



# СОДЕРЖАНИЕ

Жги reeeeeeeels! . . . . .	7
<b>ГЛАВА 1. СТАРТ . . . . .</b>	<b>15</b>
ЦЕЛЬ . . . . .	16
Как повернуть ключ зажигания . . . . .	17
ЛИЧНОСТЬ . . . . .	44
Кто рулит в направлении успеха . . . . .	45
СТРАХИ . . . . .	52
Как снять с ручника и сорваться с места . . . . .	53
ПРИВЫЧКИ . . . . .	74
Как не пропустить важный «поворот» на пути к триумфу . . . . .	75
<b>ГЛАВА 2. МАРШРУТ . . . . .</b>	<b>87</b>
КОНТЕНТ . . . . .	88
Правила движения в создании вертикальных видео . . . . .	89
ПЛОЩАДКИ . . . . .	100
По каким дорогам лучше двигаться навстречу с новыми подписчиками? Лучше продвигать видео?. . . . .	101
СТИЛЬ . . . . .	110
Как выделиться в потоке конкурентов . . . . .	111
Уникальность. Контент-тюнинг, или Как найти свою фишку . . . . .	118
КРЕАТИВ . . . . .	138
Как включить генератор идей . . . . .	139
ВНИМАНИЕ . . . . .	154
Как наладить сцепление со зрителем . . . . .	155
СКОРОСТЬ . . . . .	182
Как разогнать процесс создание контента. . . . .	183
ПРОДАЖИ . . . . .	194
Откуда брать топливо. . . . .	195
ДЕЙСТВИЕ . . . . .	214
Как порвать все рекорды по просмотрам и подпискам. . . . .	215

ВЫГОРАНИЕ . . . . .	.220
Как не слиться на пути к цели . . . . .	. 221
<b>Глава 3. ВЕРШИНА . . . . .</b>	<b>.231</b>
Масштаб. Как открывать новые горизонты . . . . .	.233
Масштабирование: как быстро расти . . . . .	.234
ЗАКЛЮЧЕНИЕ . . . . .	.246
ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОТ АРТАМОНОВА . . . . .	.249
ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОТ ФАРШАТОВА . . . . .	.250
ОБ АВТОРАХ . . . . .	.252

## ЖГИ REEEEEEEELS!

Уточним сразу: два суперпопулярных сегодня вертикальных видеоформата — reels и stories — принципиально отличаются по нескольким признакам.

Reels — это монолог. Вы даете понять зрителю, что можете решить его проблему. Видео записывается с целью получить новых подписчиков. За 30 секунд вам нужно заинтересовать зрителя, удержать его внимание, дать пользу и спровоцировать на целевое действие, например, подписаться на вас.

Stories — это диалог. Вы подталкиваете зрителей на беседу. И здесь уже целью становится удержание подписчиков, повышение доверия к вам и продажи. То есть вам нужно выстраивать долгосрочные отношения с аудиторией, которая уже на вас подписана.

Так было долгое время. Но почему именно сейчас вдруг такой бум на reels? Да потому что нет больше привычных способов набирать подписчиков, нет таргетированной рекламы, где вложил 1000 руб. и получил 100 подписчиков.

Февраль 2022-го нам, людям, влюбленным в свое дело, дал понять две вещи:

- что бы ни происходило в жизни, лучшее, что мы можем сделать, — продолжать делать свое дело хорошо, чтобы у нас была возможность поддержать себя и близких;
- все, что работало «до», уже не работает или работает не так хорошо; еще год назад навык создавать видео в соцсетях относился к soft skills, а сегодня — это навык, необходимый для выживания бизнеса, а иногда и для нас самих.

Что же делать в этих новых обстоятельствах? Создавать такой контент, чтобы вообще не приходилось рекламировать свой блог.

Да, для многих из нас это дико. Мы привыкли набирать аудиторию с помощью специалистов по рекламе. И конечно, в этом отчетливо маячит жирный минус — придется учиться новому! Однако в противовес несложно разглядеть огромный плюс — теперь подписчики могут доставаться нам совершенно бесплатно.

