

УДК 159.92:33
ББК 88.4
Н76

Сенаторов, Артем.

Экспертный Бизнес. Продвижение, деньги, масштаб / Артем Сенаторов, Анна Почекутова, Юлия Трубникова, Оксана Вальтер, Анастасия Райская, Алексей Джурук, Ольга Гризунова, Надежда Истомина, Елена Полунина, Александр Ложкин, Наталья Воробьева, Елена Кантер, Илья Лопатков, Ольга Анхим, Иван Кичайкин, Аскар Долгих, Михаил Сорокин, Анастасия Медведева. — Москва: Издательство АСТ, 2024. — 288 с. — (Бизнес в Рунете).

ISBN 978-5-17-164300-3

Мнение эксперта на вес золота. Мнение восемнадцати экспертов — уже на вес горы драгоценных алмазов. Эта книга — полезный сборник формата «ноу-хау» для бизнесменов. Она познакомит вас с таким понятием как «экспертный бизнес» и проведет по самым разным нишам: от бьюти-сферы до успешной брокерской деятельности в Дубае. Как набрать аудиторию, если вы — начинающий эксперт? Сколько сил и вложений потребуется на первых порах? В чем секрет популярного явления «10х»? Ответы на эти вопросы сосредоточены здесь — прямо в этой книге. Тот случай, когда получать знания интересно!

УДК 159.92:33
ББК 88.4

ISBN 978-5-17-164300-3

© А. Сенаторов, 2024
© А. Почекутова, 2024
© Ю. Трубникова, 2024
© О. Вальтер, 2024
© А. Райская, 2024
© А. Джурук, 2024
© О. Гризунова, 2024
© Н. Истомина, 2024
© Е. Полунина, 2024
© А. Ложкин, 2024

© Н. Воробьева, 2024
© Е. Кантер, 2024
© И. Лопатков, 2024
© О. Анхим, 2024
© И. Кичайкин, 2024
© А. Долгих, 2024
© М. Сорокин, 2024
© А. Медведева, 2024
© ООО «Издательство АСТ», 2024

Содержание

Действия новые и старые 8

Артем Сенаторов. Доверяю — покупаю

Главные ошибки эксперта 12
Секрет коротких роликов 17

Анна Почекутова. Опуститься на дно, чтобы взлететь

Системные причины всех трудностей 24
Шаг навстречу к любимому делу 26
Новый уровень 28
Делегировать не страшно 30
Я уже это говорила! 32
Делаю, что могу 33

Юлия Трубникова. Как найти себя и помочь другим услышать свой голос

Мне сказали: ты пожалеешь и вернёшься 38
Я смогла помочь себе — значит, смогу помочь другим 40
6 лайфхаков для тех, кто только начинает своё дело 45
Там, где есть аутентичность — нет конкуренции 47
Команда мечты 49
Полюбить — так королеву, проиграть — так миллион! 50

Оксана Вальтер. Дело в теле!

Выбирать то, что хочется 57
Найти своих 59
Знать свою ценность 61
Большие планы 62

Анастасия Райская. Как быть экспертом в найме и запустить успешный бизнес

Выход из кризиса и рамок 68
Живое взаимодействие с людьми 70
Метод Райской 72

Пословица «Сколько потопал, столько полопал»	74
Подобрать команду — трудно и ценно	77
Мечта на миллион	79

Алексей Джурук. Включаем ответственность и качаем самооценку!

Девятнадцать тысяч часов и ноль рублей	84
Чем измерить пользу?	86
Понять, как это работает	88
Разрешить себе мечтать	90
Прислушиваться к себе	91
Философия объективизма	93
Запускаем «сарафан»	95
Чем сложнее, тем лучше	96

Ольга Гризунова. Безопасное вождение и поддерживающее мотосообщество

Обозначить бизнес-цели	101
Отпустить контроль и делегировать	103
Ценить себя	105
Делать несмотря ни на что	107
От простого к сложному	109
Каждому эксперту свой клиент	110
Уважать друг друга	111

Надежда Истомина. Высокий заработок в бьюти-сфере

Между стабильностью и риском	114
Первые клиенты	116
Как пробить финансовый потолок	118
Ошибка обесценивания	120
Необходимость быть гибким	124
Новый старт, новые цели	127

Елена Полунина. К развитию через систему

Глаза боятся, а руки делают	133
Знание — сила!	134
Хаос, как образ жизни	136
Один в поле — не воин	138
Система — наше все	140
В добрый путь!	147

Александр Ложкин.**Как стать наставником без синдрома самозванца**

Психолог по натуре.....	153
В поисках своего пути.....	154
Препятствия — это возможности.....	157
От «боюсь» к «сделаю».....	161

Наталья Воробьева. Как проявить себя в популярной теме и не потеряться?

