Почему блог не приносит клиентов

как проверить аудиторию, сам продукт и то, что происходит между публикацией и заказом. в конце можно собрать план проверки своего блога.

Тимофей Чебатуркин

вы ведёте блог, показываете работу, делитесь полезным. люди что-то читают и сохраняют, но до заказов не доходит. хочется понять, что менять: чаще публиковаться, переписать описание, переделать оформление?

я бы сначала посмотрел, кто вас читает и что вы предлагаете этим людям. возможно, публикации интересны коллегам. возможно, у потенциальных клиентов есть задача, но ваш продукт решает её неудобным способом. а может, предложение им подходит, только из блога пока непонятно, как с вами работать.

всё это разные ситуации. начните с одной услуги или продукта и посмотрите, что о них уже известно. ниже семь проверок, которые помогают выбрать, где разбираться дальше. примеры с преподавателем, фотографом и монтажёром учебные.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Та ли аудитория вас читает

допустим, преподаватель английского хочет работать со специалистами, которым трудно участвовать в рабочих звонках. в блоге он подробно разбирает методики преподавания, учебники и организацию занятий. такие материалы могут быть полезны другим преподавателям. но пока неизвестно, сколько среди читателей людей, которые ищут занятия для себя.

профессия, возраст и интерес к теме ещё не объясняют, зачем человеку ваша помощь. важнее понять его ситуацию: что он хочет сделать, где сталкивается с затруднением и как справляется сейчас. такой взгляд на выбор продукта описывает подход jobs to be done. в разборе аудитории яндекс тоже выделяет поведение и потребности, наряду с другими признаками.

посмотрите на несколько последних публикаций и ответы под ними. кто узнаёт там свою задачу? что люди спрашивают: как самим настроить инструмент, как выбрать помощь или как начать работу с вами? если клиенты уже были, сравните эти вопросы с тем, с чем приходили они.

если заказов ещё нет, можно поговорить с людьми, которым действительно подходит услуга. выяснить, когда такая задача возникала у них в последний раз, что они делали и что осталось нерешённым. по фотографии профиля или одному лайку этого не узнать.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

проверьте и практические ограничения: работаете ли вы в нужном регионе, подходит ли способ получения услуги, кто принимает решение и кто оплачивает работу. человек может интересоваться темой и при этом не иметь возможности заказать именно ваш формат.

при этом коллега может вас рекомендовать, а человек без задачи сегодня может вернуться позже. задача проверки: понять, есть ли в блоге место для потенциального клиента и на чём держится ваше представление о нём.

преподаватель

Один пост, разные вопросы

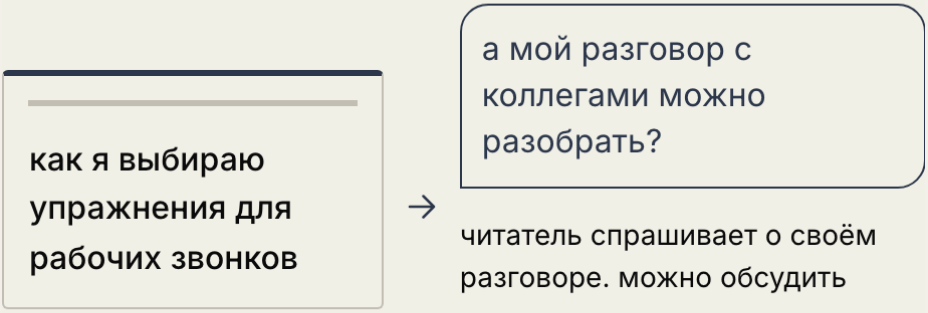
как я выбираю упражнения для рабочих звонков

→

как вы строите такое занятие?

коллега обсуждает методику. может взять идею или рекомендовать преподавателя.

© 2026 Тимофей Чебатуркин



что записать: кому нужен выбранный продукт, в какой ситуации и откуда вы это знаете. если пока только предполагаете, так и оставьте.

Нужен ли людям сам продукт

здесь под продуктом я имею в виду то, что у вас можно купить: услугу, консультацию, курс, готовый материал. проблема может быть в самом предложенном способе помощи.

у нашего преподавателя есть сборник записанных уроков. человек с рабочими звонками понимает, что ему нужен английский, но ищет разбор своих разговоров и возможность потренировать ответы. большой сборник может быть ему

© 2026 Тимофей Чебатуркин

неудобен, даже если уроки сделаны хорошо. другой человек хотел бы заниматься, но не может приходить в предложенное время.

отдельно стоит проверить три вещи: действительно ли есть задача, подходит ли ваш способ её решить и готов ли человек платить на предложенных условиях. strategyzer разделяет эти проверки: интерес к проблеме, интерес к решению и готовность платить нельзя считать одним подтверждением.

ещё посмотрите на доступные человеку альтернативы. он может выбрать другого специалиста, попросить знакомого, воспользоваться бесплатным материалом или оставить всё как есть. April Dunford предлагает учитывать привычный способ решения, когда вы разбираетесь, с чем конкурирует продукт.

для первого разговора подойдут вопросы:

- когда вам в последний раз понадобилась такая помощь?
- как вы тогда решали задачу?
- что выбирали и на что обращали внимание?
- за что заплатили, если платили? что осталось неудобным?

вопрос «вы бы купили такой продукт?» легко даёт вежливый ответ. разбор произошедшего случая полезнее для понимания реального выбора. об этом же пишет ncvo в руководстве по исследовательским вопросам.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

дальше можно показать конкретное предложение с настоящим составом, ценой и условиями и предложить обсудить работу, за которую вы готовы взяться. вопросы и действия человека дадут больше материала для решения. один отказ ещё не означает, что продукт никому не нужен.

если покупатели уже есть, полезно разобраться и в опыте после оплаты: получают ли они согласованный результат, где возникают затруднения, почему возвращаются или отказываются продолжать. переоформлением блога такую проблему не исправить.

библиотека уроков

Задача одна. Способы помощи разные

на следующем рабочем звонке
отвечать на вопросы коллег



Самостоятельно выбрать и изучить

выбрать уроки и применить их к своему звонку. к записи можно вернуться.

есть ли на это время?

© 2026 Тимофей Чебатуркин

разбор своего разговора

Задача одна. Способы помощи разные

на следующем рабочем звонке
отвечать на вопросы коллег

вопрос коллеги



пробую ответить

Потренировать конкретный разговор

разобрать свои вопросы и попробовать ответы на встрече. заранее согласовать время и условия.

подходит ли общий график?

Тимофей Чебатуркин · chebaturkin.com

что записать: что человек получает, какие у него есть альтернативы и какие наблюдения подтверждают интерес именно к вашему формату и условиям.

Доходят ли публикации до этих людей

даже подходящий продукт нужно показать тем, кому он может понадобиться. общий счётчик просмотров не говорит, сколько таких людей увидели публикацию и заметили предложение.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

если пост читают в основном знакомые, пока мало оснований судить о спросе среди будущих клиентов. если ролик собрал широкую аудиторию, это тоже ещё не объясняет её интерес к вашей работе. посмотрите, какие вопросы возникают, кто переходит к подробностям и с чем обращается.

выберите понятный для себя период и отдельно сохраните доступные наблюдения: просмотры материалов, переходы к описанию работы, подходящие обращения и заказы. часть этих данных площадка может не показывать. тогда в записи будет «не знаю».

посмотрите и на сами публикации: понятно ли из начала, о какой ситуации речь, можно ли рассмотреть пример, есть ли в разборе законченная мысль. если сомневаетесь, дайте материал подходящему человеку и попросите пересказать, что он понял. это даст предмет для правки, хотя ещё не объяснит весь охват.

для сайта с настроенной аналитикой метки в ссылках помогают различать источники переходов. документация google analytics объясняет, как работают utm-параметры. сами метки в адресе не собирают статистику и не показывают автоматически, кто впоследствии написал вам в личные сообщения.

что записать: где вы встречаетесь с нужной аудиторией и что известно о её переходах к вашему предложению.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Понятно ли, что у вас можно заказать

теперь представим, что подходящий человек открыл профиль. сможет ли он понять вашу работу?

сравните две учебные формулировки:

> помогаю выйти на новый уровень через английский. индивидуальная программа и работа на результат.

> помогаю специалистам готовиться к рабочим звонкам на английском. разбираем ваши ситуации и тренируем ответы на вопросы коллег.

во втором случае уже можно представить занятие. дальше нужны настоящие условия: как проходит работа, что входит, кому подходит, что подготовить и сколько это стоит.

если у вас есть фиксированный формат, его можно описать вместе с ценой. если стоимость зависит от объёма, покажите, от чего именно и как получить оценку. реальные диапазоны и примеры допустимы, когда вы можете их обосновать. в исследованиях b2b-сайтов nielsen norman group отсутствие информации о цене затрудняло выбор и сравнение предложений.

не нужно придумывать одинаковый пакет для всех задач. человеку достаточно понимать, что он рассматривает и как выяснить недостающие условия.

что записать: где в блоге объяснена выбранная услуга и на какие вопросы о ней пока нет ответа.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Видно ли, почему вам можно доверять

слова про качество мало показывают саму работу. полезнее дать человеку рассмотреть подходящий пример.

фотограф может показать кадры вместе с тем, где они используются. преподаватель, как выбирает упражнение под конкретное затруднение. монтажёр, как собирает понятное объяснение из нескольких фрагментов. из такого материала видно, что именно делает специалист и почему выбирает этот вариант.

если клиентских работ пока нет, можно разобрать собственный проект или подготовить учебный пример и прямо обозначить его. так вы показываете часть своего подхода. результаты клиента и отзывы от этого не появляются, их нельзя дописывать.

