





ОЛЯ САБЫЛИНСКАЯ

# ИЗ БЮДЖЕТА ТОЛЬКО КОТ

## 2.0

КНИГА О ПРОДВИЖЕНИИ,  
РАСПАКОВКЕ И ПРОГРЕВАХ

УДК 339.13  
ББК 65.290-2  
С12

**Сабылинская, Оля.**

С12 Из бюджета только кот 2.0 / Оля Сабылинская. — Москва : Эксмо, 2024. — 304 с. — (Маркетинг для немаркетологов).

ISBN 978-5-04-200255-7

Перед вами обновлённое издание первого бестселлера по прогревам от российского автора. Эта книга пережила блокировки соцсетей и остаётся настольной для тысяч предпринимателей, экспертов, продюсеров, маркетологов, а также талантливых людей, которые стеснялись рассказывать о себе.

Ценность кратно превышает цену:

- QR-коды с таблицами распаковки и конструкторами прогревов;
- без воды о том, как строить доверительные отношения с аудиторией, привлекать целевых подписчиков и продавать не через «купи-купи»;
- простые задания, которые вдохновляют начать и мотивируют не бросать.

СЕО диджитал-агентств рекомендуют её сотрудникам, преподаватели вузов — студентам, блогеры и топы инфобизнеса — слушателям онлайн-курсов. А читатели говорят, что, если бы вайб книги попросили описать одним словом, им было бы «бережно».

Оля Сабылинская — автор бестселлера «Запуски в лёгкости» экс-пресс-секретарь Сбербанка, пиарщик Tele2 и руководитель отдела продвижения продюсерского центра с оборотом более 1 млрд рублей.

**УДК 339.13  
ББК 65.290-2**

**\*Упомянутые в книге социальные сети Facebook и Instagram запрещены на территории Российской Федерации на основании осуществления экстремистской деятельности.**

© Ольга Сабылинская, текст, 2024  
© Фото на обложке: CACTUS Creative Studio  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2024  
**ISBN 978-5-04-200255-7**

# ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	9
----------------	---

## **Часть I. ВВОДНАЯ, НО БЕЗ ВОДЫ**

ГЛАВА 1. ПРАВИЛО КОНФЕТЫ. ....	17
ГЛАВА 2. СНИМИТЕ КОРОНУ, ПОЖАЛУЙСТА. ....	20
ГЛАВА 3. ОБРАЗНОСТЬ И БЕЗОБРАЗНОСТЬ .....	22
ГЛАВА 4. ЗАКОН ПУСТОТЫ. ....	30
ГЛАВА 5. ЧЕК-ЛИСТ ПРОФИЛЯ И ОБРАЗА. ....	33

## **Часть II. РАБОТА НАД ВОЗМОЖНЫМИ ОШИБКАМИ**

ГЛАВА 1. ПОЧЕМУ ПРОДВИЖЕНИЕ АККАУНТА НЕЭФФЕКТИВНО? .....	41
ГЛАВА 2. ВЕРОЯТНО, ВАШ АККАУНТ ПРИДЁТСЯ УДАЛИТЬ .....	44
ГЛАВА 3. А С КЕМ Я ВООБЩЕ РАЗГОВАРИВАЮ? .....	49
ГЛАВА 4. С КЕМ Я НЕ РАЗГОВАРИВАЮ? .....	66

## **Часть III. РАСПАКОВКА**

ГЛАВА 1. ДЛЯ ЧЕГО НУЖНА РАСПАКОВКА? .....	73
ГЛАВА 2. ПРАВИЛА РАСПАКОВКИ. ....	77
ГЛАВА 3. РАСПАКОВКА ПРОДУКТА/УСЛУГИ. ....	81
ГЛАВА 4. РАСПАКОВКА ЭКСПЕРТА .....	96

## **Часть IV. УПАКОВКА АККАУНТА**

ГЛАВА 1. НАЧИНАЕМ ЗАПОЛНЯТЬ ПУСТОТУ. ....	127
ГЛАВА 2. ШАПКА ПРОФИЛЯ И ХАЙЛАЙТС .....	132
ГЛАВА 3. КОНТЕНТ-ПЛАН. ....	142

## **Часть V. ПРОГРЕВ**

Глава 1. Единственная экологичная модель прогрева. . . . .	165
Глава 3. Прогрев на подтверждение экспертности. . . . .	197
Глава 4. Прогрев на подтверждение ценности продукта/ услуги . . . . .	220
Глава 5. Продажи . . . . .	233
Глава 6. Демонстрация процесса и результатов. . . . .	243