Чем живу — о том рассказываю.....	167
Круто поменять свою жизнь в 50 лет.....	170
Комплекс самозванца и внутренний критик.....	172
Я даю удочку, а свое здоровье люди добывают самостоятельно.....	174
Мои секреты успеха.....	176

Елена Кантер. Истинные энергии

Если ты сам в себя не веришь, не поверят и другие.....	186
Оказаться рядом в нужный момент.....	187
Сказать самому себе «Да».....	192

Илья Лопатков. Дубайский брокер

Работа в корпорациях.....	198
Переезд в Дубай.....	200
Факторы успеха.....	201
Значение личного бренда.....	203
Сколько ты стоишь?.....	206
Планы развития.....	207
Советы начинающим экспертам.....	209

Ольга Анхим. Личный бренд и сетевой маркетинг: что общего?

Оля, куда ты лезешь!.....	214
Это тоже опыт.....	216
Чем меня привлек сетевой бизнес?.....	220
Время vs деньги. Что дороже?.....	222
Как уйти из найма и начать работать на себя.....	226

Иван Кичайкин. Перезагружаем мышление правильно

Негатив в позитив: ловкость рук и никакого мошенничества	230
Самые несчастные люди — серьезные люди.....	234
Методы работы с ментальным здоровьем	236
Ювелирная работа	238
Остаться на месте — значит потерять себя.....	239
Как продавать, не продавая?	241
Неумение делегировать — это вопрос доверия.....	243
Мир принадлежит оптимистам	244

Аскар Долгих. Соцсети рулят: как построить свой маршрут и заработать

Мои любимые факкапы и как они мне помогли	249
Первый рилс — он трудный самый.....	251
Правила игры: как вырастить свой доход и заработать хорошую репутацию	253
Сапожник с сапогами: как я продвигаю себя в соцсетях.....	258
Как продавать свои услуги правильно?.....	259
Нет проблем. Есть задачи, которые нужно решать	262

Михаил Сорокин. Как ощутить лёгкость в бизнесе

Авторская методика	267
После найма	269
Не конкурент, а партнер.....	271
Точка роста.....	273

Анастасия Медведева. Успех — это смысл, умноженный на время

Нелинейный путь к себе	277
Источник вдохновения.....	279
Стоп-факторы развития.....	280
Точки роста	282
К взлету готов!	284

Здравствуйте, уважаемый читатель!

Приветствуя вас на страницах этой книги, я немного вам завидую. В процессе чтения вы познакомитесь с разными стратегиями, каждая из которых ведет к одному и тому же результату: ваш уровень в бизнесе повысится, а значит, и доходы вырастут.

Вы, конечно, обратили внимание, что в заголовке говорится об *экспертном бизнесе*. Думаю, нужно дать пояснение, какой смысл я вкладываю в эти слова.

Слово **«экспертный»** означает, что речь идёт о специалисте, который на довольно серьезном уровне разбирается в каком-то вопросе. Он настолько глубоко погрузился в тему, что может помочь другим — разумеется, в рамках своей ниши, будь то электрика, юридические вопросы, психология, продвижение и маркетинг, продажи, похудение... Таких специалистов и называют экспертами. Их всех объединяет одно: люди обращаются к ним с просьбой решить их проблемы и готовы платить за это.

Отсюда второй термин в нашем словосочетании — **бизнес** или, как я люблю говорить, входящий поток денег. То есть в это понятие не входят аренда офиса, отрисовка логотипа, регистрация товарного знака и прочие атрибуты, которые выглядят важными, а на самом деле только забирают деньги из вашего кармана. В моей картине мира всё гораздо проще:

если вам кто-то платит за то, что вы делаете, то у вас есть бизнес.

Подведём итог: что же такое **экспертный бизнес**? Занятие, которое обладает тремя признаками:

- человек на серьезном уровне обладает знаниями по какой-либо теме;
- помогает другим зарабатывать деньги;
- зарабатывает сам.

Действия новые и старые

Книга, которую вы держите в руках, написана целым пулом экспертов. Каждый из этих людей достиг в своей теме определенных вершин. Каждый проходит собственный путь. Каждый нашёл способ завоевать свою аудиторию — в том числе, и с помощью продвижения в соцсетях.

Мы живем в эпоху личного бренда, тесно связанного с социальными сетями, которыми в наши дни пользуется всё продвинутое прогрессивное человечество. Соцсетей — великое множество. Есть отечественные, есть заморские. Некоторые заточены под текстовый формат, другие охотно продвигают видео, третьи делают акцент на фотографиях и картинках... В любом случае, **самый простой способ развивать экспертный бизнес — через соцсети**. И вы, чем бы ни занимались, с высокой долей вероятности можете найти ту сеть или несколько сетей, где ваша аудитория представлена максимально.

Отсюда одно из правил бизнеса: **вы должны быть там, где есть ваши клиенты**.

