, кто только начинает развивать свои бизнес-проекты в Инстаграме. Она отлично подойдет и тем, кто застрял на месте и никак не может сдвинуть свой бизнес-проект в Инстаграме с мертвой точки.

В этой книге вы найдете ответы на такие вопросы:

- Почему Инстаграм – это суперплощадка для бизнес-проектов?

- Почему количество подписчиков, шапка профиля и красивые фото – это не ключевые факторы для успешного бизнеса в Инстаграме?
- С чего начать, чтобы зарабатывать в Инстаграме?
- Что такое система продаж в Инстаграме, зачем ее строить и почему это нужно делать с самого начала?
- Как сделать первые шаги из хаоса в систему?
- Что такое контент-стратегия, и что важно делать, чтобы она была эффективной?
- Как подписчика быстро превратить в клиента?
- Как развивать свой проект во время кризиса?

Я написала эту книгу и для того, чтобы показать возможности, которые есть сегодня в Инстаграме. Возможности, которыми можно и нужно пользоваться, чтобы зарабатывать много и очень много. Возможности, которые открывают потрясающие перспективы для тех, кто готов думать и действовать. Поддержать, подтолкнуть, подсказать – это можно сделать с помощью книги. И это моя зона ответственности. Все остальное: решиться, начать, делать, ошибаться, снова делать, находить СВОИ модели и ходы, получать результат и выводить свой бизнес-проект на новые горизонты – это уже не про книгу. И это ваша зона ответственности, дорогой читатель.

Согласны на такое распределение? Тогда вперед!

Как работать с этой книгой

Основная часть книги – это главы-подсказки, в которых раскрываются какие-то вопросы и темы. В самом начале каждой такой главы я привела типичные вопросы, которые задают те, кто решил начать развивать свой проект в Инстаграме или выводит его на новый уровень.

Так или иначе, все главы-подсказки – о том, как монетизировать свой проект в Инстаграме. Вы можете читать книгу от начала до конца, а можете открыть на той главе, которая вам сейчас нужна больше всего.

А еще в книге есть реальные истории о проектах, которые были созданы в Инстаграме нашими клиентами и учениками. И они тут не случайно: истории вдохновляют. Порой даже сильнее, чем что-то другое. Читайте истории, вдохновляйтесь, решайтесь и – самое главное! – верьте, что у вас все получится.

Моя личная история, или Как мне помог Инстаграм

Эта книга была уже подписана в печать, когда в России вышел закон, согласно которому Инстаграм был признан экстремистской организацией. Но из песни слов не выкинешь – моя история изначально и много лет была связана именно с ним. Поэтому, я не убрала главу, в которой так часто упоминается эта социальная сеть из книги. Напротив – рассказала все как было.

Я начинаю эту книгу в самолете. Всемирный кризис, пандемия, границы закрыты, а я лечу с мужем и маленьким сыном на Бали, в нашу прекрасную тропическую виллу, которую мы только что достроили. Почти нереально передвигаться по миру. А мы – летим. Отменены сотни рейсов. А мы – летим!

Об этом я мечтала. О таком уровне личной свободы, чтобы не мешали преграды. Чтобы полет в любую точку мира, как только захочу. Именно такую свободу я мечтала показать сыну, который сегодня растет совсем в других условиях, нежели я в детстве.

Я начинала свой проект в Инстаграме в 2016 году. Не самое простое время. Тогда сильно обесценился рубль, казалось, стабильность рухнет и все летит к чертям. И тут я с

30 000 рублей решила делать бизнес. Через Инстаграм. Муж кричал: «Это безумие! У нас ни собственного жилья, ни подушки безопасности, людей увольняют направо и налево...» Но всего лишь полгода спустя я за один месяц заработала сумму, равную нескольким его зарплатам. Сейчас мой проект приносит миллионы долларов выручки в год. Через один только Инстаграм. Мне есть за что благодарить Инстаграм. Он реально изменил мою жизнь.

Но давайте обо всем по порядку...

