

[ФОТО](#)

«Мои проекты опережают конкурентов по вовлечённости»: история SMM-специалиста Ксении

Ксения прошла путь от студентки-филолога, подрабатывающей в «Макдоналдсе», до востребованного SMM-специалиста и таргетолога.



Ксения Коростылёва

Россия, Московская область, Видное

Курс: «[Профессия SMM-специалист](#)»

Достижения: Ведёт три проекта, в один из которых за год привела более 200 клиентов. Существенно повысила свой доход.

Ксения рассказала:

- какими были её первые не совсем удачные [шаги в SMM](#);
- зачем SMM-специалисту разбираться в [таргете](#);
- почему [итоговый проект](#) — это крутая возможность получить классный кейс себе в портфолио;
- где искать [новых клиентов](#);
- как [успевать](#) совмещать три SMM-проекта, работу репетитором и роль мамы.

«Вспоминаю свои старые работы и удивляюсь, почему мне вообще за них платили»: о первых шагах в SMM

— Ксения, как вы поняли, что хотите заниматься именно SMM-продвижением?

— Меня вдохновила одна моя знакомая. Она работала SMM-специалистом в студии растяжки и организовывала для неё фотосессии. Мне очень понравился контент, который она создавала. Ей удавалось делать информативные и вместе с тем лаконичные посты.

Они легко читались и выглядели эстетично. Не казались вымученными или нарочитыми, как это часто бывает.

Я же в те времена была студенткой: училась на филолога, а в свободное время подрабатывала в «Макдоналдсе». Дополнительную нагрузку взять не могла, хотя сфера SMM меня очень привлекала.

— Насколько я знаю, вы смогли осуществить своё желание и попробовать себя в маркетинге в соцсетях лишь спустя несколько лет?

— Да, когда я ушла в декрет, у меня появилось больше свободного времени.

Я стала собирать информацию и узнала, что каждая молодая мама и в целом любой безработный человек может обратиться в центр занятости населения и пройти там бесплатные курсы переподготовки. Выбор специальностей у них большой: среди прочего есть и обучение SMM-менеджменту — на него я и записалась.

Правда, тот курс сложно назвать полноценным и информативным погружением в новую профессию, скорее так — лёгким экскурсом. В его рамках я получила теоретическую базу — разобралась, как определять целевую аудиторию, как выбирать соцсеть для продвижения — но возможности применить все эти знания на практике почти не имела.

Однако пройденных основ мне вполне хватило, чтобы взять первого клиента и начать свой путь в SMM.

— Здорово! То есть на курс в Skillbox вы пришли уже отнюдь не новичком...

— Да, но и не уверенным специалистом. Более того: когда я вспоминаю свои старые проекты, то удивляюсь, почему мне вообще за них заплатили 😊

— Неужели всё было настолько плохо?

— Зависело от задач. Если с оформлением визуала и написанием текстов я более-менее справлялась, то в запуске таргета и другой рекламы просто «плавала».

Как бы я ни старалась привлечь новых подписчиков, они не приходили, клиентов не прибавлялось. Получалось, что деньги заказчиков, выделенные на продвижение, я тратила впустую. И сильно из-за этого переживала.

А ещё я не до конца понимала, как грамотно взаимодействовать с клиентами. Как оказалось, это тоже целая наука и ей нужно учиться. Если этого не делать, можно либо неправильно понять задачу, либо, что ещё хуже, нарваться на мошенников.

— Мошенников? Вы имеете в виду тех заказчиков, которые получают работу и не платят?

— Да, я так однажды из-за своей неопытности и наивности потеряла 30 000 рублей. Сделала работу, отправила её, а клиент потом просто пропал, не заплатив.

Эта неприятная ситуация стала для меня одним из толчков к новому обучению.



Ксения во время [офлайн-защиты](#) дипломной работы в лектории Skillbox

Фото: Skillbox

Я призналась себе, что многие из моих неудач — не из-за неопытности, а из-за пробелов в знаниях. Осознав это, подобрала для себя развёрнутый и углублённый [курс](#) по SMM-менеджменту и пошла на него учиться. Там нас в том числе обучали и таргетингу.

«За год привела бизнесу более двухсот клиентов»: об успехах после обучения

— Вы упомянули, что прежде плохо разбирались в таргете. Поясните: а разве он входит в сферу ваших обязанностей? Я думала, им занимается отдельный специалист — таргетолог.

— По идее, да, работа SMM-специалиста заключается только в создании стильного контента для соцсетей и общении с подписчиками. А таргетолог — уже тот, кто отвечает за настройку и запуск рекламы. Но... на деле всё оказывается чуть иначе.