Пожалуй, лучший инструмент для органического роста без вложений в рекламу сегодня — короткие вертикальные видео. В разных соцсетях они называются по-разному: reels, клипы, shorts и т. д. Главное, что все они выполняют одну важную для выживания предпринимателя функцию — привлекают новых клиентов. Уточним еще раз — бесплатно привлекают.

Как это работает? Вы снимаете короткое видео, на 15-45 секунд, где говорите нечто актуальное и важное по теме блога. Если людям понравится, они будут ставить лайки, делиться вашим видео, писать комментарии. В результате алгоритмы соцсетей «подхватят» ролик и начнут сами, без вашего непосредственного участия, показывать его большему количеству зрителей, а те, в свою очередь, начнут на вас подписываться. Все просто.

Однако, чтобы процесс был не случайным, а закономерным, чтобы каждый ваш новый 30-секундный ролик «вирусился», нужно знать и применять законы вертикального контент-мейкинга. Именно этому инструменту бизнес-выживания и посвящена эта книга.

Есть три секрета, о которых мало кто говорит:

- Первый — только в России и СНГ эксперты массово использовали таргетированную рекламу для привлечения клиентов. На Западе нет такой «привычки». Для них это странно, ведь они изначально делали ставку на качество контента, а не на «волшебную рекламную палочку».

И отсюда следует первая большая задача книги — научить вас создавать такие видео, благодаря которым сможете привлекать подписчиков, не потратив ни рубля.

- Второй секрет — с помощью reels легко раскручиваются в основном те аккаунты, которые об этом и говорят. То есть они рассказывают, как «легко раскрутиться с помощью reels». Понимаете, в чем фишка? Есть большой спрос на reels, всем пользователям соцсети это важно и интересно, потому все это и смотрят. Сколько вы знаете примеров экспертов в узких нишах, которые вдруг взлетели с помощью reels? Наверняка немного. Если вообще знаете.

И это вторая задача книги — научить вас продвигать не «продвижение через reels», а ваше любимое дело. Чтобы вы попали в 1% тех, кто набирает подписчиков и большие просмотры не потому, что ваша тема «суперактуальная для всех», а потому ваш контент максимально цепляющий.

- Ну и третий секрет — даже если вы классный специалист и со всей внимательностью прочитаете эту книгу, выполните все задания, она все равно может не сработать. Если у вас не будет поддержки и обратной связи на ваши действия.

Это еще одна задача книги — мы создали закрытое сообщество для читателей. Там вас ждут единомышленники, которые так же, как и вы, ставят цель — продвигать любимое дело с помощью самого эффективного на сегодня способа — формата reels.

Да, вы все правильно прочитали. Только книга не работает. Потому что это просто очередная информация, которой тонны в свободном доступе в интернете.

Мы с Кириллом Артамоновым, моим партнером и экспертом по вертикальному контенту, это прекрасно понимаем, и вы, надеемся, тоже. Главная ценность сегодня — поддержка и обратная связь.

«Первая в мире книга по reels» — это больше, чем очередная книга по продвижению. Это целая экосистема,

где вы с другими участниками пойдете, а может, и полетите к своей цели.

Такой необычный формат взаимодействия с вами, нашим будущим читателем, родился у нас с Кириллом во время путешествия на вулкан Иджен на острове Ява. Отмечу, что Кирилл к тому моменту уже заработал на вертикальном контенте миллионы и деньгами, и просмотрами в «Инстаграме»<sup>1</sup>, «Тик-Токе» и «ВКонтакте». А я занимался продвижением бизнеса через живой видеоконтент еще задолго до появления функции stories.

Думаю, вы легко догадываетесь, что происходит, когда соединяются две суперсилы...

Помню, мы ехали на большом желтом внедорожнике по захватывающему островному маршруту. Мы сами управляли такой машиной. И это было невероятное чувство: ключ зажигания, газ в пол и пыль над головой! Его можно сравнить разве что с моментом, когда твой контент «выстреливает» и попадает в рекомендации соцсети.

В наши дни каждый второй умеет управлять легковым автомобилем, а как насчет внедорожника?