Год 2013. Я на Кипре. Увольняюсь из корпорации. На тот момент в этой стране не было экстрадиции. Мой шеф – не первый «беглый» крупный бизнесмен, чей бизнес на родине просто разорвали, а его самого – публично казнили в прессе. «Если сольешь информацию, и я сегодня узнаю об этом, завтра тебя найдут в реке», – проводил он меня словами. Даже не знаю, что меня больше возмутило тогда: прямая угроза жизни или то, что меня сравнили с человеком, способным предать. Я уехала домой, истощенная работой рядом с параноиком. Восстанавливалась долго. Вставала с утра, завтракала, ложилась снова.

Обедала-спала. И так пару месяцев. Тот опыт вселил в мою голову сразу несколько страхов:

- большие деньги ведут к неврозам и паранойе;
- если ты на виду, то рано или поздно кто-то захочет у тебя всё отобрать;
- публичность в бизнесе чревата буллингом: у кого-то на

уровне государства, у кого-то – в соцсетях.

Год 2014. Я спрогнозировала взрывной рост продаж в Инстаграме. Была спикером на одной маркетинговой конференции и в своем выступлении говорила, что Инстаграм совсем скоро будет другим. Что сюда зайдут и специалисты, которые работают на себя, и микро-, малый и средний бизнес. И о том, что рынок в этой соцсети просто взорвется. И даже прогнозировала прирост продаж на 300 % каждый год. Слушатели крутили пальцем у виска и не верили: какие могут быть продажи в сети, где сплошные котики, мамочки с пупсами и девушки в купальниках? Не смешите! На фоне существующего тогда контента – те самые котики и иже с ними – я со своими заявлениями выглядела смешно. В конце выступления меня спросили:

«Ну хорошо, если все это так, то почему же вы сами не развиваете свой проект там?» И это было действительно так: у меня не было собственного проекта в Инстаграме. Будучи фрилансером, я работала с чужими проектами. Но одной из моих прокачанных компетенций был трендвотчинг¹ – я от-

¹ Трендвотчинг – практика регулярного отслеживания потребительских и индустриальных трендов, включающая оценку и прогнозирование бизнес-факторов (спроса, предложения, стиля и моды), применяемая компаниями для создания инновационных продуктов, услуг и коммуникаций. Трендвотчинг позволяет выделить закономерности в поведении и предпочтениях потребителей, чтобы увидеть новые возможности для создания инноваций (определение взято из Википедии).

слеживала тренды, оценивала, прогнозировала.

Тот прогноз я сделала на свой страх и риск, не имея инсайдерской информации, но понимая, что эта платформа даст невероятные, потрясающие новые возможности для бизнеса.

Что получилось на самом деле, вы видите сами.

Интересные факты:

- *2017 год: сеть Инстаграм получила, по оценкам экспертов, свыше 2,8 млрд долларов США от рекламы;*
- *2020 год, октябрь: общее количество активных пользователей Инстаграм оценивалось в 1,16 миллиарда. Для сравнения: у Фейсбука 2,14 миллиарда пользователей, а у ТикТока – 689 миллионов;*
- *2021 год: в Инстаграме 500 миллионов активных пользователей в день².*

Да, в прогнозах я все же ошиблась: рост продаж в Инстаграме был гораздо стремительнее. Но вот в тот момент ни мой же прогноз, ни тот вопрос из зала не заставили меня сразу же заняться своим собственным проектом: я продолжала работать во фрилансе и была вполне довольна жизнью...

² Источники: bloomberg.com, datareportal.com и seo-aspirant.ru

Пока однажды не наткнулась на рекламу какого-то из курсов, в котором предлагалось обучение продажам в Инстаграме. Авторы утверждали, что красивые раскладки фото и правильные тексты – это и есть главные инструменты продаж. Я тогда написала комментарий: мол, ребята, вы о чем? Просто фоточки и тексты не продают. Продажи – это система! Которую к тому же нужно выстраивать именно под проект. Это был самый настоящий крик души: ну как же так-то?! Все ведь совсем иначе! Да, это площадка с огромными возможностями и уникальными форматами подачи информации – фото, посты и т. д. Но законы работают все те же самые, что и в реальном бизнесе: нет стратегии, нет системы – нет продаж, нет прибыли!