## **Часть VI. ПРОДВИЖЕНИЕ**

Глава 1. Как не надо продвигаться? . . . . .	249
Глава 2. Как разговорить подписчиков? . . . . .	254
Глава 3. Как привлечь новых подписчиков? . . . . .	260

## **Часть VII. МЕДИЙНОСТЬ**

Глава 1. Что вообще такое медийность? . . . . .	277
Глава 2. Что такое работа на медийность? . . . . .	279
Глава 3. Маршрутная карта. . . . .	281
Глава 4. Как размещаться в медиа бесплатно? . . . . .	284
Глава 5. Как познакомиться с медиа? . . . . .	288
Глава 6. Как использовать медиа в своих соцсетях? . . . . .	290
ЗАКЛЮЧЕНИЕ . . . . .	293

*Каждому, кто верил в меня.  
Кто доверил мне себя, историю, репутацию,  
бизнес или проект.  
Без вас ни меня как пиарщика, ни этой книги не было бы*



## ВВЕДЕНИЕ

Мне нужно было говорить двадцать минут. На сцене. С микрофоном. В зрительном зале — талантливые предприниматели и блогеры, многие из которых к тому же выступают намного лучше меня. Я бесконечное количество раз прокляла себя за то, что согласилась и повелась на *«Оля, можете рассказать, что вы такое без бюджета сделали, что вашего мужа весь город знает?»*.

Это был 2017 год. На тот момент я ещё не успела ни развестись с тем самым мужем, ни начать преподавать, ни поработать с сильнейшими экспертами российского инфобизнеса. Тогда я была, как и многие другие пиарщики, игроком закулисным: пряталась за постами в соцсетях, за интервью в журналах и таргетированной рекламой. Надо отметить, меня всё устраивало. Но то мероприятие стало поворотным в моей жизни.

Сразу же после выступления ко мне стали подходить те профессионалы, которых я так боялась — флористы, фотографы, диджеи, — и задавать одни и те же вопросы!

В тот день я поняла, что **действительно талантливые люди, которые годами вкладывают все силы и деньги в своё дело, не умеют показывать в соцсетях, какие они талантливые**. А ещё занимаются самобичеванием, боятся и стесняются.

Что обычно думает опытный и талантливый специалист?

*«А я действительно могу начать говорить о себе? Я достаточно опытен/умён/хорош?»*

В это время более зелёные, возможно, даже обучившиеся у того самого талантливого специалиста, не стесняются публиковать сторис и рилс в своих аккаунтах, покупать рекламу у блогеров, продавать вебинары и курсы. Это



не плохо и не хорошо — просто всем знакомое и окрыляющее в начале карьеры чувство *«Всё знаю и могу»* у многих со временем эволюционирует в *«А я точно что-то знаю и могу?»*.

Когда я поняла, что могу помогать талантливым людям, если буду делиться своим опытом, я пообещала себе, что проведу мастер-класс. Так и сделала. Места на первый были раскуплены за два дня, а отзывы выпускников позволили мне продать этот мастер-класс 44 раза — уже не только в офлайн-, но и в онлайн-формате.

Потом мастер-классы переросли в онлайн-курсы. И в общей сложности я провела ещё 40 потоков курсов, вложив деньги в рекламу лишь единожды (подстраховалась в первый месяц пандемии и всеобщей паники). Последние свои курсы на охватах в сторис 1000 я продала на 12 000 000 рублей.

В этой книге я собрала все мои знания, которые накопила за годы работы, и примеры из опыта тех людей, которым они помогли. Рассказывая их истории, я чувствую трепет и волнение. Они вдохновляют, мотивируют, объясняют инструменты пиара и показывают самое главное: **если ты талантливый, нужно просто начать говорить о себе — тогда люди станут тебя узнавать и выбирать именно тебя.**

Что ещё нужно знать об этой книге?

**✓ Инструменты, о которых я рассказываю в книге, не требуют большого бюджета: самые дорогие обойдутся в 3000 рублей, но не страшно, если и этих денег сейчас нет.**

Я работала пресс-секретарём в Сбербанке и стала лучшим PR-специалистом «Tele2 Черноземье» по итогам 2016 года. И прекрасно знаю, что, когда ты занимаешься продвижением продуктов или услуг крупных компаний, у тебя есть миллионные бюджеты. Поэтому ты можешь позволить себе заказать ролики на телевидении, ошибиться в выборе блогера, а в журнале взять не колонку, а разворот.