Включите фантазию и представьте: легковой автомобиль с автоматической коробкой передач — это реклама, которая практически все делает за вас. Внедорожник с механической коробкой — это зверь, которым нужно управлять вручную. Это живой контент, который вы создаете с помощью stories и reels.

И вот вы ехали на легковом авто, как вдруг видите, что привычная колея закончилась. Дальше нужно прокладывать путь самому. У вас только два варианта. Либо вы пересаживаетесь на внедорожник и учитесь им управлять, либо сходите на обочину и остаетесь на месте. Что выбираете?

---

<sup>1</sup> Здесь и далее: социальные сети Facebook и Instagram запрещены на территории Российской Федерации на основании осуществления экстремистской деятельности.

Да, придется разобраться в нюансах управления, придется иногда «заглохнуть» или побуксовать, потрястись по ухабам первое время, но затем вас ждут невероятные ощущения. Управление новой реальностью и вдохновение от пути, который вы прокладываете самостоятельно.

Вертикальный контент набирает обороты, и вам нужно срочно пересесть во внедорожник, повернуть ключ зажигания и мчаться вперед.

Из трех разделов вы получите всю необходимую информацию:

1. СТАРТ — что нужно знать на старте, прежде чем нажать на педаль газа.
2. МАРШРУТ — пошаговый путь создания продвигающего видеоконтента от пункта «Ничего не шарю» до пункта «Каждый мой первый ролик в топе».
3. ВЕРШИНА — как масштабировать мастерство и быстро расти.

Помимо теории, мы с Кириллом подготовили массу практических заданий, которые помогут вам отработать новые знания на личном контенте. Но и это еще не все. Мы уже упоминали про закрытое сообщество. Туда можно попасть, только если открыть первую главу и отсканировать QR-код. Именно там вы сможете делиться результатами выполнения заданий и получать обратную связь от других участников сообщества.

И теперь самое интересное. Мы с Кириллом проведем закрытую онлайн-встречу с читателями этой книги. На ней вы узнаете все о новых инструментах и актуальных нововведениях, мы ответим на вопросы и вместе найдем новые идеи для контента, который подходит для вашей ниши. Благодаря этой встрече вы сможете внедрить новые идеи в свой блог или личный бренд, чтобы его улучшить и не останавливаться на достигнутом.

Безусловно, наша главная цель — научить вас развивать сильный личный бренд, снимать видео уверенно и легко,



чтобы через контент настроить трафик клиентов и подписчиков.

Здесь мы не гонимся за миллионными просмотрами, ведь на самом деле 10 000 целевых просмотров могут изменить как вашу жизнь, так и доход намного сильнее. Поэтому мы сделали все возможное, чтобы эта книга по reels научила вас создавать сильный, вовлекающий контент и показала, как достигать своих целей, прокачивать личный бренд и звучать в медиасфере на своей волне.

Вы готовы?

На старт, внимание... Reels!

Мне нравится сравнивать  
правильные reels с  
колесами внедорожника.  
У них одна цель — везти  
вас дорогой, которая  
приведет к ожидаемому  
результату.

# ГЛАВА 1

**СТАРТ**



**ЦЕЛЬ**

## КАК ПОВЕРНУТЬ КЛЮЧ ЗАЖИГАНИЯ

Просто поймите: ппц всем трудам в продвижении через reels, если цель выбрана неверно.

Постановка цели. И прямо сейчас, чтобы ваш внедорожник летел как ракета, мы разберем два уровня целей:

- Цель reels — как это работает?
- Цель вашего блога — ради чего это все?

### ЦЕЛЬ REELS

Первое. Важно понимать, что основная функция reels — привлечение новых подписчиков и только затем продажи. В то время как основная функция stories — удержание аудитории, прогрев и продажи. В этом их принципиальная разница. И это разные подходы в создании контента: если в одном случае он точно зайдет в stories, не факт, что то же самое зайдет в reels. И наоборот.

Второе. И это требует более глубокого погружения, цель правильных reels — привлечение вашей целевой аудитории, а не всех подряд.

Полистайте ленту актуальных reels, ткните в случайный ролик и попробуйте определить: какая цель у автора? Куда он едет? Зачем он снял этот ролик?

Например, девушка сняла смешной ролик под диалог из советского фильма:

- Как вам сапоги?
- Очень вызывающие, я бы такие не взяла.
- Значит, хорошие сапоги, надо брать!

А заходишь к ней на страницу — она юрист. Возникает диссонанс восприятия. Ты ожидаешь увидеть человека творческого, веселого, а тут строгая специальность, где юмор нужно фильтровать и дозировать. Вот спросите себя, вы бы пошли к такому юристу, который дурачится и шуточками балуется?

Или парень снял кривлянье под трендовый звук, переходишь к нему в профиль — он сетевой предприниматель и зовет всех «получать пассивный доход».

Мне нравится сравнивать правильные reels с колесами внедорожника. У них одна цель — везти вас дорогой, которая приведет к ожидаемому результату.

Что, если вы вместо колес прикрутите к внедорожнику лыжи и спустите его с горы? Поедет? Конечно. Но куда? И как? И что будет потом с вами?

Правильные reels либо приводят потенциальных клиентов, либо приводят целевую аудиторию.

Я снимаю исключительно те reels, которые отвечают этим двум целям: они либо приводят ко мне предпринимателей, которым нужно научиться себя продвигать, либо приводят мою аудиторию. На 87% это женщины 28+ лет, с двумя детьми, в декрете или в начале творческого или предпринимательского пути.

Например, в reels «Всего 5 stories в день» я задаю вопрос: «Что снимать эксперту в stories?» и даю конкретный ответ (Рис. 1).





## Статистика видео Reels



### Снимайте эти 5 типов сторис каждый день - охваты...

🎵 ruslanfarshatov · Оригинальная аудиодорожка  
июля 14 · Продолжительность 0:27

99822    4931    62    982    3769

### Охват ⓘ

**79 575**

Охваченные аккаунты

Просмотры 99 822

### Взаимодействия с контентом ⓘ **9 744**

Отметки "Нравится" 4 931

Сохранения 3 769





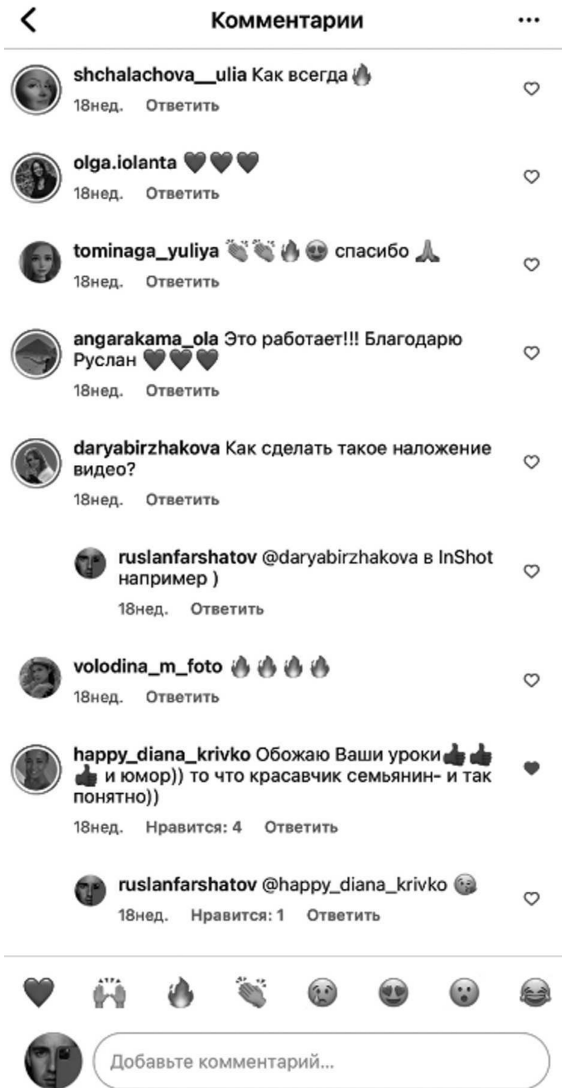


Рисунок 1. Заставка и аналитика reels  
«Всего 5 stories в день»

«Всего 5 stories в день:

1. Обучающие. Делитесь пользой и микролайфхаками с аудиторией за 15–30 секунд.
2. Вовлекающие. Заходите в диалог с аудиторией.
3. Экспертные. Демонстрируйте экспертность.
4. Развлекательные. Делайте так, чтобы ваши подписчики улыбнулись.
5. Продающие. Интересно рассказывайте о своем продукте».

Такой текст ролика сопровождается еще и видеорядом, где я показываю раскрытую ладонь в начале, а затем на каждый пункт предъявляю зрителям нужное количество пальцев и врезкой даю уменьшенные примеры reels. Это придает динамику сюжету.

Обратите внимание: в качестве фона для съемки ролика я выбрал храм на острове Ява. И он тоже работает на мою цель — привлекает и удерживает внимание. Как видите, количество охватов, а также взаимодействий с этим роликом получилось внушительное.

Понимаете?

Reels — это мощнейший инструмент бесплатного привлечения новых подписчиков. Правильно снятый ролик работает как магнит для аудитории. Но! Ключевой вопрос — какая аудитория нужна вам? Многие спешат с ответом:

— Да какая разница! Главное — подписчики! А там кому надо, тот купит. Зато цифра в шапке профиля красивая будет.

Давайте разберемся в угрозе, которую несут неправильные reels для вашего аккаунта.

Если ваша цель «подписчики» и «неважно какие», то снимая те самые «тренды», которые мелькают в ленте актуальных роликов, вы медленно, но верно убиваете свой аккаунт.

Представьте, что вы психолог. Чтобы увеличить аудиторию, вы сняли несколько reels. Таких, просто «прикольных».

Например: показываете турник для отжимания, где активно пару-тройку раз подтягиваетесь. Надпись гласит: «ожидание». А следующий кадр с надписью «реальность» и на турнике висят вповалку куча вещей, а вы, закидывая на него очередную футболку, проходите мимо. Люди смотрят, улыбаются, начинают подписываться, все подряд.

Да, приятно! Просмотры растут, появляются лайки и комментарии. Спустя некоторое время замечаете красивую цифру в подписчиках. И тут вы вдруг решаете рассказать новым «пришельцам», чем занимаетесь, мол, «я вообще-то психолог». Снимаете экспертные stories или reels, а в ответ... тишина.

«Пришельцы» не смотрят новое видео, оно им неинтересно. Ведь они «не на то» пришли к вам, не на психологию, а на «прикольное видео». Охваты падают и соцсеть определяет вас как «скучного автора».

Можно пойти на поводу у аудитории: попытаться выправить ситуацию новым «трендовым» роликом, который не имеет никакого отношения к вашей экспертности. И на первый взгляд, ситуация выправится: снова пойдут просмотры и подписчики, свежие «пришельцы» начнут посещать вашу страницу.

Но этого явно мало: деньги же надо зарабатывать, верно? Вы же за этим страницу создали, а не побаловаться? Снова снимаете экспертный контент и... снова он оказывается в пролете.

По сути, результат почти такой же, что с гивами. Помните, был такой популярный инструмент «привлечения живых подписчиков»? Где за денежку вы в короткий срок получаете живую, но абсолютно незамотивированную аудиторию на аккаунт. А затем он уходит в «теневой бан», то есть ваш контент не видят не только новые пользователи, но зачастую даже подписанные.

Знали бы вы, сколько после вот таких «экспериментов» мне пришлось вытаскивать бедных экспертов — и деньги слили,

и аккаунт угробили. Все почему? Потому что они забыли о главном.

Если всегда держать в уме цель — вашу целевую аудиторию, которая в скором времени перейдет в статус клиентов, — то вам нужны не просто «просмотры», а «целевые просмотры», не просто «подписчики», а «целевые подписчики». Значит, снимайте только экспертные reels, то есть раскрывающие ваш род деятельности, в теме вашей профессии. За редким исключением...