Чтобы было понятно, проведу аналогию с обычным, не инстаграм-бизнесом.

Представьте: вы решили открыть свой бизнес. В реальности, офлайн. Например, вы выучились на кинезиолога. Вам очень нравится новая профессия, вы горите своим делом и теперь хотите продавать свои услуги, чтобы получать доход (и не три копейки, верно?). В красивом бизнес-центре вы снимаете офис, делаете там суперремонт, покупаете удобную мебель, оборудование и... И садитесь ждать клиентов. Их нет. Хм...

Вы вешаете табличку на дверь. Клиентов нет! Вы делаете вывеску в холле бизнес-центра и даже даете рекламу в какой-то газете, которую бесплатно раздают в метро (потому

что денег не хватает, или потому что страшно вкладывать их в рекламу, или еще по какой-то причине). Вы рассказываете о своем новом проекте друзьям и знакомым. Они – чудесные же люди! – даже забегают к вам в офис иногда выпить чашечку чая, или поболтать, или порешать свои проблемы (бесплатно, конечно же, бесплатно – друзья же!). Кто-то из них еще и сомневается в вас, не принимает всерьез: «Да ладно, ты всю жизнь была бухгалтером, какой из тебя кинезиолог-то?!» Кто-то подливает масла в огонь: «Да ничего у тебя не получится! Какой кинезиолог, когда людям жрать нечего?» Кстати, кто-то из этих милейших людей искренне желает тебе добра, поэтому и «старается предостеречь». Ну а кто-то просто завидует: ты можешь взять вот так и круто поменять свою жизнь, начав заниматься любимым делом. Ты можешь, а они нет.

А вы реально спец, да еще и не жадный – столько полезных советов и рекомендаций даете! Но вот что касается продаж... Тут все сложно. Как-то стыдно продавать свои услуги. Как-то страшно – ведь опыта мало пока, и диплом всего один. Часто принимаешь людей бесплатно, в надежде на отзыв, рекомендацию, успокаивая себя: «Вот сейчас, опыта наработаю, и тогдааа...»

Иногда – о чудо! – клиенты появляются: срываются какие-то рекомендации, или реклама, или что-то еще... Но все это как-то случайно, не системно, да и вообще назвать бизнесом такую деятельность сложно. Руки опускаются, уве-

ренность стремительно падает. Успехи других на этом фоне кажутся придуманными историями или удачным стечением обстоятельств. Проходит какое-то время – за аренду платить больше нечем, продажи так и не выросли, отдача от рекомендаций мизерная... Финал печален.

Так вот. В том предложении про курс, увиденном мною, фактически было именно это: мы поможем вам обустроить офис, повесить красивую табличку на дверь, и у вас начнутся продажи. Не начнутся, как вы уже поняли.

На комментарий мне тогда совершенно справедливо ответили: «Ну чего же ты такая умная и такая бедная?» А у меня на тот момент профиль был закрытым, в Инстаграме я была исключительно пользователем и наблюдателем.

Никакого собственного проекта не было. Этот комментарий стал мощным триггером. Я решилась. Взяв за основу свой же прогноз, свои профессиональные навыки и знания, я начала создавать первый курс...

Год 2015. Мои муж орет на меня с пеной у рта... Кто этот мужчина? И куда делся мой чуткий, добрый, понимающий? Мы едем вдоль Москвы-реки на нашей старенькой машинке, и он негодует: «Что??? Проект о продажах и маркетинге??? В Инстаграме? Среди котиков, счастливых мамочек и девиц в купальниках? Ты обалдела?!»