Многие компании ищут сразу двух экспертов в одном лице: и SMM-специалиста, и таргетолога. А есть и такие заказчики, кто просто не понимает разницы, — это же всё одно, маркетинг 😊

Но я была только рада погрузиться в таргетинг — мне это направление так же интересно, как SMM. В итоге я разобралась, какие существуют стратегии продвижения, как правильно привлекать подписчиков, какие креативы создавать, как анализировать статистику.

Любые дополнительные навыки повышают вашу ценность как сотрудника на рынке труда.

— А если говорить про другую вашу боль в прошлом — общение с заказчиками. Как оно изменилось после курса? Какие ошибки вы обнаружили и исправили?

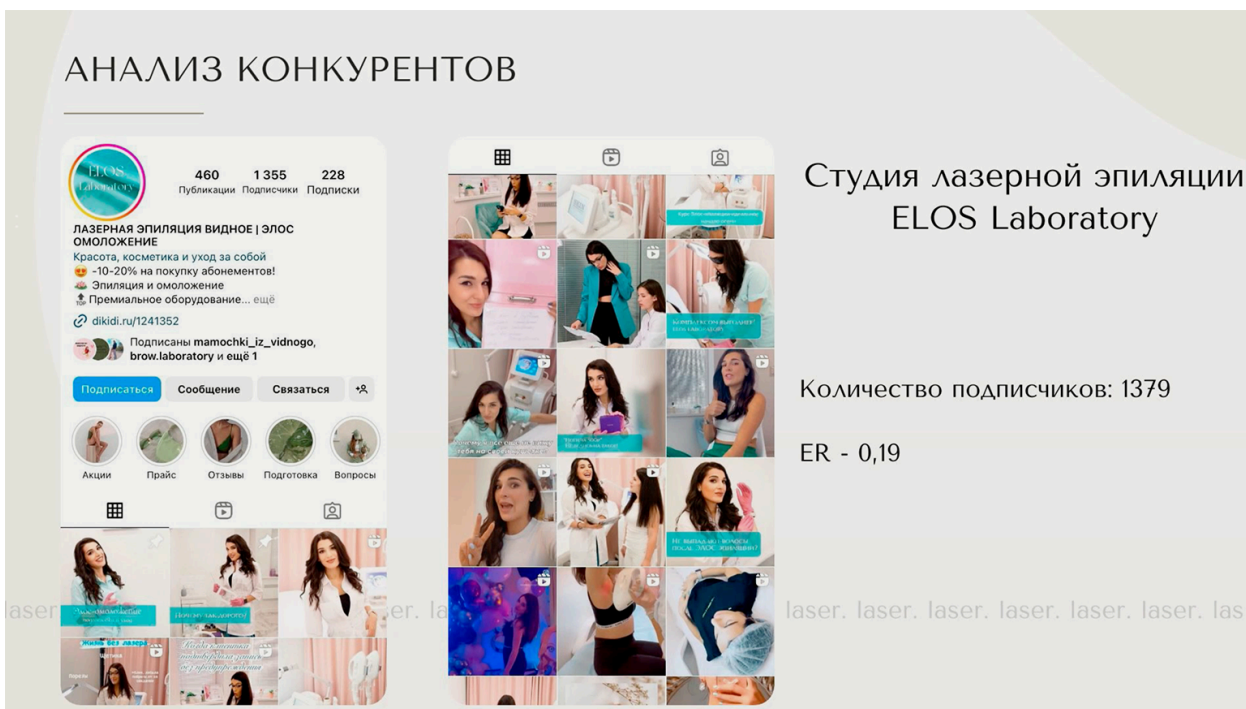
— Раньше я совершенно не думала о своей юридической безопасности: не брала предоплату у клиентов, составляла неграмотные договоры. Все эти тонкости нам подробно объяснили и показали на примерах. Теперь я точно распознаю потенциально токсичного или ненадёжного заказчика — и просто не буду с ним работать.

— Ксения, а какое учебное задание запомнилось вам больше всего? Забавный факт: большинство студентов на этом вопросе говорят про итоговую работу 😊

— И я не буду исключением: это и моё любимое задание тоже! Всё-таки финальный проект — это объёмная и максимально приближённая к жизни задача, для выполнения которой нужно вспомнить всё, чему ты научился, собрать это воедино и выдать результат.

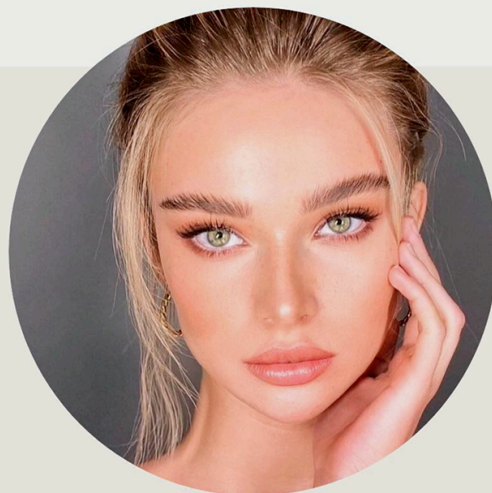
Дипломный проект — профессиональный кейс, который можно положить в портфолио. А ещё это — проверка себя.

Более того, если само задание звучит чётко: «Разработать стратегию SMM-продвижения», то пример для этих целей вы можете выбрать сами. Например, взять проект реального заказчика и на нём отработать новые инструменты. А после — получить ценные советы от экспертов и внедрить всё это в жизнь.

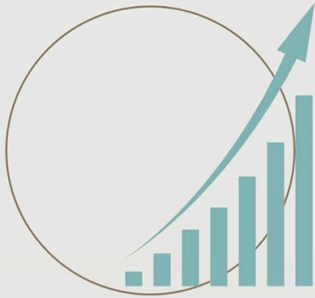


ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

СЕГМЕНТ 1: Девушки от 18 до 40 лет, которые стремятся быть в тренде, хотят избавиться от раздражения, вросших волос и зуда в эпилируемых областях, со средним достатком



ЦЕЛИ SMM-СТРАТЕГИИ



01

Рост узнаваемости
бренда



02

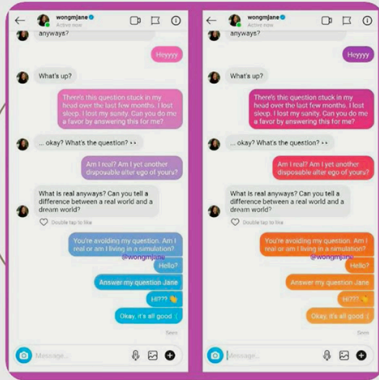
Набор
подписчиков

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

СЕГМЕНТ 2: Женщины от 40 до ≈ 65 лет, с высоким достатком, в основном замужем, стараются избавиться от нежелательных волос, выглядеть опрятно, заботятся о гигиене своего тела.



ЦЕЛИ SMM-СТРАТЕГИИ



03

Обращения в личные сообщения с запросами



04

Рост вовлеченности аудитории

TONE OF VOICE

В сторис и постах

Доверительный стиль общения, на "ты".



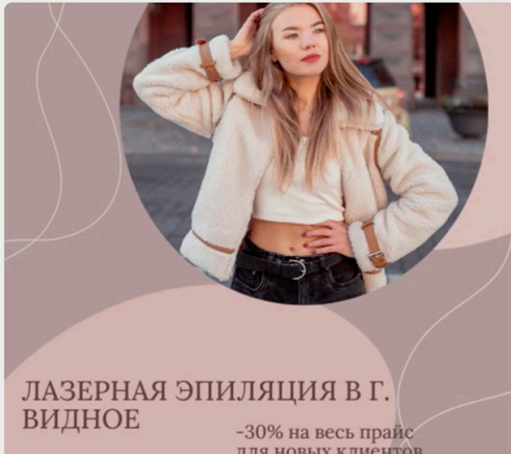
В директе и личных сообщениях

Официальный стиль общения, на "Вы".



НАСТРОЙКА РЕКЛАМНОГО КАБИНЕТА

Свидание, бассейн, прием у врача - больше не нужно стесняться, мучаться с бритвой или болезненным шугарингом, позволь себе почувствовать гладкость кожи и быть в гармонии со своим телом



Название кампании:	Bushueva.studio
Дневной лимит:	150 Р
Лимит объявления:	Не задан
Цель:	Продвижение товаров или услуг в сообществе
Максимальный желаемый CPC:	Не задан
Дата запуска:	Не задана
Дата остановки:	Не задана
Расписание:	Не установлено
Рекламные площадки:	Автоматические
Тематики:	Салоны красоты (Красота, здоровье)
Сохранение аудитории:	Нет
Дата создания:	Сегодня в 20:53
Целевая аудитория:	7 600 человек
Город:	Видное
Демография:	Женщины от 18 до 45 лет
Ссылка:	https://vk.com/wall-216556497_73
	Редактировать

Итоговый проект Ксении на курсе

Скриншот: личный архив Ксении Коростылёвой

— Как я понимаю, вы так и поступили?

— Да, к моменту защиты итогового проекта я уже полгода развивала аккаунт студии лазерной эпиляции. Параллельно я вела и другие проекты, но для отработки выбрала именно этот, поскольку была у них первым SMM-специалистом — то есть могла легко наглядно сравнить свои же результаты до и после.

Для этого заказчика я прописывала стратегию продвижения, занималась посевами, договаривалась о коллаборации с блогерами и другими студиями, настраивала таргет. И конечно же, продумывала визуал. И кое-где — даже дизайн-решения.

Мне было очень любопытно, что же скажут эксперты на защите о проделанной мной работе. В итоге я получила очень приятный отклик и похвалу.

— Раньше вы переживали, что «сливаете» бюджет и не приводите новых клиентов. Удалось ли исправить ситуацию в этот раз?

— Да! Первых подписчиков студия получила, как только я изменила шапку профиля — сделала её посылы лаконичнее и информативнее, и стала регулярно загружать сторис.

Продвижение за счёт рекламы тоже сработало и удачно: за год к нам пришло более двухсот клиентов.

— Классный результат!

— Больше скажу: по совету педагогов я проанализировала не только нашу статистику, но и статистику конкурентов. Хотя обычно я этого не делаю и смотрю чужие аккаунты только ради вдохновения и поиска новых идей.

Так вот — большим сюрпризом для меня стал тот факт, что у нашего аккаунта оказалась лучшая вовлечённость (лайки, комментарии, репосты, сохранения) в сравнении с другими студиями лазерной эпиляции в Видном. Выходит, клиенты к нам более лояльны.

«Спасибо сарафанному радио, „Авито“ и... случайностям»: где Ксения находит клиентов

— Если обычно все начинающие специалисты задаются вопросом «Где же искать заказы?», то вы нашли своих первых клиентов ещё до того, как до конца освоили профессию. Поделитесь секретом: как вам это удалось?

— На самом деле всё очень просто: мои основные источники заказов — сарафанное радио и верно использованная случайность.

Например, работу в студии лазерной эпиляции я нашла, просто придя на сеанс к мастеру. Мы разговорились, и девушка рассказала, что не может найти клиентов. При этом в её планах — развивать бизнес-аккаунт в запрещённой соцсети. Услышав это, я предложила свои услуги.

Ровно таким же способом я нашла себе и второго клиента, подолога. Причём я никогда не рекламирую себя и свои услуги намеренно, просто эта тема как-то сама собой возникает в ходе разговора.

Ещё вариант найти клиентов — разместить своё объявление на «Авито». Ко мне, например, оттуда пришли владельцы студии растяжки.

Со студией растяжки, кстати, вообще получилось забавно: мы были знакомы с её руководителем — прежде я предлагала ей сотрудничать со студией эпиляции. Оказалось, что уже тогда они искали SMM-специалиста, но мне не предложили, потому что посчитали меня просто администратором. А потом — увидели моё объявление на «Авито» и очень удивились, осознав, что всё это время нужный им человек был прямо у них под боком.



16:57



ladystretch_vidnoe



387 1 043 8
публикации подписчики подписки

СТУДИЯ РАСТЯЖКИ • ВИДНОЕ

🧘‍♀️ Пространство женственности и гибкости
STRETCH • YOGA • AEROSTRETCHING

🕒 ПН-ВС 9:00-21:00

ЗАПИСЬ ПО ССЫЛКЕ 📌

ул. Березовая, д. 7, Vidnoye

🔗 taplink.cc/ladystretch_vidnoe

Подписаться

Сообщение

Позвонить



LS GIRLS 2.0



LS GIRLS



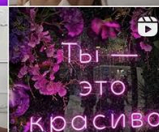
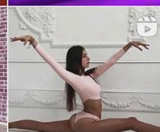
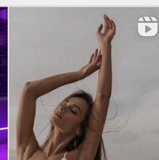
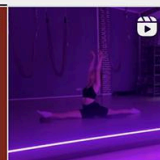
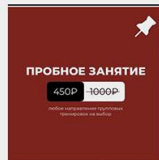
здоровая с...



адрес



ваканси

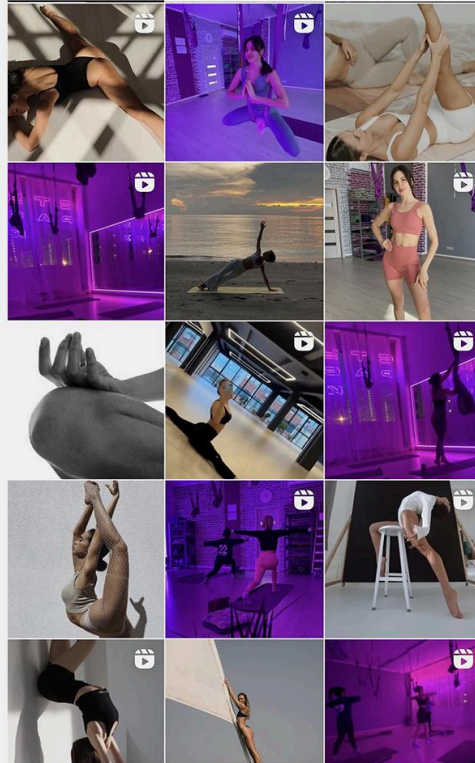


16:57



ladystretch_vidnoe

Подписаться



17:00



здоровая спина 12 марта



Растяжка спины позволяет расслабиться
физически и эмоционально

Ждём тебя на тренировках
«ЗДОРОВАЯ СПИНА»



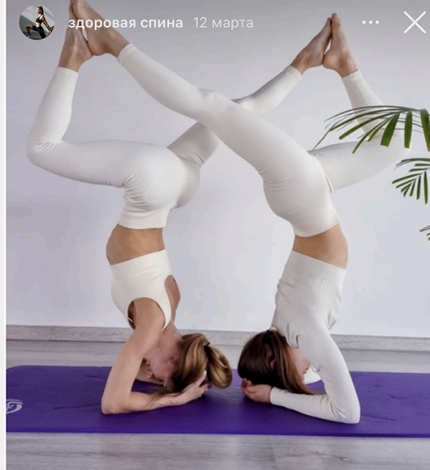
Отправить сообщение



17:00



здоровая спина 12 марта



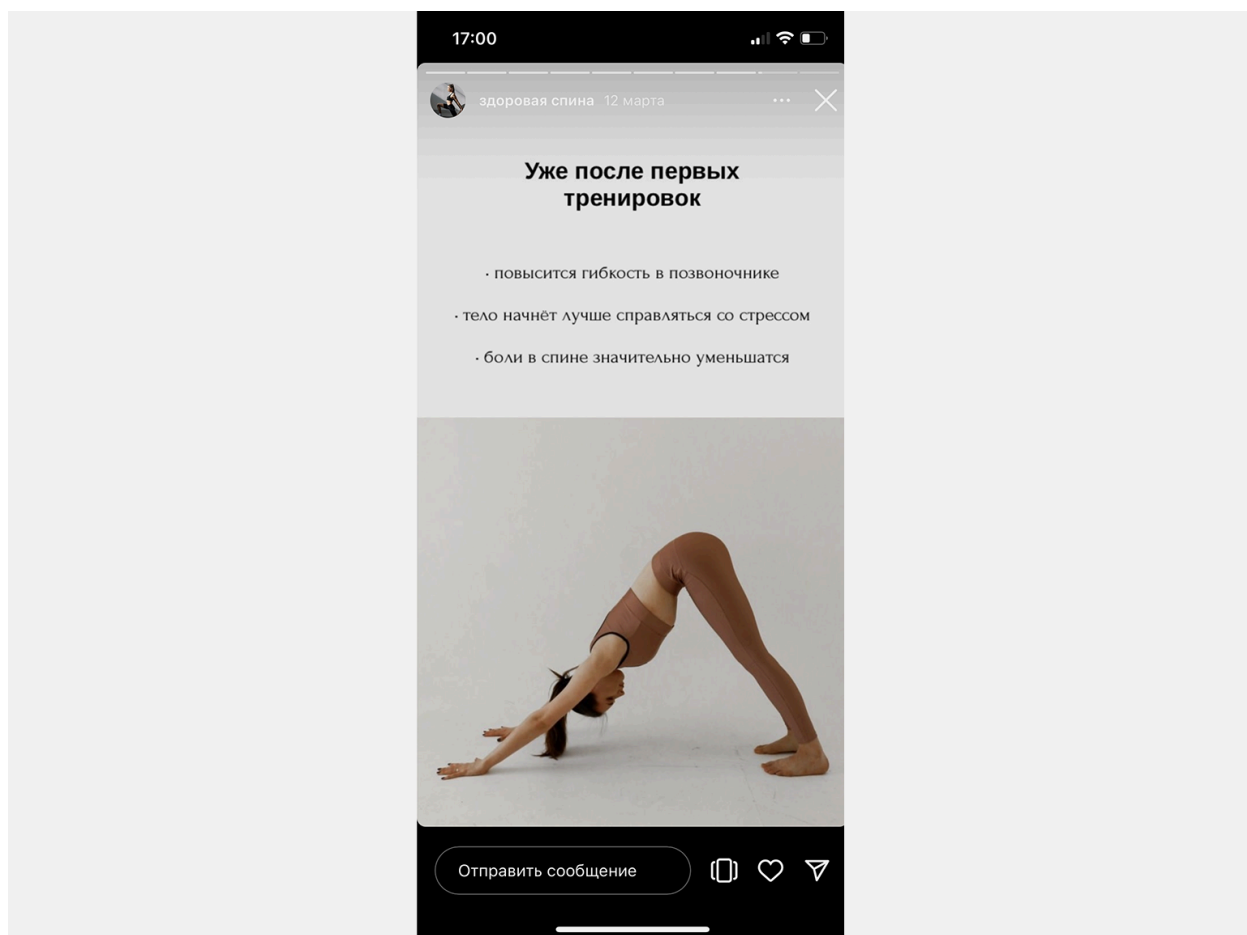
Растяжка помогает снять болевые ощущения
в области позвоночника и укрепить
мышечный каркас

Предотвращает развитие многих
заболеваний спины

Снижает риск возникновения травм

Отправить сообщение





Работы Ксении для студии растяжки Lady Stretch в Видном

Скриншот: личный архив Ксении Коростылёвой

— Можно позавидовать вашей коммуникабельности! Сколько клиентов вы сейчас ведёте?

— Троих, и больше пока брать не хочу. С текущими у меня уже выстроена отлаженная система работы, а каждый новый заказчик требует проработки — анализа запроса, конкурентов и целевой аудитории, бэкграунда бренда, необходимых инструментов.

Пока погружаться в проект с головой в четвёртый раз я не готова: у меня на это попросту нет времени. Во-первых, потому, что я воспитываю маленького ребёнка, во-вторых, потому, что занимаюсь ещё и второй работой. И тут либо придётся отказаться от чего-то, либо перестать спать по ночам 😊

— А чем вы занимаетесь на второй работе? И почему, если не секрет, не ушли с неё? Ведь ваша карьера в SMM развивается вполне успешно.

— Я работаю репетитором, готовлю школьников к ЕГЭ. Начала эту деятельность сразу после выпуска из вуза, где училась на филолога, и так до сих и продолжаю. Я не могу

просто взять и бросить своих ребят. Хочу довести их до результата. Хотя, конечно, в этой сфере зарабатываю сильно меньше, чем в SMM.

Мне нравится иметь два непохожих друг на друга направления деятельности — это вносит разнообразие в жизнь.

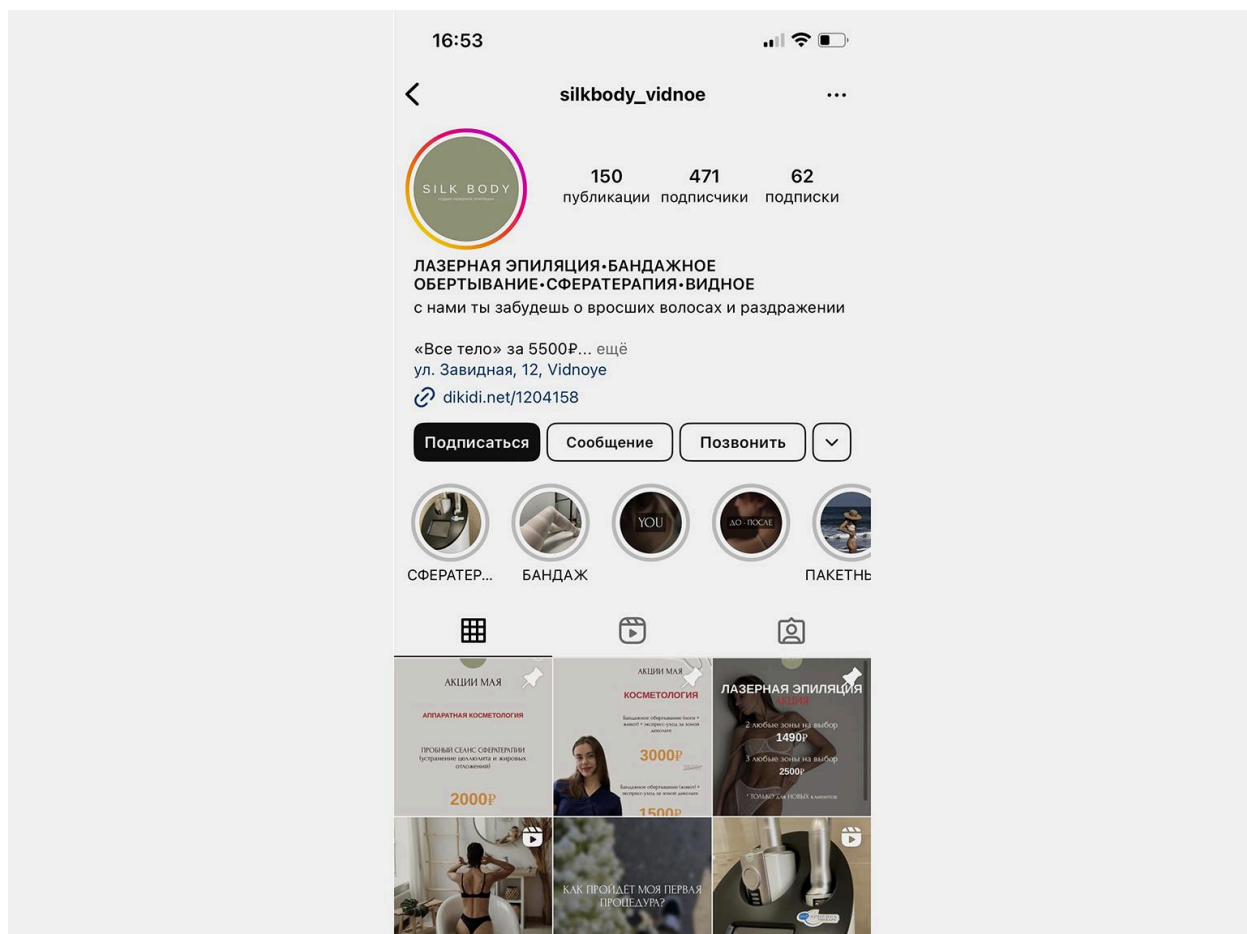
«Пока мне нравится быть в тени»: о продуктивности, личном бренде и планах на будущее

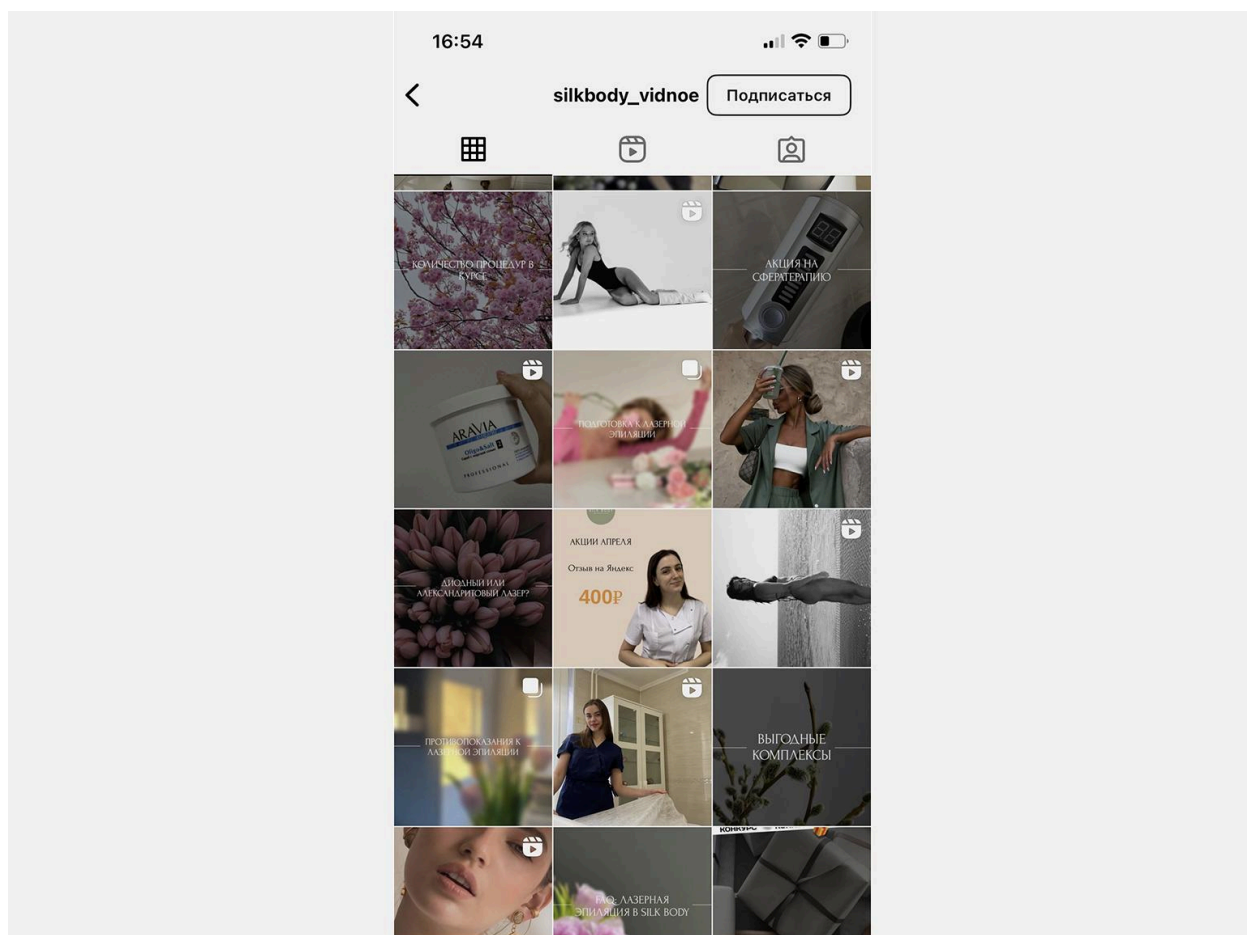
— Ксения, как вам удаётся совмещать три разные роли — мамы, репетитора и SMM-специалиста — и всё успевать?

— Ответ прост и однозначен: планировать. Я регулярно веду список рабочих задач: просматриваю их каждый день и в зависимости от срочности выполняю.

На SMM-задачи трачу около пяти часов в день. Два часа днём, когда ребёнок спит, и три — вечером, с девяти до полуночи. В другое время, когда нужно созвониться с учениками, либо отвожу ребёнка в детский сад, либо с ним сидит муж.

Также я веду ежедневник со своим личным и рабочим расписанием: без такого помощника легко что-то забыть. Даже о занятиях. А мне не хочется, чтобы мои бедные ученики растерянно ждали меня у подъезда, пока я спокойно пью чай ☺





Работы Ксении для студии эпиляции Silk Body в Видном

Скриншот: личный архив Ксении Коростылёвой

— И всё же: при таком плотном графике нетрудно столкнуться с выгоранием. Что вы делаете, чтобы этого не произошло?

— Увы, выгорание мне знакомо — всё-таки я работаю практически без выходных и отпуска, а это нелегко. В такой ситуации даже энтузиазм и интерес не всегда спасают. Но... я стараюсь не ставить себе неподъёмных задач и нереалистичных целей.

Кстати, в этом плане курс в Skillbox очень грамотно устроен: обучающие ролики длятся всего по 10–20 минут, и за пару часов в спокойном темпе можно освоить весь модуль. Если есть настроение, конечно. В любом случае, когда я училась, то старалась заниматься каждый день, но по чуть-чуть — этот лайфхак помогает мне и сейчас, в работе.

Периодически стараюсь выкраивать время на отдых: устраиваю себе выходные дни и вообще не захожу в соцсети.

— А есть ли у вас амбиции однажды заняться собственным продвижением, создать личный бренд?

— Личному бренду нужно уделять столько же времени и сил, сколько и любым рабочим проектам. Только вот за развитие личного аккаунта вам никто не заплатит. Так что пока у меня совсем нет желания брать дополнительную нагрузку.

А ещё, когда знакомые и друзья задают мне этот вопрос, я сразу вспоминаю мем, где Джастин и Хейли Бибер идут по улице: Хейли выглядит шикарно в своём красивом красном облегающем платье, а Джастин в серой оверсайз-толстовке плетётся сзади. Так вот, из них двоих в мире соцсетей я — Джастин и пока не хочу быть Хейли 😊

О чём я мечтаю — так это однажды поработать в команде. Думаю, когда ребёнок подрастёт и у меня появится больше времени, устроюсь в компанию или агентство. А потом, надеюсь, дорасту до пиар-отдела «ВКонтакте».

Читайте также:

- [«Достиг своего предела»: почему аналитик банка стал SMM-специалистом](#)
- [«Обменялись контактами, теперь сотрудничаем. Если умеешь разговаривать — ты не пропадёшь»](#)
- [«Наш мозг нас постоянно обманывает. Мы всегда пребываем в иллюзии, что всё понятно»](#)