Если вы невидимы для них, то и ждать большого роста доходов нет смысла.

Читая эту книгу, вы можете ознакомиться с главами всех моих соавторов, узнать, что они сделали для достижения своего результата. А дальше — одно из двух.

Первый вариант — вы берете чью-то готовую выигрышную стратегию и повторяете её в своем экспертном бизнесе.

Второй — заимствуете отдельные находки и приёмы и создаёте из них вашу собственную уникальную стратегию.

В любом случае, рекомендую читать эту книгу внимательно, потому что каждый из авторов сборника поставил перед собой цель — дать читателю максимальную пользу. А точнее — подсветить ключевые действия, которые больше всего влияют на рост доходов.

То есть прочитав эту книгу, вы научитесь двум основным вещам:

- выполнять действия, которые приносят вам деньги;
- перестать выполнять действия, которые НЕ приносят денег.

Казалось бы, именно в этом и состоит ведение бизнеса. Всё просто: делай то, что влияет на рост доходов — и разбогатеешь. Любой эксперт с этим согласится, но когда мы переводим абстрактные рассуждения в поле конкретных механик, выясняется, что многим людям привычнее выполнять не *денежные*, а *старые* действия. То есть делать то, к чему они привыкли. Снова и снова использовать методы, когда-то давно приносившие результат, но на данный момент переставшие работать — во всяком случае, на том уровне, на котором хотелось бы. Так уж устроен человек: ему сложно отказаться от своего прошлого, просто потому что повторять неэффективные, но понятные действия легче, чем выучить новые.

На этом я перехожу от общих слов к конкретике, а от предисловия — к первой главе и первой стратегии, которую вы можете использовать для развития своего бизнеса.



ART.SENATOROV

1

АРТЁМ СЕНАТОРОВ
ДОВЕРЯЮ — ПОКУПАЮ

Главные ошибки эксперта

Хочу предостеречь от стратегий, которые будут удерживать вас в старом поле действий. Советую смотреть на свой бизнес как на чистый лист. Представьте, что не знаете и не умеете вообще ничего — вы молодой, голодный, готовый впитывать любые новые знания, как губка!

К сожалению или к счастью, но таких книг, как этот сборник, я сам в период открытия своего бизнеса не читал. Возможно, в то время их просто не переводили с других языков, а на русском подобная литература ещё не была создана. В любом случае, в начале своего пути я действовал самостоятельно и набил множество шишек. Нет, я этим не горжусь — чтобы ошибаться, много ума не надо. И саму идею учиться исключительно на собственном опыте стопроцентно выигрышной не назову. Но, как бы то ни было, я всегда делал то, что на тот момент считал наиболее выгодным и перспективным.

Сейчас, оглядываясь на свой путь, вижу две основных ошибки, которые, пожалуй, больше всего тормозили рост моих доходов.

1) Отсутствие приоритета в продвижении.

С самого детства я считал, что главное в бизнесе — это продукт, то есть то, что я продаю. Был уверен, что от качества товара зависит 90% успеха всего бизнеса. На самом же деле — даже не половина.

Мы все прекрасно знаем примеры средненьких продуктов, которые становились фантастическими бестселлерами, хотя их производители явно не гнались за идеальным качеством. Более того, за ним и не надо гнаться, иначе есть риск попасть в ловушку перфекционизма. Вам всё время будет казаться, что ваше творение нуждается в доработке: да, неплохо,

но можно сделать лучше, а потом ещё лучше и ещё, потому что нет предела совершенству.

Так что же получается – о качестве продукта можно сразу забыть? Нет, конечно – доводите свой товар до ума, сколько считаете нужным, но это не самоцель. Фокус вашего внимания следует направить и на другие вещи, главная из которых заключается вот в чём:

ВЫ ПОСТОЯННО ДОЛЖНЫ
ЗАНИМАТЬСЯ СВОИМ
ПРОДВИЖЕНИЕМ, ДУМАТЬ О ТОМ,
КАК СДЕЛАТЬ ТАК, ЧТОБЫ О ВАШЕМ
СУЩЕСТВОВАНИИ УЗНАЛО КАК
МОЖНО БОЛЬШЕ ЛЮДЕЙ.



Я не перестану повторять эту мысль, потому что переоценить ее важность невозможно. Ни шикарный продукт, ни фантастические навыки продаж, ни ваша гениальность как методолога не помогут вам выбраться из той чёрной дыры, в которой находятся все эксперты на первом уровне, когда они никто и звать их никак. Хотя сам факт, что человек стал предлагать свои экспертные услуги другим людям, уже является первым шагом в нужном направлении.

Сделав его, эксперт понимает: пришло время продвигаться, каким-то образом рекламироваться. И, как правило, попадает в капкан под названием «ловушка низких результатов».