Вот уже пять месяцев, как я живу только домом и мужем. Нерастраченного потенциала так много, что я, отнюдь

не домохозяйка, даже начала готовить и драить нашу съемную маленькую квартиру до блеска. Нужно ведь было девать куда-то творческую энергию! Пожив какое-то время с обедом-ужином из трех блюд, муж почуял неладное и затеял разговор: мол, не хочешь ли ты вернуться к работе? Я хотела. Он обрадовался: ну вот, будет нормальная семья – работа, ипотека, дети! Но... это были не они. В моих планах был Инстаграм. Да еще и бизнес-проект. «Тебя в любую компанию с руками-ногами оторвут, что ты выдумала!» – кричал муж. Глотая крокодиловы слезы, я твердо заявила, что буду попробовать. Даю себе шесть – девять месяцев, а вот если не получится, то вернуться в компанию или во фриланс никогда не поздно. И я засела за свой, выдавший виды, ноутбук разрабатывать первый продукт и программу выхода в Инстаграм. Через несколько недель муж сказал: «Я, конечно, не верю в эту затею, но вот...» И показал рукой на подарки. Это были аймак (Apple iMac) и нереально красивый слэб³ для работы. Моему счастью не было предела!

Эти две вещи, можно сказать, первые инвестиции в проект. С тех пор они переезжали со мной вначале из одной арендованной квартиры в другую, потом в первую собственную. И сегодня они тоже со мной – в большой, просторной

³ Слэбы из дерева – это широкие продольные спилы цельного участка ствола. Массивные плиты из вяза, дуба, тополя и других пород древесины используют для изготовления оригинальной мебели или в качестве самостоятельных элементов интерьера. Обнажение всего сечения позволяет наиболее полно раскрыть величие и благородство дерева.

квартире, которая появилась у нас благодаря бизнес-проекту в Инстаграме...

Нам сильно захотелось тепла, и мы уехали в Крым. За окном – зимняя Ялта. И это был самый холодный за сорок лет январь на полуострове. Муж слег с ангиной и высоченной температурой. Вот часто так бывает, когда делаешь что-то новое, замечали? Возникают препятствия и трудности, словно пространство проверяет тебя на прочность и твердость решения. Мне нужно в аптеку, но такси отказывается приезжать: летняя резина. Пошла пешком: иду, хрющу снежком и принимаю оплаты от клиентов. Тогда, на старте проекта, я была многоруким Шивой: сама отвечала на вопросы, подтверждала платежи, сама настраивала сайт-платформу и рассылку. Одна оплата, вторая, десятая, двадцать седьмая... Вдруг я подумала: «А что, если не справлюсь?! Что, если завалю все к чертям? Ведь нет гарантии для успеха. Но зато есть гарантированные способы облажаться. Точно ли я хочу этого? Точно ли поставила цель? Точно ли буду стараться сделать все, что в моих силах? Да! Точно! Я чувствую в себе силу и огромное желание. Значит, страх – просто маячок о переменах и возможностях». Так я себя успокаиваю. Вернуться в Москву не можем – аэропорт закрыт. Каждые два часа вырубается электричество, в комнате холод невероятный. А я рисую на ватмане программу курса, стрелочками проводя взаимосвязи. Я тогда выбрала очень простую воронку – предложила бесплатный интенсив. «Догрела» аудито-

рию в блоге. Продала курс по окончании интенсива. Заявка на курс была составлена в виде анкеты. Поэтому, когда я получила заявки, то у меня была возможность изучить проекты будущих участников, чтобы дать им именно то, что нужно, под конкретные задачи. Анкетирование – это классная штука, берите на заметку – очень помогает выстроить продукт. На самом первом потоке у меня было двадцать семь человек. Двадцать семь! Все прошло на ура! Я ликовала. Успех вскружил голову!

И... сделала ошибку, которую совершают 99 % стартовых проектов: без перерыва, без анализа тут же набрала второй поток. Не отфильтровала в прогреве не свою целевую аудиторию. Не улучшила продукт. Не выстроила систему, при которой человек доходит до финала. Очень сильно хотела осчастливить своей системой весь мир. Второй поток провалился с треском... Из семнадцать человек второго потока статистика была такая: семь – слились, не дойдя до конца курса, пять – дошли до конца и поблагодарили за работу, пять – дали очень негативные отзывы. К сожалению, мне не удалось поговорить с теми, кто не выполнял задания, – на мои вопросы участники просто не ответили. Вытащить конструктив из негатива тоже не получилось. Одна из участниц так разошлась, что грозилась устроить мне хейтинг на весь мир. Я была очень подавлена. Тогда мне еще очень хотелось быть идеальной для всех, как и любому перфекционисту-невроту.

Решила сделать перерыв на три месяца, а сама засела за улучшение программы, продумывала до деталей путь ученика: где сложно, где захочется сорваться, где слишком просто и, возможно, становится скучно. В итоге получилась не просто отличная программа, а самый настоящий пошаговый план создания системы продаж в Инстаграме. В процессе прогрева я отсеяла нецелевую аудиторию. Поклявшись себе, что отработаю на 1000 %, я запустила третий поток. Я тогда решила, что если на этот раз случится провал, то я закрою проект. До сих пор помню, как работала день и ночь: вникала до мельчайших деталей в проекты учеников, давала обратную связь, писала километры текстов. Это был один из самых радостных потоков, а 95 % участников написали, что окупили курс уже в процессе обучения.

Год 2017. Уже год, как у меня свой проект в Инстаграме. Я слушаю американскую онлайн-конференцию по инфобизнесу. «А вы знаете, как из тысячи долларов сделать хотя бы две?» – вопрошает спикер. Суть всего сказанного сводится к следующему: правильно настроить таргетированную рекламу и гнать лиды⁴ к себе на площадку. Н-да... Сама я только что из 30 000 «рекламных» рублей сделала оборот в пятьсот тысяч, из которых 80 % – чистая прибыль. И, что немало-

⁴ Лид (от англ. *lead* – пример, руководство, первое место) в интернет-маркетинге – это человек, который заинтересовался вашим продуктом или услугой. Он совершил какое-то целевое действие: подписался на ваш аккаунт, заполнил анкету, оставил заявку на обратный звонок и т. д.

важно, – я знаю, как это повторить!

Признаюсь, я тогда ощущала собственное превосходство и была крайне довольна собой: участники программы «Я-бренд» уже делали оглушительные на тот момент продажи в своих только что стартовавших онлайн-школах. «То есть, если у проекта нет десятков тысяч долларов на рекламу, то вся эта схема рухнет?» – спрашиваю я в чате конференции. И получаю ответ в духе: «Да, нужно много вкладывать в таргет, иначе не видать больших продаж». Но как же тогда малый и микробизнес? У нас нет миллионов долларов на рекламу, а зарабатывать мы хотим на любимом деле. Да и цена ошибки велика. Парочка нецелевых клиентов могут завалить весь старт проекта и оставить у владельца лишь чувство собственной несостоятельности.

В первый же год деятельности проекта я уже продвигала идею точечного взаимодействия и прогрева⁵ своей целевой аудитории, схем, как это делать с небольшими бюджетами и высокими конверсиями. Продуктовая воронка тоже строилась под целевую аудиторию, а схемы продаж лежали за рамками «таргет – лендинг – вебинар – продажа».

С тех пор курс очень сильно изменился – я обновляла, дополняла, дорабатывала его каждые полгода. С тех пор сильно изменилась я. Много раз получала по голове от жизни за

⁵ Прогрев (обычно этот термин используется в Инстаграме) – это серия взаимодействий с аудиторией в различных форматах. Цель прогрева – превратить «холодного» подписчика в реального клиента.

свою самоуверенность. Например, только в прошлом году я поняла, что не всем, реально не всем, нужно стремиться к высоким ROI⁶ – достаточно знать, как из тысячи долларов сделать хотя бы две, как говорил спикер на той самой конференции. Но вопрос-то в том, что большинство не знает, как это сделать. А поэтому – продолжает играть в дорогое хобби, сливая деньги и недополучая прибыль.

Год 2021. У меня большая команда и прошло уже больше 30 потоков. Даже не верится!

Сегодня в проекте очень многие задачи делегированы. Бизнес-процессы автоматизированы на 70 %. За собой я оставила ключевые роли – разработка стратегии, новых продуктов, масштабирование проекта и ведение учеников на индивидуальных тарифах. За эти шесть лет из ниши ушли или переформатировались многие топовые игроки. А мы не просто остаемся, но и очень быстро растем!

⁶ Показатель ROI (от англ. *return on investment* – «возврат инвестиций») – это коэффициент рентабельности вложений в компанию. Он показывает, насколько выгоден или невыгоден продукт для бизнеса.

А есть ли у вас продукт?

Соцсети – это отличные каналы продаж, в которых сегодня есть масса инструментов для коммерческой деятельности. И не надо бояться, что все ниши уже заняты, места распределены и деньги попилены: большинство инстаграмщиков не занимается бизнесом. Хобби, «просто пишу тут» или «просто читаю и смотрю», самовыражение, стихийно возникающие и быстро исчезающие проекты, в которых много хаоса и мало системы, – этого полно. А вот долгосрочных бизнес-проектов мало. Еще меньше среди них по-настоящему сильных. Так что до ситуации «толкаться локтями» еще очень далеко.

Поэтому каждый, у кого есть качественный продукт и огромное желание зарабатывать, имеет все шансы стать на этом рынке полноправным, сильным игроком.

- А у меня нет никакого продукта, я просто даю консультации по нутрициологии...
- Я кинезиолог (психолог, астролог, таролог, нумеролог и т. д.). Какой у меня продукт?
- Если я оказываю услугу – помогаю обустроить сад, загородный участок, – то что будет продуктом в моем случае?

Эти вопросы я не с потолка взяла, а из комментариев к постам, личной переписки и вопросов мне и кураторам курсов. «А есть ли у меня продукт, и в чем он заключается?» – это

один из первых вопросов, которые часто задают те, кто уже готов строить свой бизнес-проект в Инстаграме, но не понимает, с чем выходить на рынок. Давайте на берегу договоримся о том, что будем подразумевать под продуктом. Определение из Википедии гласит, что продукт – произведение труда, законченный результат некоторой деятельности, в том числе – промышленное изделие или услуга (товар, предлагаемый на рынке для удовлетворения потребностей покупателей). Это может быть какой-то физический товар, но может быть и услуга, информация (инфопродукт), программа для компьютера (программный продукт) и т. д. Если вы разрабатываете маршруты по интересным местам и проводите экскурсии и туры – это тоже продукт. Если короче и проще, продукт – это законченный результат деятельности, за который покупатель готов заплатить.

Смотрим на простом примере. Психолог – это специалист. Консультирование – это формат его работы. А вот консультация – это уже продукт. Консультация «тема А», консультация «тема Б», курс «С», чек-лист «Л» – это уже ассортиментный портфель. А если все продукты из этого портфеля взаимосвязаны, настроены на потребности целевой аудитории и дополняют ценность друг друга, то речь уже идет о продуктовой матрице.

Вы специалист, который работает на себя, или предприниматель со штатом помощников, или владелец бизнес-проекта со сложной системой и структурой – не важно сейчас.

Если у вас есть то, за что готов заплатить покупатель, – у вас есть продукт.

Подсказка № 1

С чего начать?

«Я очень хочу развивать свой бизнес в Инстаграме! Но с чего начать? Что нужно сделать в первую очередь?»

«Давно присматривалась к Инстаграму, но долго была лишь наблюдателем. Сейчас решила, что все, пора и мне активно действовать. Но не понимаю, за что хвататься в первую очередь?»

Начинать нужно с ответа на вопросы: «Для чего мне нужен аккаунт в Инстаграме? Чтобы что? Что я хочу там делать? Какой результат я хочу получать?» От этого будут зависеть и стратегия развития, и тактика ваших действий.

Но давайте немного о том, какие вообще типы аккаунтов существуют в Инстаграме. Их несколько: а) бизнес-проекты – это те, кто хочет здесь делать бизнес и зарабатывать; б) блогеры – чисто блогерские аккаунты. Что-то типа личных дневников, тематические тексты и т. д. Это, скорее, про «почитать». Цели тут могут быть такие: самореализация, жажда славы, популярности и т. д.; в) селебрити-аккаунты. Как правило, нужны для поддержания, усиления имиджа, популярности известных персон; г) наблюдатели – неактивные аккаунты, которые люди создают только для того, чтобы что-то

читать, смотреть, за кем-то наблюдать в Инстаграме.

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.