

Каналы и профили

Где живёт бренд каждый день. 2-3 канала, оформленные в единой дизайн-системе, с bio, которое читается за 3 секунды.

#выбор-каналов

#оформление

#bio-формула

#первый-контент

Не «везде понемногу». А **2-3** глубоко

6 КАНАЛОВ ПО ЧУТЬ-ЧУТЬ

Никто не растёт

Instagram, Telegram, VK, TikTok, YouTube, Threads — всё по одному посту в неделю. Алгоритм не понимает вас нигде. Аудитория не копится.

Итог: устаёте, а охваты у всех по 100.

2-3 КАНАЛА ГЛУБОКО

Один растёт, второй продаёт

Основной — куда льёте контент 5 раз в неделю. Второй — куда переводите тёплых. Третий — куда продаёте. Ясные роли, ясные метрики.

Итог: меньше усилий, больше касаний с клиентом.

3 шага до оформленных каналов

1

Выбираем 2-3 канала

Под трек (Соцсети / Маркетплейсы),
под ваш формат контента и энергию.

2

Оформляем в стиле

Аватар, шапка, bio, закреп — всё
из вашей design-system.html прошлого
урока.

3

Публикуем первое

Приветственный пост + закреп
с лендингом + СТА в bio.

ЧАСТЬ 1 ИЗ 3

Выбор

Матрица каналов и правило 2-3

Под какой трек и формат

ОБА ТРЕКА

Instagram

Reels + сторис + карусели. Тёплая аудитория, DM-продажи.

СОЦСЕТИ

Telegram

Тексты + голосовые. Для постоянных читателей и продажи услуг.

СОЦСЕТИ

YouTube

Длинное видео + Shorts. Работает на доверие годами.

СОЦСЕТИ

TikTok

Только Reels. Молодая аудитория, быстрый рост охватов.

ОБА ТРЕКА

VK

РФ-аудитория без VPN. Работает в регионах, где Instagram неудобен.

МАРКЕТПЛЕЙСЫ

WB / Ozon

Основная воронка товарного бренда. Карточка — это ваш «лендинг».

КАК ВЫБИРАТЬ

Правило 2-3 каналов

Один основной — растёт. Один запасной — греет. Один продающий — конвертирует. Больше — не тянуть.

РОЛЬ 1 • ОСНОВНОЙ

Где растёте

Публикуете 3-5 раз в неделю. Ищете новую аудиторию. Обычно Reels-канал (Instagram / TikTok).

РОЛЬ 2 • ЗАПАСНОЙ

Где греете

2-3 раза в неделю, но глубже. Telegram-канал или YouTube. Разговор с теми, кто уже подписан.

РОЛЬ 3 • ПРОДАЮЩИЙ

Где конвертируете

Лендинг + DM Instagram / чат Telegram / карточка WB. Здесь сделка закрывается.

ЧАСТЬ 2 ИЗ 3

Оформление

Аватар + шапка + bio + закреп

4 ЭЛЕМЕНТА ПРОФИЛЯ

Один бренд на разных площадках

ЭЛЕМЕНТ 1

Аватар

Фото эксперта на цвете бренда или логотип-заглушка.

ЭЛЕМЕНТ 2

Шапка / обложка

Highlights, YouTube header, VK cover — один визуал.

ЭЛЕМЕНТ 3

Bio

Формула 3П в 150 символах. Разбор на след. слайде.

ЭЛЕМЕНТ 4

Закреп

Приветственный пост + ссылка на лендинг.

 INSTAGRAM • @MAYYADRAGAN



mayyadragan ···

Майя Драган

1 345 публикаций 338 тыс. подписчиков 688 подписок

Entrepreneur

Получила визу талантов и живу в Майами

Прошла путь от декрета до бизнеса на 160 🍋/год

Запускаю новый бизнес 🇺🇸

... ещё

mayyadragan.ru и ещё 2

 Подписаны danyarak_, already__done и ещё 15

Подписки

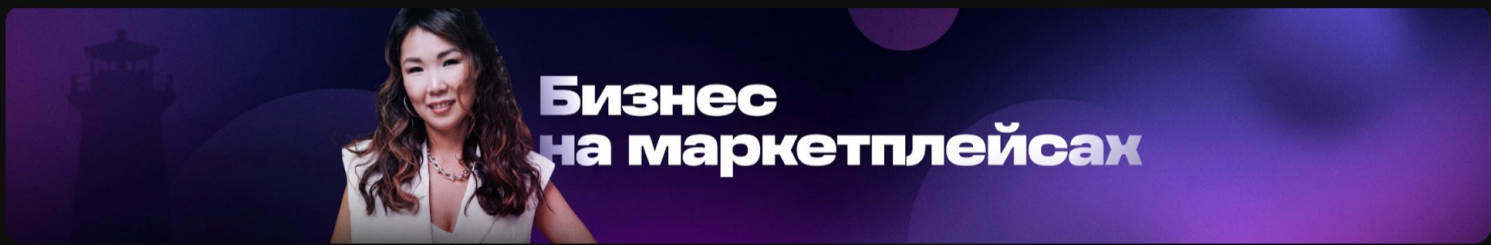
Каналы и профили

Мargarita Квартальнова

Отправить сообщение



▶ YOUTUBE • @MAYYADRAGAN



Бизнес на маркетплейсах



Майя Драган | Бизнес на маркетплейсах в РФ и США

@mayyadragan · 84,4 тыс. подписчиков · 290 видео

Предприниматель в США по визе талантов. Построила бизнес с оборотом 160 млн / ...ещё

Instagram и ещё 1 ссылка

Подписаться

Главная Видео Shorts Плейлисты Записи 🔍



Как я получила EB-1A (виза талантов США) и что на самом...

6 116 просмотров · 5 месяцев назад

EB-1A — это иммиграционная виза талантов в США, которую можно получить без работодателя и спонсора. В этом видео я рассказываю, как я получила EB-1A, какие критерии действительно важны и почему большинство отказов происходит не из-за критериев.

Польза + Проблема + **Подход**

Первая строка — польза от подписки, не что вы делаете. Вторая — специфика через боль клиента. Третья — ваш подход. 148-150 символов.

П • ПОЛЬЗА Что унесёт Не «я эксперт по бренду», а «соберёте бренд с первыми продажами за 3 месяца».	П • ПРОБЛЕМА Боль клиента «Продукт огонь, а не покупают» / «Каждое утро с пустой головой что снимать».	П • ПОДХОД Как решаете Ваш метод. «Через ИИ от УТП до лендинга» / «На живом лице основательницы».
 ПРИМЕР • ЛИЧНЫЙ БРЕНД Собираем бренд с первыми продажами за 3 месяца. Для тех, у кого продукт огонь, а покупают вяло. Через ИИ — от УТП до лендинга. ↓ Забирайте гайд по ссылке	 ПРИМЕР • ГЕЛЬ ДЛЯ БРОВЕЙ Эффект ламинирования дома за 5 минут. Для тех, кто устал бегать к мастеру. Стойкий на 12 часов, без салона. ↓ Наш магазин на WB	

ЧАСТЬ 3 ИЗ 3

Первое

Что публикуем сразу после оформления

ЧТО ПУБЛИКУЕМ СРАЗУ

3 единицы старта канала

📱 ЛИЧНЫЙ БРЕНД

ПОСТ 1

Приветственный

Кто я. Что здесь будет. Кому пригодится. Оффер + ссылка на лендинг. **Закрепить сверху.**

ПОСТ 2

«Как я пришёл сюда»

История. Не резюме, а живое — почему делаю именно это.

ПОСТ 3

Пост с пользой

Одна конкретная штука, которую можно забрать. Показывает что будет дальше.

🛒 ТОВАРНЫЙ БРЕНД

ПОСТ 1

Витрина товара

Что за бренд. Какой продукт. Оффер (что решает). Ссылка на WB/Ozon. **Закрепить сверху.**

ПОСТ 2

История бренда

Кто основательница. Почему сделала этот продукт. Что было не так с тем, что есть на рынке.

ПОСТ 3

Живая демонстрация

Распаковка / до-после / отзыв на живом лице. Не студийная модель. Живой человек с реальным результатом.

Правило

Не ждём подписчиков, чтобы начать. Пост — это письмо. Когда придёт первый подписчик, у него уже будет что почитать.

Оформи каналы за 1 фразу

«Помоги упаковать профиль»
или «Собери шапку»

Что делает Клод

Разбирает вашу нишу, ЦА, боль клиентов. Собирает bio по формуле 3П (польза + проблема + подход), аватар, обложку и хайлайтс как мини-воронку.

1

Выбрали 2-3 канала

Один основной, второй запасной, третий продающий

2

Оформили в стиле

Аватар, шапка, bio, закреп

3

Опубликовали 3 поста

Приветствие + история + польза

АРТЕФАКТ УРОКА

2-3 оформленных канала

Каждый — с аватаром, обложкой, bio по формуле и 3 первыми постами. Ссылка на лендинг в bio активна.

 Раздатки: [profile-templates](https://profile-templates.com) + [blogs-po-nisham](https://blogs-po-nisham.com) (179 блогов) на navolneai.ru/handouts/

УГЛУБИТЬСЯ ПОСЛЕ УРОКА

Одна книга на дополнительное чтение

ПО ТЕКСТАМ В СОЦСЕТЯХ

Ясно, понятно

Максим Ильяхов. Как объяснять сложное просто. Практика для постов, сторис, DM, рассылок. Автор — тот же, что и у «Пиши, сокращай».

Продолжение инфостиля — уже под короткие форматы соцсетей. Как заголовок читается за 3 секунды. Как строится пост в ленте. Как отвечать в DM, чтобы не бесить.

2021, свежая практика.

ЧТО ТЕПЕРЬ У ВАС ЕСТЬ

Каналы **живут**

2-3

Канала с чёткими ролями:
основной, запасной,
продающий

4

Элемента оформления:
аватар, шапка, bio,
закреп — всё в стиле
дизайн-системы

3

Первых поста в каждом
канале: приветствие,
история, польза