Это редкое исключение называется «смежная целевая аудитория». Например, мои reels, где я завоевываю внимание не тех, кто желает научиться продвигать свой блог, а для кого семья — такая же важная сфера жизни, как для меня.

В reels «Кого папа учил кататься на велосипеде?» я не только показал, как учил дочь, но и вызвал разнообразные воспоминания у подписчиков, которыми они охотно делились в комментариях (Рис. 2).





## Статистика видео Reels



### Кого папа учил кататься на велосипеде?

🎵 ruslanfarshatov · Оригинальная аудиодорожка  
февраля 9 · Продолжительность 0:26

▶ 48598    ❤️ 3433    💬 142    📌 21    📌 30

### Охват ⓘ

**46 778**

Охваченные аккаунты

Просмотры 48 598

### Взаимодействия с контентом ⓘ **3 626**

Отметки "Нравится" 3 433

Комментарии 142









КАК ПОВЕРНУТЬ КЛЮЧ ЗАЖИГАННЯ





## Комментарии



-  **andola621** Очень ценные слова дочки : «Отпускай, папа! Я могу!» Звучат , как девиз 🔥  
40нед. Ответить
-  **lalita\_leta** Я помню это момент, когда он учил меня и мою сестру. 😊  
40нед. Ответить
-  **svetlana\_anatolewna** У меня не было таких роскошей, как хоти так и ехай  
40нед. Ответить
-  **svetlana\_anatolewna** 🙄🙄🙄  
40нед. Ответить
-  **irina\_mitskovich\_by** Меня)))  
40нед. Ответить
-  **candle\_mystory** А потом каааак хлопнешся с велика 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔  
40нед. Ответить
-  **palii\_therapy** Меня старший брат научил ❤️  
40нед. Ответить
-  **pyri\_amirova** Папа очень очень хотел научить меня кататься на велосипеде,но не успел... ушёл на небеса... меня учила старшая сестра 🙄  
40нед. Ответить



Добавьте комментарий...

Рисунок 2. Заставка и аналитика reels «Кого папа учил кататься на велосипеде?»



Когда я показываю себя как мужа и отца, кто на это видео отреагирует? Логично: у кого есть мужья, жены, дети. А это кто? Скорее всего, взрослые, семейные люди, развивающие свое дело. Возможно, они и не задумывались о методах продвижения, про которые рассказываю в блоге. Но оценив reels и мысли, что в нем транслирую, они заинтересуются моей персоной, перейдут в аккаунт и узнают обо мне и моем методе продвижения больше.

Вывод: вы можете привлекать новых нужных вам подписчиков не только по своей экспертной линии, но и по ценностям (Рис. 3, 4).

Например, в ролике «Совет всем отцам» я не только подробно объяснил, почему мужчине нужно зарабатывать больше, но и поделился с подписчиками важным событием — днем рождения сына.