Я сам не раз наблюдал, как это происходит. Пробежавшись по знакомым, эксперт находит таргетолога. Тот заявляет: «Нужно 30 тысяч тестового бюджета, для того чтобы дать первую рекламу, плюс 20 тысяч мне за услуги». (Я привёл сумму намного ниже сред-

нерыночной цены на 2023 год просто для примера.) Делать нечего — наш эксперт выделяет 50 тысяч рублей, а при этом зарабатывает он, скажем, 200. Другими словами, на эксперимент уходит целых 25% от месячной выручки — вообще-то это немало.

Беда в том, что ни один таргетолог, будь он даже семи пядей во лбу, не может гарантировать результат. Существует слишком много негативных факторов, снижающих эффективность рекламы: месяц оказался неудачным для продвижения вашего товара, целевую аудиторию определили неверно — и мало ли, что ещё может произойти... Итог в большинстве случаев таков: деньги потрачены, реклама вышла, толку нет.

Именно в этот момент эксперт может допустить гигантскую оплошность и сказать:

— Что ж, я попробовал вложиться в таргетированную рекламу и выяснил, что в моем случае это не работает — значит, я этого делать больше не буду!

При этом он чувствует облегчение: его мозг радуется тому, что больше не придётся ежемесячно тратить 50 тысяч. Казалось бы, всё логично: человек отказывается от неэффективного метода продвижения, да ещё и экономит приличную сумму... но это — начало конца, потому что дальше происходит то же самое, но с другими инструментами.

На смену таргетированной рекламе приходит новый формат — короткие видео. Эксперт точно так же понимает, что это что-то серьезное, чем нужно заниматься вплотную. Нанимает рилсмейкера, арендует студию и оборудование, чтобы записать какие-то видео, публикует их, ждёт неделю, месяц — просмотров нет, а значит, и клиентов...

То есть порочный круг не разрывается, а лишь каждый раз повторяет сам себя на новом витке развития инструментов продвижения. Получается, что эти ин-

струменты бесполезны? Разумеется, нет. Вам лишь нужно научиться смотреть на них иначе. И прежде всего, запомнить важную мысль:

любая реклама, которую вы даёте, идёт вам в плюс.



Вам необходимо поменять... нет, не инструменты, а ожидаемый результат от них. Публикуя рекламу, человек обычно ждёт, что клиенты придут к нему сразу. «Ведь я же потратил свои кровные деньги на продвижение – поэтому вправе ждать, что у меня что-то купят сегодня, сейчас!» В реальности на данном этапе вашего бизнеса реклама выполняет совсем другую функцию.

Ваша задача – мелькать, всюду, где только возможно.



Вот вы дали таргетированную рекламу, было 10 тысяч показов, но в результате не получили ни одного клиента. Это плохо? Нет – это отлично, потому что о вашем существовании узнали 10 тысяч человек.

Кто-то скажет: «Ну, и какая разница? Сегодня они меня увидели, завтра забудут». Да, забудут – но только в том случае, если вы остановите рекламу. А я бы на вашем месте, наоборот, вложил в продвижение ещё денег и показывал бы себя снова и снова. И если ваш потенциальный клиент увидит вас один раз, потом второй, третий, да еще и на разных площадках с разными предложениями, то перестанет вас воспринимать как незнакомца: «А, это же тот самый,

которого я где-то видел!» Проще говоря, вы примелькаетесь и перейдёте совсем в другой статус.

Почему эта стратегия работает? Во всём опять виноват наш мозг, со своими системами защиты, из-за которых люди не особенно хотят покупать что-то сразу. вспомните себя, когда вам нужно было, скажем, приобрести телефон. Рискну предположить, что вы сначала посмотрели несколько обзоров разных моделей, почитали отзывы, поспрашивали друзей, только после этого приняли решение. И всё — ради покупки нужной вам вещи!

Почему же вы удивляетесь, что люди не хотят покупать что-то, о чём они никогда раньше слыхом не слышали, у человека, которого они знать не знали? Одно-единственное объявление не заставит вашего будущего клиента доверять вам. Если же он видит вашу рекламу довольно часто, натывается на ваши видео на разных платформах, читает статьи о вас и в довершении всего приходит на конференцию, где вы выступаете в роли спикера — вот тогда чаша весов склоняется в нужную сторону. И человек принимает решение, превращаясь из потенциального клиента в действующего.

На этом я завершаю преамбулу и перехожу к ошибке номер два.

2) Ожидание быстрых результатов.

Я столько раз видел подобное, что не смог бы сосчитать количество моих знакомых, погоревших на этой ошибке. И самое удивительное — многие даже не поняли, что они сделали не так, хоть я и объяснял им это. Виной всему жажда наживы — банальная жадность, которая проявляется в стремлении получить все прямо здесь и сейчас. Именно она ограничивает людей от дохода.

Я хочу, чтобы вы поняли мысль: