



**ПРОГРАММА НАСТАВНИЧЕСТВА
для психологов и помогающих практиков**

Модуль «Проявленность»



**Система
продвижения в соцсетях**

Если вы хотите: **привлечь новых клиентов, монетизировать** свою экспертность, увеличить доход?

Тогда нужно проявляться в соцсетях

Личный бренд влияет на продажи

Личный бренд = ваша Репутация
ваш образ в глазах аудитории

Когда большой выбор экспертов –
клиенты **выбирают Личность**

Зачем формировать личный бренд

Люди покупают у людей

**Если нет отношений с подписчиками
– нет доверия – не покупают**

Как следствие – выгорание у вас (эксперта)
+ страх продаж

Принципы продаж в соцсетях

- Привлечение целевой аудитории (ЦА)
- Вовлечение / Взаимодействие с ЦА / Удержание внимания
- Донесение своих смыслов, ценностей через контент
- Продажи, в т.ч. через триггеры и прогревы

Реклама, способы продвижения

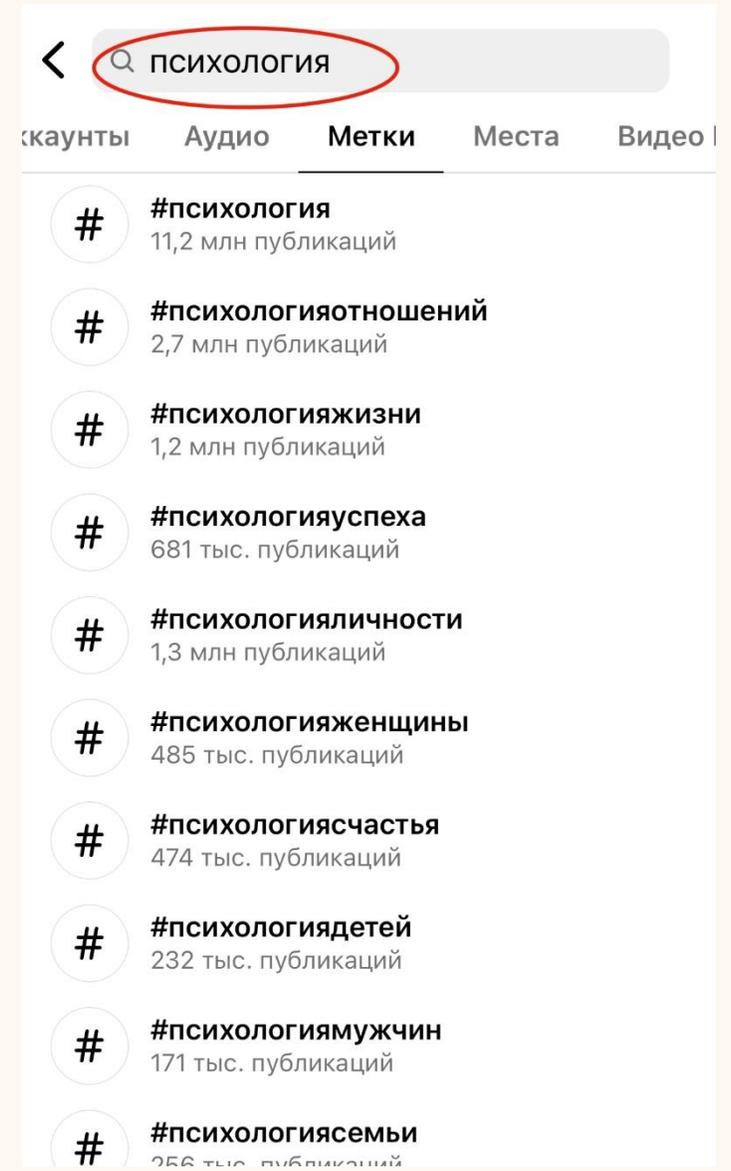
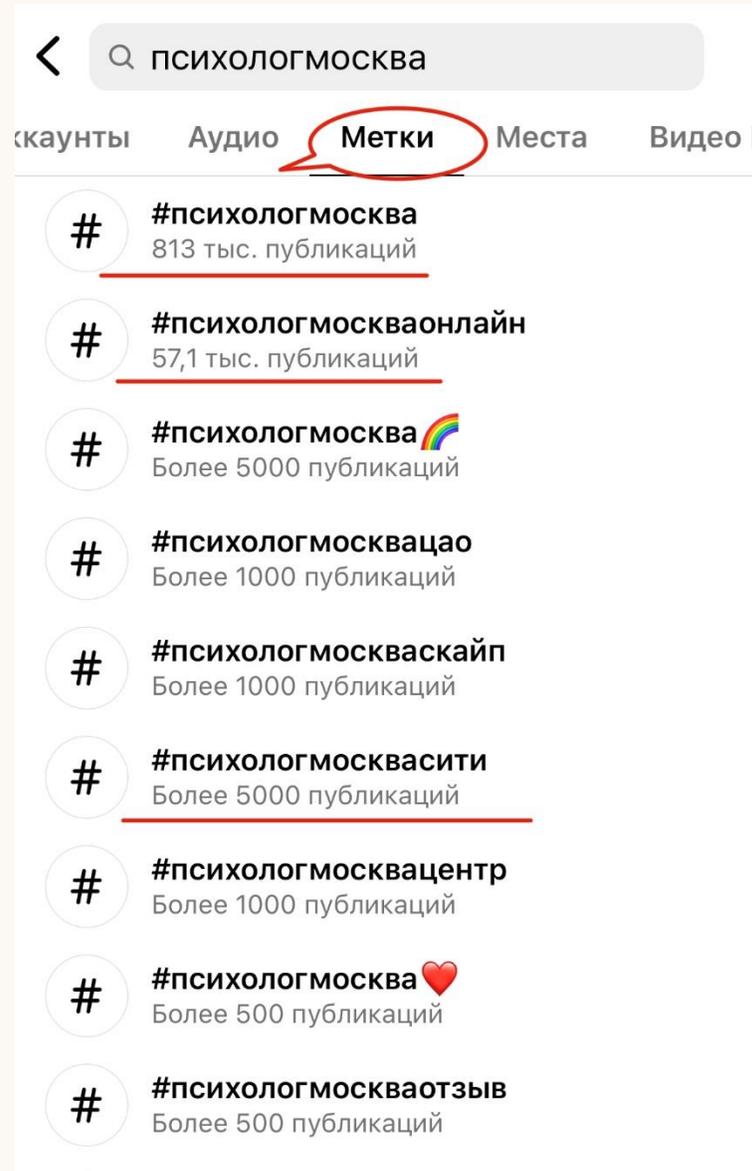
Где закупать: биржа рекламы, каналы/чаты в телеграм, поиск вручную. Как закупать: самостоятельно или менеджер.

- ИГ – таргет за рубежом, блогеры, тематические марафоны, взаимопиар, коллаборации с другими экспертами, совместные эфиры, **ГИВЫ – ЭТО ПЛОХО** (приходит не целевая аудитория).
- ВК – закупка в пабликах и у блогеров; таргет (много требований к макетам + закон о рекламе), лучше сразу вести в воронку. Для продвижения нужно создавать группу или сообщество, а не личную страницу.
- ТГ – закупка рекламы в каналах и у блогеров, таргет (короткое сообщение + вход от 3000 евро).

Риски рекламы – гарантии прихода нет.

Хэштеги # и как учитывать географию

- Таргет – ЦА, проживающая в определенных странах, городах, районах города.
- Хештеги – высокочастотные и низкочастотные.



Форматы контента Иг, Вк, Тг

- **Иг** – посты (фото, видео) в ленте, сторис, рилс, эфиры, совместные эфиры, автоматические сервисы (боты - есть ограничения на общение с подписчиком 24ч)
- **Вк** – посты, сторис, видео (реклама Вк), видео с ютуб (реклама), обсуждения, витрина товаров, чат-боты, live-эфиры – другой тип ленты.
- **Тг** – посты, видео-заметки до 1 мин, загрузка длинных видео (большой объем памяти), эфиры, аудио, подкасты – подключение ботов (модерация, доп. функции, кнопки)

Сколько соцсетей вести?

- **Несколько** – чем больше аудитории можете охватить, тем лучше + безопасно на случай блокировки. Но не всегда хватает ресурсов, чтобы продвигать все сети. Контент может быть как уникальным, так и дублированным.
- **База клиентов (контакты)** – обязательно собираем базу через регистрацию на бесплатные мероприятия и бесплатные продукты (лид-магниты), а также учитываем платных клиентов. **База клиентов – это ваши деньги.**

Алгоритмы

- Иг и Вк – умная лента, выдача контента по интересам (вливают лайки, комменты, сохранения, глубина просмотра)

Сначала контент показывается лояльной аудитории, затем не самой лояльной, затем попадает в «рекомендованное».

- Тг – это не соцсеть, а мессенджер с чатами. Подписчик должен про вас помнить и сознательно заходить в канал. Для взаимодействия – подписка на чат-бот (есть платные и бесплатные сервисы). Использовать как резервный канал.

Упаковка блога

- Узнаваемая аватарка и читабельный ник
- Краткая самопрезентация – шапка профиля, чтобы было понятно для кого и о чем ваш блог.
- Оформление обложки – для Вк (разные для компа и тел.)
- Хайлайтс (Иг) – о себе, услуги (прайс), отзывы, вовлекающий контент – самое важное сюда
- **Визуал важен** – ваши фото хорошего качества (не обязательно студийные)
- Ссылка в профиле / таплинк (мультиссылка и мини-сайт)

Личный VS профессиональный аккаунт

- Нет правильного и неправильного
- В профессиональном так же необходимо показывать личность.
- Готовы ли давать экспертный контент в личном?
- Хватит ли ресурса на два блога?
- Сколько у вас аудитории в личном? – Они тоже могут стать вашими клиентами или порекомендовать вас
- Какая активность в блоге сейчас?
- С нуля сложнее

Холодная и Теплая аудитория

- Холодная аудитория – Ты кто такой? Давай, до свиданья 😊
- Теплая (прогретая) аудитория – А что ты продаешь?
Хочу купить у тебя.

Самая простая продажа – продажа через аудиторию, которая вас уже знает и вам доверяет.

Чтобы «утеплить» аудиторию – используем систему прогревов.

Уровни осознанности аудитории (Лестница Ханта)



Уровни осознанности аудитории (Лестница Ханта)

1 уровень	Отношение к проблеме	Вопросы для перехода на следующий этап	Ваша задача	Результат
Не осознает проблему	Это не изменить, виноваты внешние обстоятельства, я ни на что не влияю	Где взять волшебную таблетку? Как изменить обстоятельства, людей вокруг, не меняя себя самого?	Прогреть к теме (нише) Контент: показать проблему, причину и что есть выход; показать как изменится жизнь после решения проблемы Триггеры: интрига, контраст до/после, надежда	Понимает, что проблема решаема и нужно искать ответ в себе и своих действиях

Уровни осознанности аудитории (Лестница Ханта)

2 уровень	Отношение к проблеме	Вопросы для перехода на следующий этап	Ваша задача	Результат
Есть проблема, нет решения	Вижу проблему, у меня она есть, но что-то делаю не так и поэтому нет желаемого результата	Что я делаю не так? Почему это происходит со мной? Чего мне не хватает, чтобы было по другому?	Прогреть к решению Контент: показать какие есть варианты решения проблемы Триггеры: зависть – я тоже так хочу! Факты, эмоции, частный случай	Готов глубже исследовать ваше направление / тему / нишу

Уровни осознанности аудитории (Лестница Ханта)

3 уровень	Отношение к проблеме	Вопросы для перехода на следующий этап	Ваша задача	Результат
Есть решение, сравнение вариантов	Готов решать проблему. Читает разных экспертов, изучает подходы к решению проблемы	Почему именно этот способ? Почему он самый эффективный? В чем отличие от других способов? Какого эксперта выбрать?	Прогреть к эксперту (к себе) Контент: показать экспертность в решении проблемы, отзывы Триггеры: авторитет, ценности, принципы и правила	Доверие к вам

Уровни осознанности аудитории (Лестница Ханта)

4 уровень	Отношение к проблеме	Вопросы для перехода на следующий этап	Ваша задача	Результат
Выбор продукта	Выбирает из нескольких вариантов продуктов и экспертов	Почему именно ваш продукт – наилучшее решение?	Прогреть к вашему продукту Контент: показать продукт и результаты, отзывы Триггеры: авторитет, соц. доказательства, избранность, дефицит	Доверие к вашему продукту

Уровни осознанности аудитории (Лестница Ханта)

5 уровень	Отношение к проблеме	Вопросы для перехода на следующий этап	Ваша задача	Результат
Готовность купить	Готов решать проблему именно с помощью вашего продукта	Какие у меня могут быть результаты? Сколько времени/денег/ресурсов нужно? Почему именно сейчас?	Обработка возражений Контент: описание продукта, дата старта, триггеры, бонусы, кейсы, отзывы Триггеры: ограничение (времени, мест), жадность, упущенная выгода, предвкушение, ценность	Покупка вашего продукта

Основные триггеры

- **Авторитет** – ваша экспертность, мысли, поступки, образ жизни
- **Социальное доказательство** – отзывы, пружфы, фото
- **Контраст** – до / после, бедный / богатый, был никем стал всем
- **Ограничение** – времени, мест на курс (конс), не для всех
- **Ажиотаж** – востребованность продукта и эксперта

Как формировать доверие?

Через смысловой контент

Смыслами мы формируем мышление и поведение нашей аудитории, и потребность в ваших услугах

Клиент хочет купить ваш продукт/услугу потому, что видит в нем решение своей проблемы, закрытие своей потребности или по любви.

Если вы не сформировали потребность в вашем продукте или не обработали возражение (когда клиент хочет, но сомневается) – клиент не покупает.

Контент

- **Определите сферы жизни, которые готовы показывать** (см. таблицу) и вокруг этих сфер будет строиться личный контент.
- Личная и экспертная жизнь – в балансе (см. контент-план). **На основе личного может строиться экспертный.**

Важна **регулярность** – раз в неделю – это регулярность, аудитория привыкает, но может и забыть про вас.

В идеале: сторис минимум 6 раз в неделю. Посты 1-2 раза + рилс.

Раскрытие личности и экспертности в контенте

ЛИЧНОСТЬ

- Ценности
- Сильные стороны
- События жизни
- Окружение
- Внешний вид
- Хобби, увлечения
- Эмоции, переживания и страхи
- Мнения и рассуждения
- Смешные ситуации
- Отстаивание позиции
- Принципы
- Отношение к окружающим
- Отношения с семьей
- Отношения с дом. животными

ЭКСПЕРТНОСТЬ

- Польза
- Обучение и повышение квалификации
- Рабочие процессы, инсайты
- Закулисье
- История создания продукта
- Достижения в профессии
- Публикации в СМИ
- Комментарии по новостям ниши
- Столкновение мнений
- Выступления
- Отзывы
- Кейсы

Исследуйте:

- Какая Я личность?
- Какой стиль моего ведения блога?
- Как мне комфортно самовыражаться?
- Что хочу показывать в блоге, а что нет?
- Какой стиль ведения блога мне близок? – не нужно танцы с бубном
- Каким я хочу быть экспертом?
- **Не бойтесь быть не идеальным – люди не любят идеальных, не любят чувствовать себя тупыми.**

Где брать идеи для экспертного контента?

- Из историй ваших клиентов, вопросы подписчиков, спросить подписчиков, посмотреть другие блоги – как эту мысль (идею) применить для себя?
- Ваши мысли после консультаций.
- Залезть в голову клиента – как он видит ситуацию из текущего состояния, что он думает.

Составляйте контент-план заранее.

Контент-план

	понедельник	вторник	среда	четверг	пятница	суббота	воскресенье
Личный	сюжетная линия 1 с помощью 3Д	ценности в работе	сюжетная линия 2	миссия Поход к телесному терапевту	сюжетная линия 1 - купить дом, ипотека	основная мысль вашего блога	выходной
Экспертный	репутация - со стороны	польза	репутация - подготовка к консультации	польза	репутация - закулисье	польза	
Продающий	прогрев	прогрев	прогрев	прогрев	прогрев	прогрев	
	вдохновение и мотивация • персонажи • твои особенности • ажиотаж и соц.доказательства						
	понедельник	вторник	среда	четверг	пятница	суббота	воскресенье
Личный	сюжетная линия 2	икигай	сюжетная линия 1	вдохновение и мотивация	сюжетная линия 2	взгляды на мир	выходной
Экспертный	польза - ошибки	репутация - обучение	польза -разбор	репутация - после работы	польза - тренды	репутация	
Продающий							
	вдохновение и мотивация • персонажи • твои особенности • ажиотаж и соц.доказательства						
	понедельник	вторник	среда	четверг	пятница	суббота	воскресенье
Личный				выходной	массаж		выходной
Экспертный					тема жалобы бьюти мастеру		
Продающий	боль 3 - через историю клиента	возражение 3 - через героев	рассказ о продукте		ссылка на встречу зум		

Что такое Смыслы

- **Смыслы** – это идеи, заложенные в контент и **подводящие вашу аудиторию к определенным мыслям** или мотивирующие его на определенные действия.

Смыслы **должны быть понятны** вашей аудитории и находить отклик у неё.

- **Путь клиента** в сторис: залипаю → интересуюсь (контент откликается) → вникаю → делаю целевое действие (написать коммент / написать в директ, реакции в сторис, лайки, перейти по ссылке, сделать репост, вступить в чат, подписка, прочитать пост, покупка)

Задача смыслов:

- Усилить доверие, как к эксперту
- Продажа идеи вашего продукта
- Сближение с аудиторией
- Получить обратную связь от аудитории
- Укрепление лояльности
- Выполнение целевого действия

Целевые действия подписчиков

- Нажать на кнопку в голосовании
- Поставить реакции
- Окно с вопросами
- Сообщение в директ
- Перейти по ссылке
- Перейти в пост / сторис

Приучаем аудиторию к взаимодействию постепенно, поощряем/показываем, что это нормально, что вы отвечаете (скрины из директа)

Как формулировать смыслы

ИНФОПОВОД	ОЗВУЧИВАНИЕ БОЛИ	ТЕОРИЯ	РЕШЕНИЕ / ВЫВОД
Любое событие как повод донести смыслы до аудитории Пример: встреча с подругой	Подруга жалуется на жизнь	Почему не лечим подругу как психолог – раскрываем тему, подробности	Не ходите к подругам жаловаться – ходите к психологу

Схемы контента

- **ДЕКОМПОЗИЦИЯ**

Собираюсь что-то делать

Показываю процесс

Почему для меня это важно - что для меня ценного в этом процессе? Почему я делаю именно так?

Выводим к смыслу: ценностям, миссии, к продукту, к экспертизности, к отзыву.

• ИНФОПОВОД

Что сегодня произошло? / с кем встретился? / о чем поговорили?

На какие мысли тебя это навело?

О чем ты вспомнил?

Почему для тебя это важно? - ценность

Что ты почувствовал, когда это произошло?

Могло ли такое случиться раньше? Почему?

Что в этом самое ценное для тебя?

Какие выводы ты сделал?

• **ФОРМАТ РАССУЖДЕНИЙ**

Тема

Что это такое?

Как этим пользоваться? Какое оно бывает?

Зачем это нужно? Что это дает?

Мой опыт

Примеры

• **СТОРИТЕЛЛИНГ**

Инфоповод

Переход к истории через ассоциацию или воспоминание

Погружение (предыстория) 2-3 сторис

Событие/решение, с которого началась историс

Препятствия – что мешало прийти к цели (внешние и внутренние)

Какие чувства были тогда

Решающее событие, которое привело к развязке

Развязка – вывод

Используем: Чувства + артефакты (переписки, фотки, чеки, предмет) + юмор + из фильмов + диалог + Интерактив

Когда у вас **не связанный контент** – распыляется
внимание аудитории, **смыслы теряются**

Не прыгайте с темы на тему –
выберите основную тему, на которой будете удерживать
внимание аудитории сегодня.

Если много событий – оставьте рассказ на другой день.

Главные вопросы себе:

**зачем я это рассказываю,
что я хочу этим сказать, что аудитория
должна понять и сделать?**

Система прогревов

Прогрев – это процесс доведения человека до желания выполнить целевое действие через контент («продажа» идеи что-то сделать или принять решение).

Это поэтапное **доказательство ценности вашего продукта** и необходимости его приобретения аудиторией (доведение до покупки).

Зачем нужен прогрев?

Чтобы вовлечь все категории подписчиков:

- Суперлояльные, которые покупают с одного упоминания
- Лояльные, но им чего-то не хватает
- Подписчики, которые сомневаются
- Подписчики, которые не рассматривают покупку
- Холодная аудитория, которая вас не знает

Вы можете **делать прогревы к любой своей идее, поступку, услуге, продукту.**

ПРОГРЕВ ЧЕРЕЗ БОЛИ

1. Прогрев начинается с актуализации проблемы (боли). Вы рассказываете о своём неудачном опыте/ситуациях, которые заставили вас задуматься о создании своего продукта.
2. Погружайте аудиторию в проблему, рассказывайте, с какими трудностями вы столкнулись и как их преодолели.
3. Подкрепляйте свои слова поддержкой от подписчиков (прикрепите скрины переписок), показывая, что аудитория подтверждает, что проблема актуальна.
4. Дайте решение, предложите выход из сложной ситуации / обрисуйте идеальное будущее, которое наступило после того, как вы сделали продукт (или как-то решили свою проблему) и теперь готовы помочь своей аудитории.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТА

1. Прогрев начинается с истории о том, как было раньше / как вы начинали.
2. Подкрепляйте историю чувствами, эмоциями, чтобы подписчики прониклись к вам и вовлеклись в повествование.
3. Задайте аудитории вопросы, которые помогут начать желать новые результаты (желаемое будущее).
4. Раскройте несколько полезных тезисов о том, как подписчикам добиться желаемого будущего.
5. Верните повествование к себе и расскажите, что вы сделали, чтобы дойти до своего желаемого будущего.
6. Дайте сильный вывод / напутствие, чтобы разжечь в аудитории желание двигаться вместе с вами.

ЗАКРЫТИЕ ВОЗРАЖЕНИЙ

1. Прогрев начинается с инфоповода (сообщения), которое вы хотите оспорить.
2. Погружайте аудиторию в проблему / объясните, почему считаете такую позицию ошибочной.
3. Вовлекайте аудиторию в повествование через «вопросы».
4. Используйте сообщения из директа, как подтверждение своей позиции, продолжайте ее отстаивать.
5. Подкрепите свои слова историей из собственного прошлого.
6. В конце истории дайте сильный вывод / инсайт / оффер.

ОШИБКИ В НИШЕ

1. Прогрев начинается с инфоповода (сообщения или какого-либо прецедента, который вы можете оспорить).
2. Сразу вовлекайте аудиторию через вопросы: «Что здесь не так?», «Вы понимаете в чем проблема?».
3. Используйте скрины с подтверждением вашей позиции для усиления эффекта.
4. Раскрывайте суть проблемы (так как не все легко понимают и считывают суть; объясняйте как для детей, очень подробно).
5. Давайте свои компетентные комментарии о том, как вы считаете верно поступать / как вы видите решение ошибки в нише.
6. Подкрепляйте свою позицию, прикрепляя скрины сообщений, снова и снова.
7. Объясните, почему вы сможете исправить ошибку в нише, за счёт каких средств, почему именно вы.
8. Выдайте решение или оффер.

ЭКСПЕРТНОСТЬ

1. Полезный контент, в котором вы можете проявить себя, как эксперта, и просветить аудиторию по одному из вопросов в рамках вашей компетенции.
2. В процессе повествования всегда актуализируйте проблему (почему стоит обратить внимание на ваше повествование / почему это важно знать людям).
3. Выдайте несколько интересных фактов / тезисов, которые будут новыми и интересными для подписчиков.
4. Акцентируйте, как именно это знание поможет вашей аудитории, и как они смогут его получить / научиться ему.

ЦЕННОСТИ

1. Прогрев начинается с истории из прошлого или истории о вашей цели, или заявления о ваших ценностях.
2. Объясните, почему это важно для вас, как вы к этому пришли и что чувствуете.
3. Объясните, как связаны ваши ценности и ваши услуги/продукты. Как вы можете помочь аудитории со схожими ценностями.
4. При наличии, дайте доказательства / отзывы о том, как вы помогли своим клиентам / подписчикам.
5. Подведите аудиторию к мысли о том, что вы можете помочь им, и расскажите, как / за счёт чего сделаете это.
6. Либо зафинальте историю сильным выводом.

ПРОГРЕВ ЧЕРЕЗ ОГРАНИЧЕНИЕ

1. Прогрев можно начать с вопроса аудитории о том, хотят ли они добиться желаемого или решить проблему как можно скорее.
2. Объясните, как вы можете это организовать.
3. Сразу ограничьте количество людей, с которыми вы готовы работать (в людях проснётся желание быть избранными, они захотят побороться за «место под солнцем»).
4. Используйте слова **«Не для всех»**, **«Только для самых...»**, «Я не работаю со всеми, а только с ...».
5. Дайте доказательства того, что ваши методы работают (кейсы, отзывы).
6. Завершите прогрев призывом к действию.

ДО / ПОСЛЕ

1. Прогрев начинается сразу с демонстрации до/после, либо с погружения в историю.
2. В процессе повествования заинтересуйте аудиторию иметь то, что будет «ПОСЛЕ».
3. Призыв к действию.

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ЛИЧНОСТИ

1. Прогрев начинается с демонстрации события или истории, которая раскрывает сильные стороны вашей личности.
2. Расскажите о том, как эти стороны личности помогли вам добиться результата.
3. Дайте сильный вдохновляющий тезис о том, как добиться таких же результатов (тут подойдут и ассоциации, метафоры, аналогии). Главное, чтобы в аудитории зажглось желание следовать за вами.
4. Подкрепите свои слова сообщениями от подписчиков или (еще лучше) от своих клиентов.
5. Призыв к действию, если он к месту.

**Ваша экспертность заключается в том, что
вы понимаете как решать проблему клиента**

Это и показываем в контенте.

Не даем никаких бесплатных упражнений в постах, только
за контакт/подписку – **собираем базу**

**Чтобы понимать, что транслировать именно
вам – нужно исследовать вашу целевую
аудиторию (ЦА) и что ей интересно**

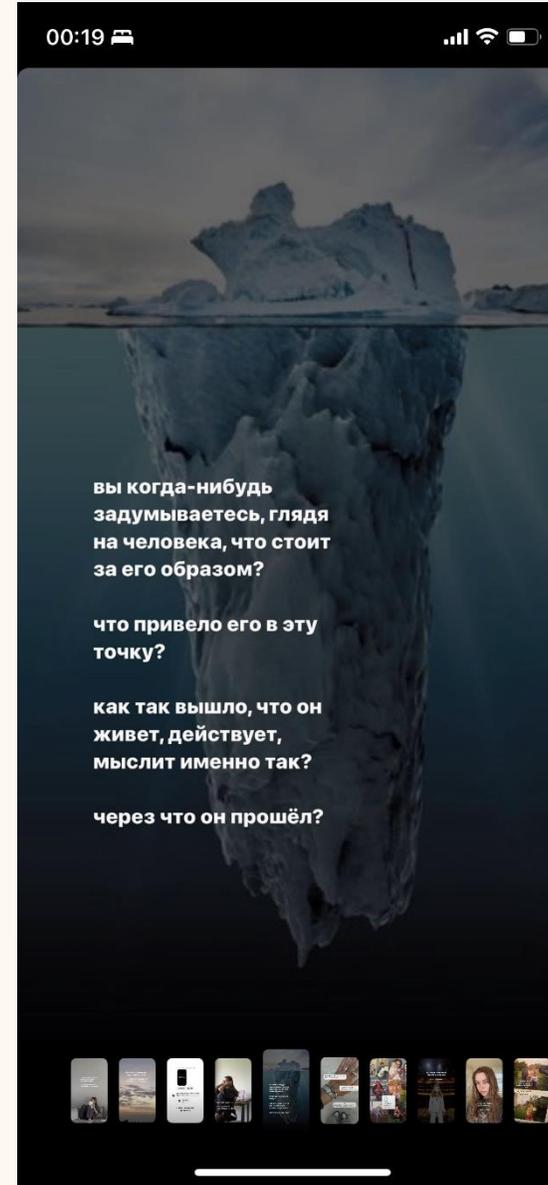
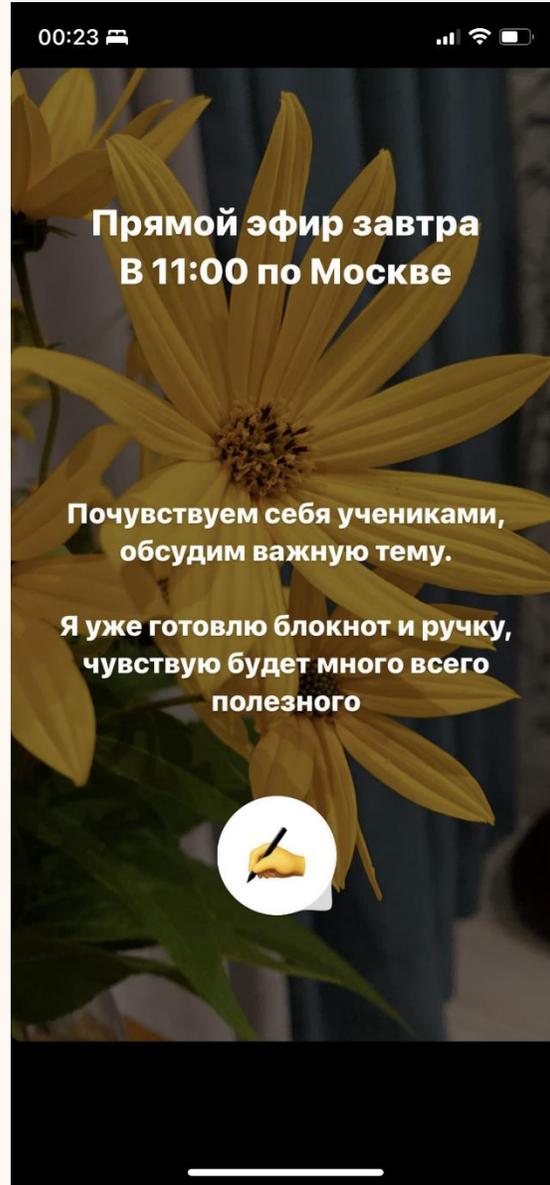
Методы исследования

- Проведение интервью (Cusdev) с подписчиками, клиентами
- Анкетирование
- Опросы в сторис / постах
- Вопросы из директа и комментариев

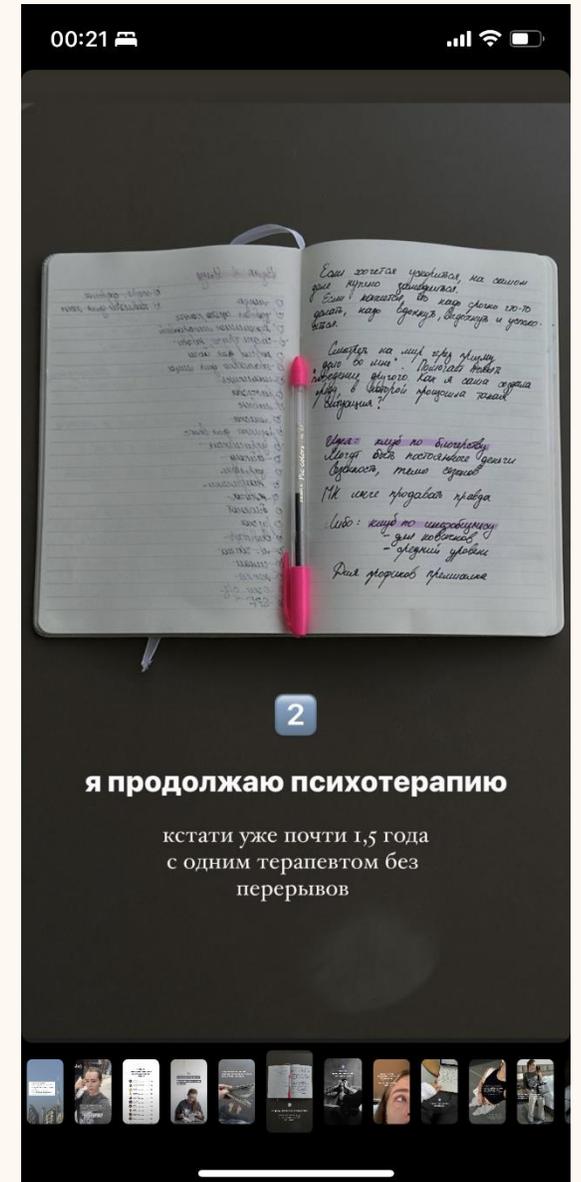
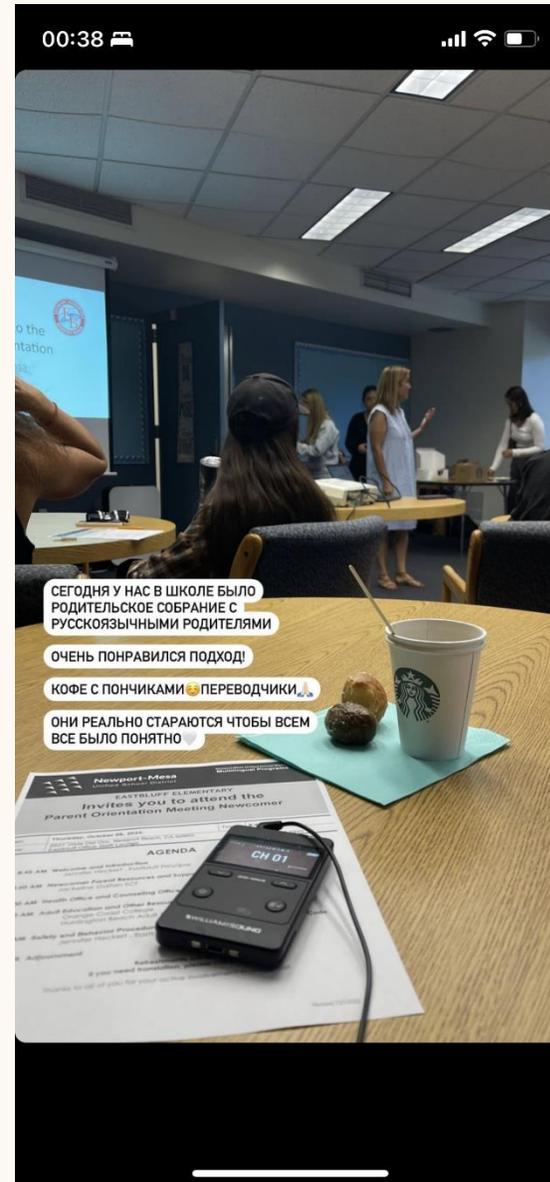
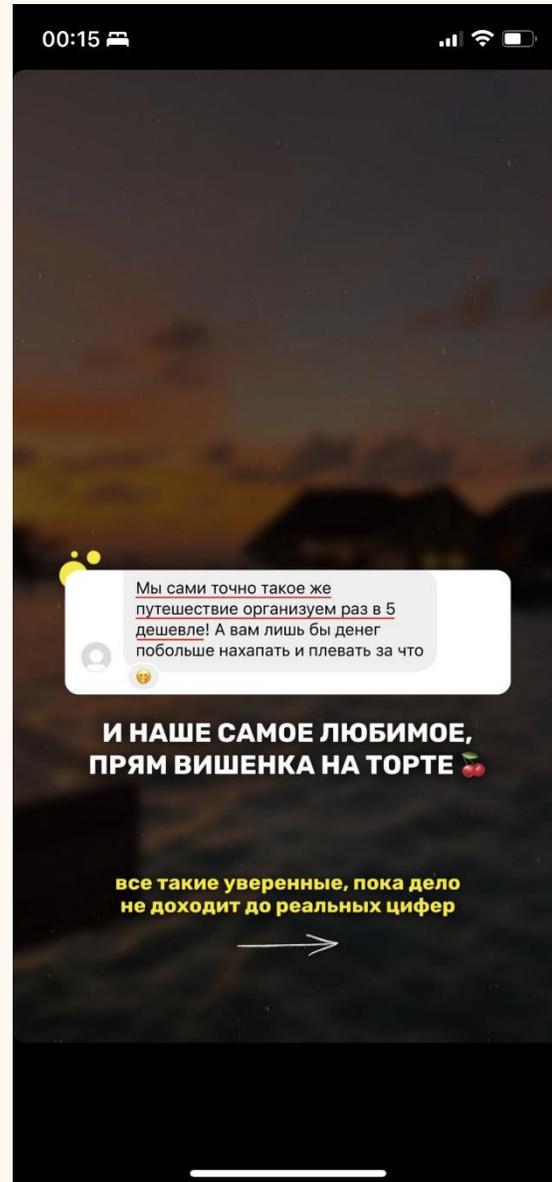
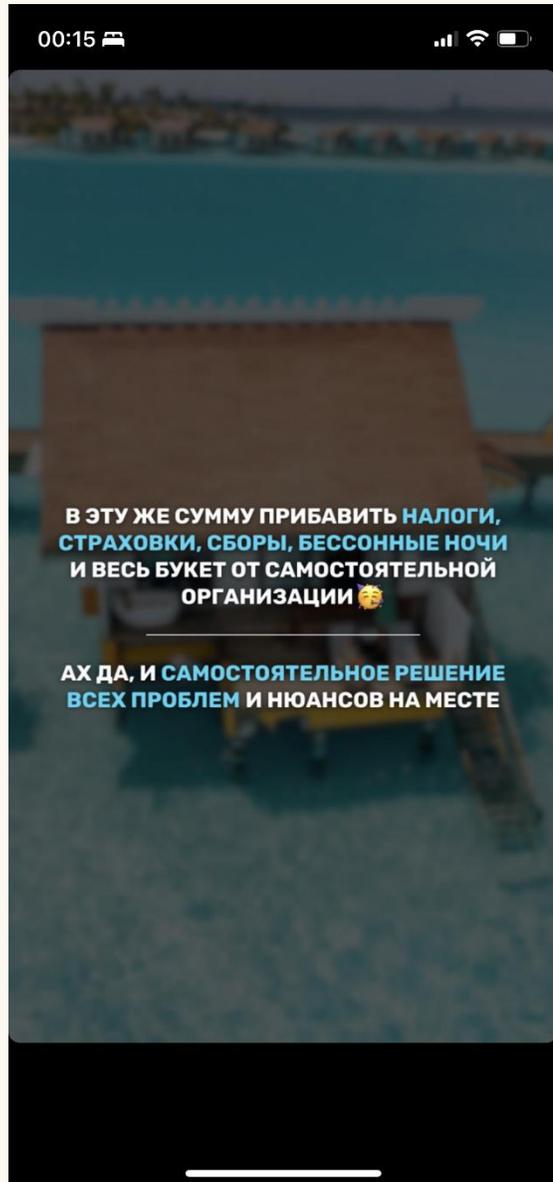
Ньюансы контента. Сторис

- Не обязательно говорить в видео, но нужно стремиться)
- Желательно смена плана и ракурса при съемке.
- Используйте свои фото и нейтральный фон, чередуйте.
- **Читабельный текст**
- 2-3 шрифта, 2-3 цвета, формируйте свой стиль оформления, тренируйте насмотренность
- Больше воздуха – не загружайте текстом
- Одна мысль – одна сторис
- Используйте хороший телефон – это ваш рабочий инструмент

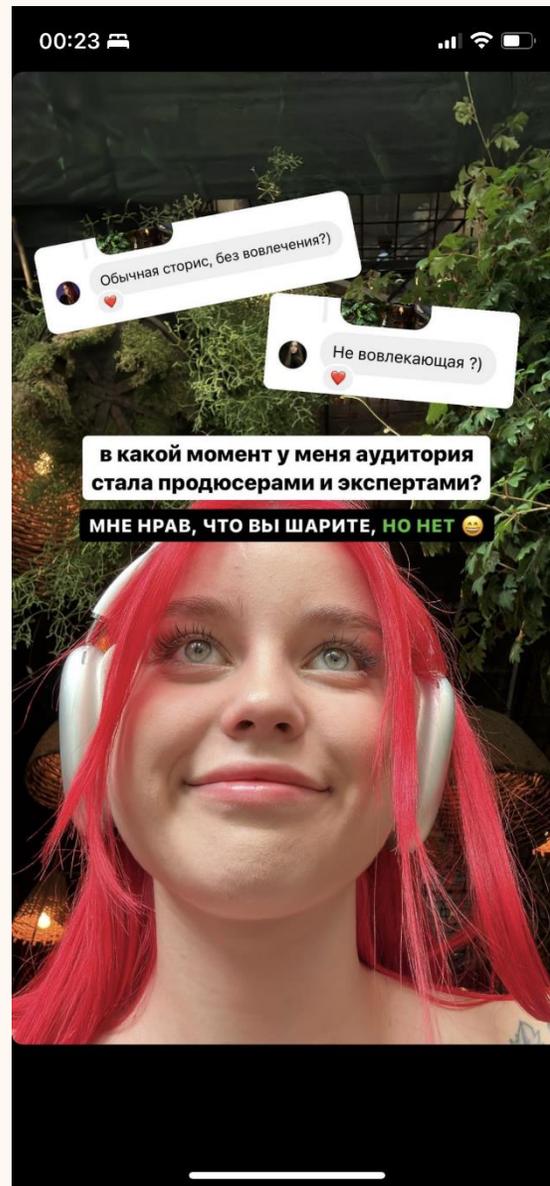
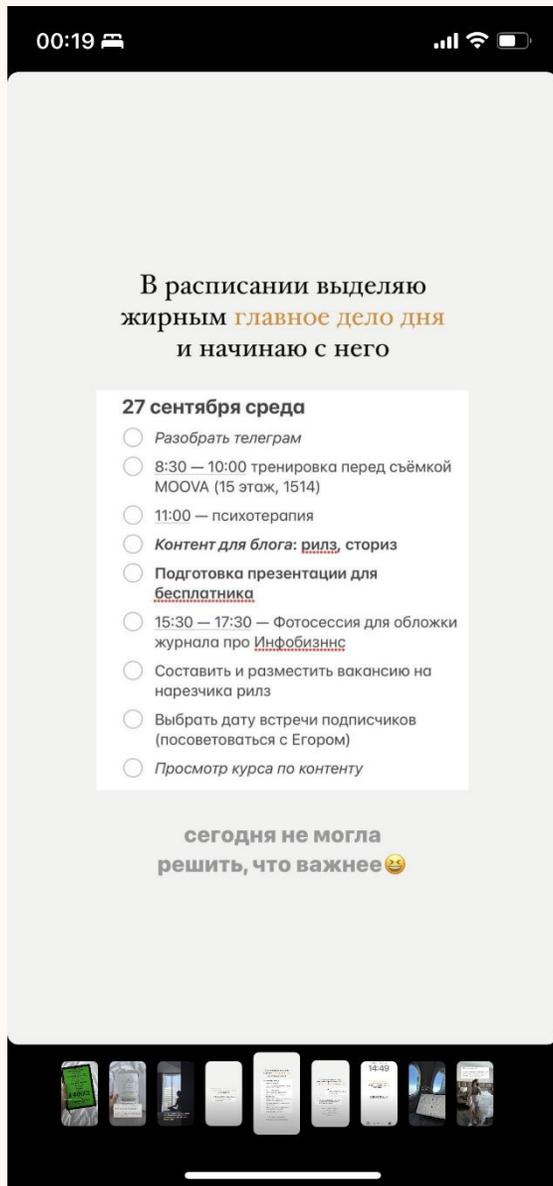
Примеры оформления сторис



Примеры оформления сторис



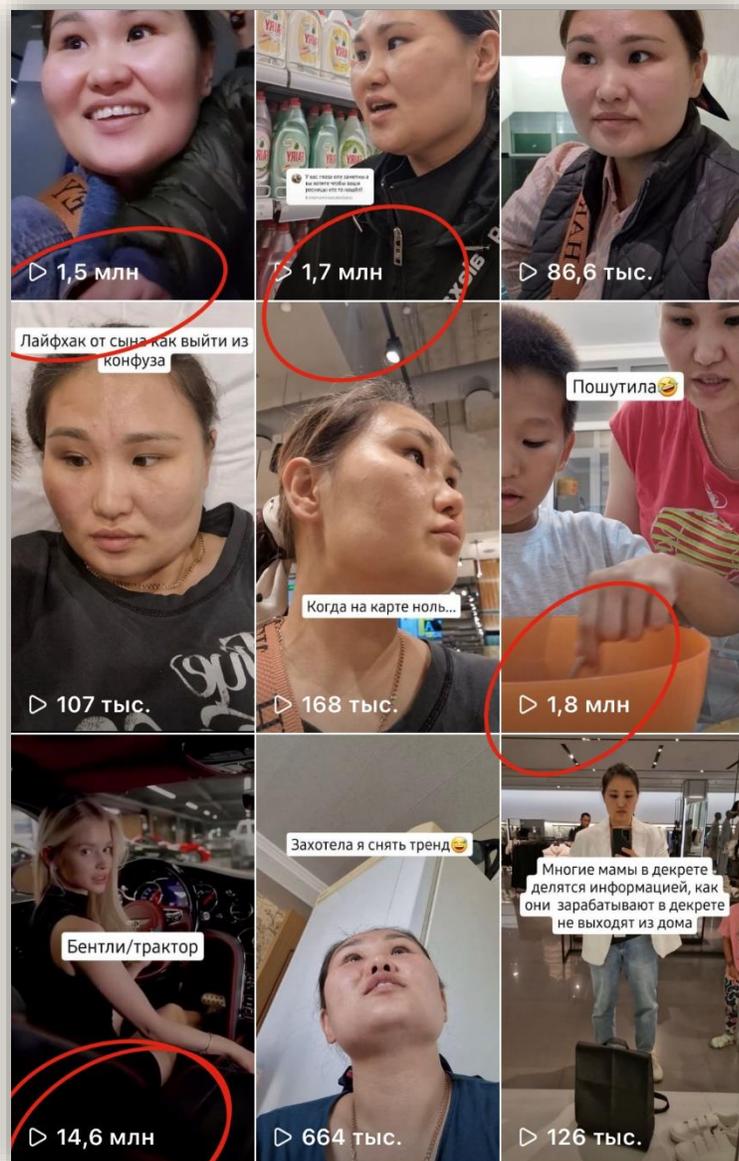
Примеры оформления сторис



Рилс – органический трафик для вашего блога

- Ищите свой формат, который вам близок (видео или обложка с текстом) – длительность до 1 минуты
- Контент, по которому вас сможет узнать целевая аудитория
- Короткий текст под постом, либо доп. информация, либо обычный пост
- Обязательно субтитры или обложка с названием
- «Залетает» когда актуальная тема, начинают лайкать, репостить, комментировать
- Тестируйте время, когда выкладывать (утро, день, вечер)

Не всё зависит от охватов, а от попадания в ЦА



aselfamilylife

120 38,1 тыс. 157
Публикации Подписчики Подписки

Асель

86 950 427

Автор видео
Настоящая жизнь, семья и я!
Иногда смешно, иногда грустно...
Не стесняйся, подписывайся)

tiktok.com/@aselfamilylife

Как не надо

- «Доброе утро» – первая сторис самый большой охват, чтобы привлечь внимание подписчиков (либо это якорь, эмоции)
- «Что ждете от этого дня?» – раскрыть тему, н-р, про доверие к миру
- Первая сторис – анонс, эмоция, вовлечение.
- Список дел и всё – расскажите об одном деле из списка + ваши мысли.
- Повествование по факту (мам, я покакал!) – и что дальше? Почему, зачем? Как это на вас повлияло? Какие выводы вы сделали? Какие выводы должны сделать ваши подписчики?

Как не надо

- Давайте поговорим про сепарацию – с чего бы вдруг? Лучше сначала подвести к этой теме через боли/историю понятным языком и реальными примерами (не выдумываем). Говорите о том, в чем реально уверены и знаете как это было на самом деле.
- Меньше умных слов и проф. терминов (виктимность и т.д.)
- Не нужно показывать детей вместо себя. Если дети – то какой смысл несет этот контент – какие выводы аудитория должна сделать? Что вы хотите показать как связать.
- Мемы не в тему) – не злоупотребляйте – только для привлечения внимания. **Смыслы рулят.**

Стратегия роста доходов:

- Продажи индивидуальных консультаций **150000 : 3000 = 50 консультаций в месяц / 50 продаж!** $150000 : 5000 = 30$ конс – уже лучше. $150000 : 50000 = 3$ человека / 3 продажи
- Повышение цены на консультации
- Повторные продажи своим клиентам 2-3 раза (линейка продуктов)
- Индивидуальное сопровождение до результата – высокий чек (дорогие продукты продаем через диагностики или платные консультации, не в блоге)
- Группы на высокий чек – когда отработана методология доведения до результата
- Курсы массовые

Развитие проекта

Необходимо выделять **до 30% от доходов** на развитие проекта:

- Реклама – 10 - 20%
- Оплата сервисов
- Найм сотрудников / исполнителей – 5 - 10%

**Если вы ничего не продаете, то у вас
ничего и не покупают**

Научитесь продавать и полюбите продажи 

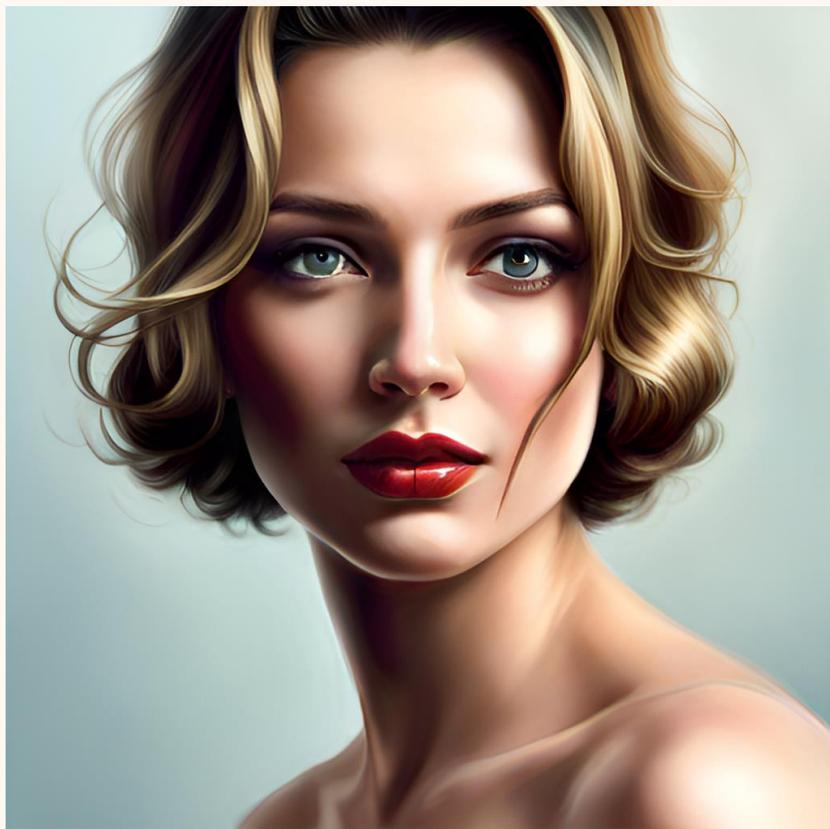
Как показывать кейсы

- Спросить разрешение прямо и/или согласовать готовый вариант
- Опускать ситуации, которые нельзя рассказывать – показываем результат + эмоциональное состояние клиента
- Придумать собирательный образ, рассказать через историю
- Мои клиенты выбирают меня за то, что я... помогаю им сменить работу, построить счастливые отношения...
- Обсуждать на сессиях промежуточные результаты или в конце сессии, что было ценным/полезным
- Через разборы кино / мультфильмов

Вопросы, помогающие сформировать кейс

- Точка А
- Что сделали?
- Что получилось хорошо?
- Точка Б, главные результаты
- Что получилось, хотя изначально не планировали (неочевидный результат)?
- Как улучшилась жизнь клиента?
- Как это отразится в его краткосрочном и долгосрочном будущем?
- Какие эмоциональные, нематериальные результаты? – Как это отразилось на доходе, времени, других сферах жизни?
- Как изменился образ жизни клиента?

Пример



Эволюция отношений Ирины

История Ирины: отношения с мужем напряженные, иногда есть мысли о разводе, муж не слышит её желаний и она не умеет говорить о своих желаниях открыто, а потом обижается что муж её не понимает.

Причины состояния: застряли в пространстве манипуляций, борьба за власть и конкуренция - кто главный в семье.

Эволюция отношений Ирины

Что нужно делать: Фокус на себя и свои желания, взять Ответственность за свою жизнь на себя, освободиться от обид и взаимных претензий, научиться открыто говорить о своих потребностях.

Какой будет результат: Ирина с мужем выйдут из кризиса. У них будут более устойчивые и доверительные отношения. Ира почувствует себя более счастливой и спокойной, потому что может положиться на своего мужчину и рассчитывать на него в любых ситуациях. Это создаст у неё чувство стабильности и уверенности в будущем. Ирина сможет быть открытой и честной, не скрывая своих эмоций и желаний.



Ключевые уроки Школы психологии для Ирины

Семестр «Отношения»

1 урок: Жертва, Контролёр и Спасатель – три роли, убивающие здоровые отношения

2 урок: Трансформация тревоги и обиды в искреннее прощение, принятие и понимание

4 урок: Четыре типа зависимых отношений. Настоящая ли у тебя любовь?

9 урок: Убеждения, вызывающие страдания в отношениях



Перед началом курса я была не в настроении и ничего не хотелось делать. Я хотела стать более спокойной и позитивной, а также улучшить отношения с мужем, потому что чувствовала равнодушие и скуку. Однако, благодаря тому, что решила и приобрела ШП на год, я стала более спокойной и позитивной, улучшились отношения с мужем, а фокус внимания сместился на будущего ребенка. Теперь я даже решила на личную терапию, которой раньше боялась. Я благодарна Диане за ее помощь, поддержку и правильные вопросы. Также хочу поблагодарить Светлану за интересные уроки и вебинары, а также за создание ШП - крутого проекта, который нужен всем. И, конечно же, благодарю Ольгу за ее интересные задания в чате и поддержку.

21



ЧАТ ШКОЛЫ ПСИХОЛОГИИ

Как знакомо, тоже увидела в муже признаки абьюза, можно сказать тапочки в зубах ему носила, **благодаря школе**, научилась с ним говорить о том, что меня беспокоит, не нравится, о том, что меня обижает в его словах тд... В общем стали обсуждать все все, как оказалось, он тоже чувствует, эмоционирует, стал больше внимания уделять, хотелки мои выполнять. Мы стали ближе друг другу и сплоченнее. Как говорит Света, не торопитесь разводиться, посмотрите через год терапии, все может поменяться. Это действительно так.

04:2



ЧАТ ШКОЛЫ ПСИХОЛОГИИ

У нас с мужем на столько все наладилось что мы даже успели сняться вместе рекламе 😂

09:48



5

~Екатерина

Я пришла летом и поняла, что пройду всю школу, так как оочень интересно стало 😊 (удивительное знакомство с собой, увлекает) иногда конечно не с лучшей стороны и не всегда приятно, при этом кайф от того, что могу управлять своей жизнью

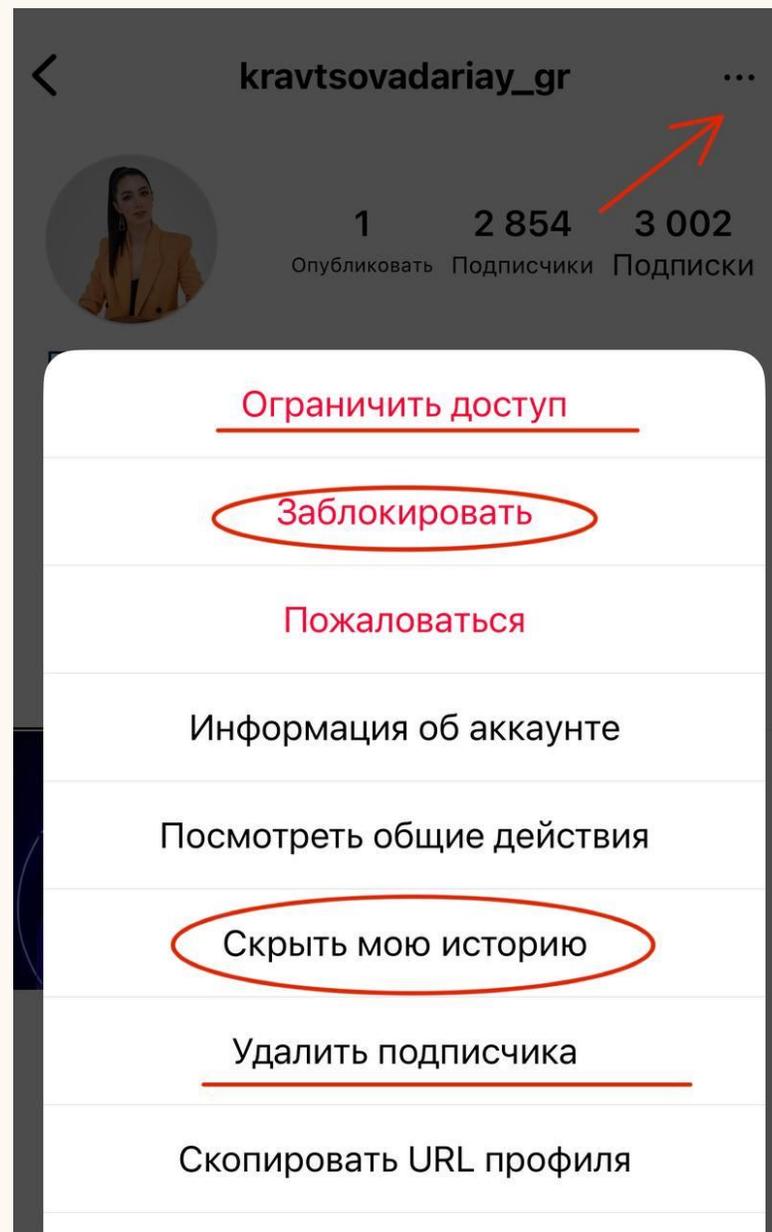
16:04

И жить в комфорте с собой это очень круто

16:0

Хейт

- Ваш блог – ваши правила
- Расставляем границы через публикацию в сторис / пост
- Можно **банить всех**, или скрывать контент, пока не будете готовы это выдерживать
- **Фокус на поддержке**



Самопрезентация

- **Кто я, чем я занимаюсь** – Мария Иванова, Психолог для женщин – веду частную практику, группы, создаю тренинги
- **Чем могу быть полезна** (исходя из ЦА) – помогаю выстраивать отношения в семье, не жертвуя карьерой. Также вы можете обратиться ко мне с запросами.....
- **Как со мной связаться** – запишите телефон (qr-код ватсап), подпишитесь на мой ИГ, ТГ (qr-код)

Какой следующий шаг?

Что вы будете делать после завершения наставничества?

Какая поддержка вам нужна?

Ответы на вопросы

 **Отзывы | Анонимная анкета**