## Статистика видео Reels



**Совет всем отцам.. даже если не спрашивали..**

🎵 ruslanfarshatov · Оригинальная аудиодорожка  
июля 26 · Продолжительность 0:15

▶ 134929    ❤️ 6041    💬 197    ▼ 1091    📌 621

### Охват ⓘ

**113 013**

Охваченные аккаунты

Просмотры 134 929

### Взаимодействия с контентом ⓘ **7 950**

Отметки "Нравится" 6 041





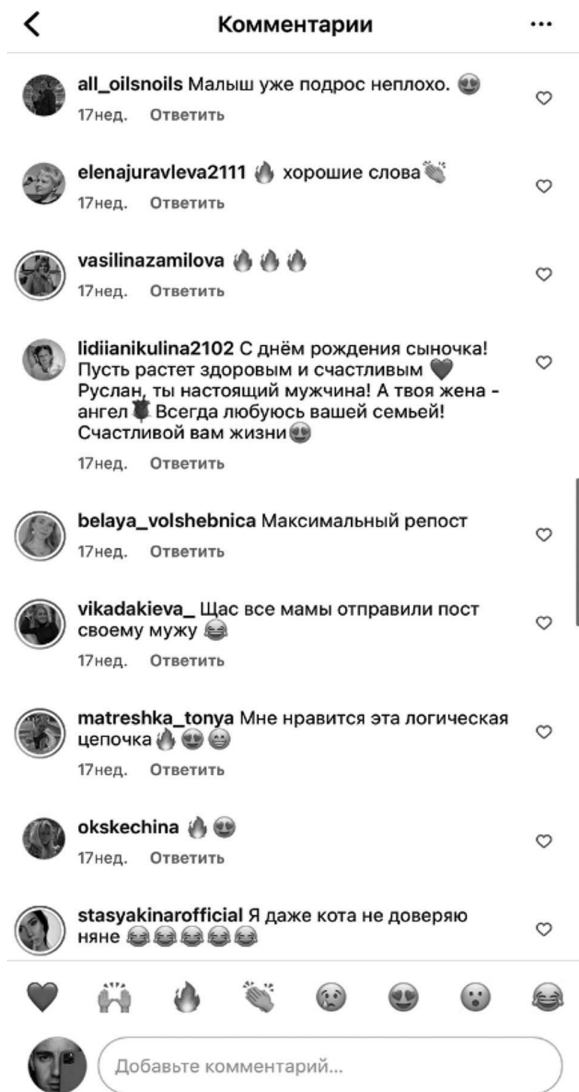


Рисунок 3. Заставка и аналитика reels  
«Совет всем отцам»

И пусть этот ролик не экспертный, но вы только почитайте комментарии к нему. Там и поздравления, и ответный юмор, и комплименты нашей семье. А главное, у него великолепные охваты: зрителей зацепили мои искренние слова.

Или в ролике «Что такое 7 лет супружеской жизни?» я делюсь одним небольшим наблюдением, а жена поддерживает мой рассказ — смеется и дополняет историю. Мы не репетировали заранее, поэтому видео получилось настоящее, живое.





## Статистика видео Reels



### Что такое «7 лет супружеской жизни»? Готовьтесь, п...

🎵 ruslanfarshatov · Оригинальная аудиодорожка

октября 12 · Продолжительность 0:19

▶ 129333    ❤️ 7551    💬 322    ▼ 879    📌 468

### Охват ⓘ

**114 089**

Охваченные аккаунты

Просмотры 129 333

### Взаимодействия с контентом ⓘ **9 220**

Отметки "Нравится" 7 551

Репосты 879





## Комментарии



**ruslanfarshatov** Что такое «7 лет супружеской жизни»? Готовьтесь, парни.

6 нед.

Топ комментариев ▾



**ester\_israel7** 🤔🤔🤔🤔🤔🤔🤔 Обожаю вас♥️

4 нед. Ответить



**tatyana\_trandina** 🤔 Дадада, как знакомо, 15 лет тоже туда же)))

6 нед. Нравится: 30 Ответить



**valentinakorabelia** 🤔👍👍👍 ты просто супер

3 нед. Ответить



**elena\_rychagova\_1** Класс👍

6 нед. Нравится: 2 Ответить



**bauer\_kosmetologia\_uralsk** 🤔🤔🤔

2 нед. Нравится: 1 Ответить



**konfetto\_nn** 🤔🤔🤔 даааа))) в точку!)))

6 нед. Нравится: 2 Ответить



**rekvizit\_animatorru** У нас была фраза- даже не думай!!!

6 нед. Нравится: 20 Ответить

— Посмотреть ещё 6 ответов



Добавьте комментарий...

Рисунок 4. Заставка и аналитика reels «Что такое 7 лет супружеской жизни?»



Сочетание романтической фоновой музыки, тропического пейзажа и нашего фэмили лука многих зрителей не оставило равнодушными. Люди активно делились не только своими наблюдениями в комментариях, но и пересылали, и сохраняли этот reels.

И все же такого контента, развлекательного, эмоционального, без привязки к теме блога, должно быть немного. Иначе ваш профиль перейдет из экспертного в разряд лайфстайл. Вряд ли к этому вы стремитесь.

Итак, с этим, думаю, разобрались.

Снимаем правильные reels, именно этому и научит книга.

Но есть еще одна подстава. И она касается общей цели вашего блога. Думали вы об этом, когда создавали аккаунт?

## **ЦЕЛЬ ВАШЕГО БЛОГА**

Когда спрашиваю у клиентов: «Какая цель вашего блога?», чаще всего слышу в ответ:

- Продажи.
- Продвижение продукта.
- Личный бренд.

Возможно, вы сейчас тоже мысленно ответили так же. Должен разочаровать. С такими целями у вас не будет ни контента, ни продвижения, ни продаж.

Что не так с этими целями?

Люди покупают, потому что сначала увидели доказательства, что вы — мастер своего дела. Затем вы помогли им сделать правильный выбор. Поэтому цель не может быть «продажи».

Если вы думаете, что правильнее цель «продвижение продукта», попробуйте продать калькулятор. Вы сколько угодно можете рассказывать о своем замечательном продукте, но, если клиент не понимает, какую конкретно его проблему ваш продукт поможет решить, — все напрасно.

И уж конечно, целью не может быть «личный бренд». Зачем вам «бренд», пусть даже и «сильный», как многие пишут, если нет аудитории, которой он нравится? Да, с ним продавать и привлекать клиентов легче. Но фокус внимания при этом не на бренде, а на пользе, которую получают подписчики, клиенты или случайно забежавшие на ваш reels посетители.

Знаете, что такое кармический менеджмент? Суть его проста: 100 раз отдай и один раз возьми. Если вы фокусируетесь на отдавании, а не потреблении, если ставите цель «помочь», а не «заработать», только тогда вас неминуемо ждет успех.

Мы все думаем только о себе, так устроен человек. Но если вы как блогер, эксперт или инфлюенсер переключите фокус внимания со своих потребностей на потребности потенциальных клиентов — полетите как ракета. Даже если ваш контент, ваши reels, будут уступать по качеству конкурентам. Именно так.

Даже если у вас хуже камера, хуже картинка, внешность не голливудская, да и вообще вы не самый крутой, прямо скажем, психолог. Но. Когда ваш контент сфокусирован не на вашем профессиональном статусе, а на решении проблемы подписчиков, тогда будете зарабатывать в разы больше. Удивительно, почему до сих пор так мало экспертов, которые реально помогают через блог разруливать сложные ситуации или мелкие трудности. Это большая редкость сегодня.

Чем круче эксперт, тем больше он думает, что все должны смотреть его контент. Типа: «Будьте счастливы, что я рассказываю вам это бесплатно, мой час стоит 75 000 руб.». Иногда такие специалисты прямо заявляют:

- Все должны меня слушать.
- У меня огромный опыт, какого ни у кого нет.
- Слушайте меня и будьте благодарны, что вещаю для вас бесплатно.

Это заблуждение. Именно поэтому те, кто знает в сотни раз меньше именитых в офлайне экспертов, могут зарабатывать гораздо больше их в онлайн. Просто потому, что они ведут блог с целью «помочь», а не «заполучить».

Давайте на примере.

Цель моего блога — помочь 100 000 экспертам и предпринимателям научиться продвигать свой продукт в социальных сетях только с помощью живого контента, уделяя блогу не более 60 минут в день.

А другой эксперт скажет: «Цель моего блога — продажа курса “Медиафитнес”».

Чувствуете разницу?

Так какая цель вашего продукта?

### **Задание № 1**

***Совершите первое важное действие. Для этого сначала сформулируйте цель и вступите в наше закрытое сообщество.***

***Сформулируйте и запишите вашу истинную цель: зачем вам аккаунт в соцсети?***

***Наведите смартфон на QR-код и подпишитесь на закрытый телеграм-канал.***

Именно правильная цель — гарантия на техобслуживание вашего внедорожника. Она вытащит его из любой грязи или болота.

Знаете, я внимательно наблюдал за предпринимателями во время событий с февраля по сентябрь в 2022 году, за их поведением и действиями.

Если у человека не было большой цели, он быстро переобувался в другую резину: менял направление деятельности или бросал свое детище.