Когда ты в малом бизнесе и сам себе начальник, исполнитель, проджект, методолог, юрист, бухгалтер, грузчик и — как в том

анекдоте — тот, кто проспал работу, — всё иначе. **Твой бюджет постоянно разрывается от выбора: купить новую пару обуви на осень или вложить деньги в таргет; полететь в отпуск или оплатить интервью в журнале.**

Когда я запускала свой первый мастер-класс, у меня из стартового капитала были только кот и талант, в котором я (как, наверняка, многие из вас) часто сомневалась. Но успех проектов нашего продюсерского центра leshatut production с оборотом более 1 млрд рублей — прогревов для Саши Митрошиной, Стаса Асафьева, Тани Мингалимовой, Марины Басистой, Кати Майоровой, Ани Акининой и многих других, — а также две книги-бестселлера, звание трижды пиарщика года и кейсы учеников — всё это доказывает, что я всё же что-то умею.

✓ **Я расскажу об упаковке и продвижении понятным языком.**

Слишком хорошо знаю, как это: приходишь к врачу, а он говорит с тобой непонятными для простых смертных словами — и ты чувствуешь себя полнейшим идиотом. Переспросить стесняешься и ждёшь момента, когда сможешь загуглить.

Или открываешь учебник, а там: *«происходит от пре- + дать, далее от праслав. \*dǣti, от кот. в числе прочего произошли: ст.-слав. дати (греч. δίδοναι), русск. дать, укр. дати, белор. даць, сербохорв. дати, словенск. dáti, чешск. dát, польск., в.-луж. dać, н.-луж. daś. Восходит к праиндоевр. \*do-».*

И ты сидишь думаешь: это вообще для кого написано? Может, сообщение пересылалось по телеграфу и за каждую букву нужно было платить? И мне иногда кажется, что некоторые составители учебных пособий составляют их, только чтобы показать, какие они умные: *«Эй, человек, находящийся по ту сторону пропасти невежества, я знаю, что такое сербохорв., праиндоевр., алб.-тоск, а ты не знаешь и никогда не узнаешь, потому что я продолжу говорить на науч.-книжн. русск. яз.».*

Всегда восхищалась людьми, которые могут объяснять сложные вещи простыми словами. И стараюсь делать так

сама, потому что понимаю: никто, кроме меня, не обязан разбираться в терминах и аббревиатурах из мира пиара и инфобизнеса. Я их не употребляю, а если не употребить невозможно — объясняю. Обещаю, что приложу все усилия, чтобы вы поняли всё от первой до последней буквы и смогли самостоятельно применить новые знания на практике без гугла. Вы точно во всём разберётесь, даже если у вас никогда не было личного аккаунта в соцсетях.

✓ Я много работала и нередко ошибалась. Как, думаю, и вы. Это в принципе нормально. Не ошибается лишь тот, кто ничего не делает. Поэтому **буду не только делиться с вами успешным успехом, но и честно рассказывать о своих ошибках**. Быть может, кто-то из вас поверит моему опыту, прислушается к советам и решит обойти грабли стороной. Хотя я понимаю, что личные шишки кажутся более ценными.

✓ Я обещаю, что не напишу и буквы просто так, если буду понимать, что это может потратить ваше время. Потому что знаю, как хочется получить информацию быстро, сразу же применить её в жизни и желательно тут же получить результат. Так что заканчиваю вводную часть и обещаю, что дальше **воды не будет, а каждая минута, вложенная вами в прочтение этой книги, будет инвестицией в ваше будущее**.

И вы, мои дорогие талантливые друзья, поймёте, как начать говорить о себе и продвигать свой продукт, услугу или личный бренд.

С бюджетом себя продвинуть может любой. А я буду рассказывать про продвижение без него. И это не только реально, но и просто! Поверьте мне — человеку, у которого смета продвижения Кубка мира по гидрофлау и аквабайку составила 30 000 рублей (в нулях я не ошиблась, и для такого огромного проекта это практически полное отсутствие бюджета). Как удалось это сделать — тоже расскажу.

**Чтобы продвигаться без бюджета, нужно мыслить как пиарщик.** И мы с вами прямо сейчас начнём этому нехитрому делу учиться. Читайте книгу неспешно, обдумывайте и примеряйте каждый инструмент на себя, как джинсы

в примерочной магазина. Думайте: *«Как это на мне? Как я выгляжу со стороны? Куда я смогу это надеть?»*

Если же вы прочитали введение и поняли, что всё это вам неинтересно, подарите, пожалуйста, книгу своему скромному талантливому другу, который стесняется заявить о себе. А я сделаю так, чтобы он вам потом сказал за этот подарок огромное спасибо.



# **ЧАСТЬ I**

**ВВОДНАЯ, НО БЕЗ ВОДЫ**