посмотрите и на само оформление: читается ли текст с телефона, можно ли рассмотреть работу, открываются ли изображения, актуальны ли сведения. в исследовании доверия к сайтам nielsen norman group значение имели организация страницы, открытость условий, содержание и качество исполнения. аккуратный внешний вид помогает знакомству; качество самой услуги подтверждается отдельно.

что записать: какой разрешённый пример показывает вашу работу и что по нему действительно можно понять.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Легко ли начать разговор

пройдите свой блог с телефона. откройте публикацию, профиль, описание услуги и контакт. совпадает ли содержание страницы с тем, что обещает ссылка? доступен ли нужный материал без запроса доступа? работает ли способ обращения?

рядом с контактом можно подсказать начало: расскажите, какая у вас задача, что уже подготовлено и когда нужна работа. специалисту проще задать следующие вопросы, а человеку понятно, что сообщить.

затем попросите подходящего человека самостоятельно найти, как обсудить такую задачу с вами. не показывайте заранее нужную кнопку. наблюдение за выполнением конкретной задачи помогает замечать проблемы языка и интерфейса: на этом основан метод проверки удобства сервиса.

chebaturkin.com

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Подробности не хватает

Проверьте, что человек найдёт по пути

Публикация

узнаю свою ситуацию

Профиль

ищу способ получить помощь

Описание работы

что входит и как узнать условия?

Контакт

рассказываю о задаче

↳ по рекомендации — сразу с задачей

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Подробность объяснена

Проверьте, что человек найдёт по пути

Публикация

узнаю свою ситуацию

Профиль

ищу способ получить помощь

Описание работы

разбор вашей ситуации и тренировка ответов. до начала — объём, время и стоимость.

Контакт

рассказываю о задаче

↳ по рекомендации — сразу с задачей

Тимофей Чебатуркин · chebaturkin.com

что записать: какое действие человек должен сделать для обращения и что произошло при реальной проверке этого пути.

Что происходит после обращения

если люди пишут, но не заказывают, разберите несколько разговоров. получили ли они ответ? удалось ли уточнить задачу? совпали ли формат, бюджет и сроки? понял ли

© 2026 Тимофей Чебатуркин

человек состав работы и следующий шаг?

например, фотографа спрашивают о съёмке для сайта, а в ответ получают общую презентацию всех услуг. или выясняется, что нужны кадры к определённой дате, когда у специалиста нет свободного времени. дальше стоит разбирать именно эти обстоятельства.

фраза «дорого» тоже требует контекста. человеку может не подходить бюджет, объём, ожидаемая польза или условия оплаты. если он готов объяснить свой выбор, задайте спокойный вопрос. при молчании причина остаётся неизвестной.

люди могут сравнивать варианты, возвращаться к вопросу и откладывать решение. исследование google о принятии решений описывает такой нелинейный поиск и оценку. полезно договориться, нужен ли человеку следующий контакт и когда. сообщение без ответа ещё не доказывает, что вам нужно снизить цену или полностью переделать блог.

что записать: на каком вопросе заканчиваются подходящие обращения и какие причины отказа известны со слов самих людей.

Как выбрать, что проверять первым

сопоставьте наблюдение и следующее действие:

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Что вы наблюдаете	С чего можно начать
непонятно, есть ли среди читателей будущие клиенты	разобраться в их задачах и посмотреть, к кому обращены публикации
подходящие люди понимают предложение, но им не подходит формат	проверить продукт, условия и доступные им альтернативы
предложение почти никто из нужных людей не видит	проверить способы распространения и доступные данные о переходах
после чтения описания люди не могут объяснить, что у вас заказать	уточнить состав работы и показать подходящий пример
человек хочет обратиться, но не находит, как это сделать	исправить обнаруженное затруднение в ссылках, форме или контакте
подходящие обращения заканчиваются без заказа	разобрать реальные вопросы, условия и причины отказа
данных о пути пока нет	сначала собрать наблюдения и проверить доступность обращения

эта таблица помогает выбрать проверку. одна и та же ситуация может иметь несколько причин. например, отсутствие обращений встречается и при малом охвате, и при неподходящем продукте, и при непонятном предложении.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

обычная схема пути удобна для разбора, но люди не обязаны проходить её по порядку. кто-то приходит по рекомендации сразу с задачей. кто-то долго читает и сравнивает. в корпоративном заказе участвовать в выборе может и человек, который сам вам не пишет: такие роли изучает исследование edelman и linkedin о b2b-покупателях. его результаты относятся к корпоративным покупкам, а не ко всем подписчикам личного блога.

выберите один вопрос, для которого можно получить новые сведения. отдельно запишите, что заметили, как это объясняете и что собираетесь проверить. если меняете публикацию или предложение, сохраните прежний вариант и смотрите на следующие наблюдения. при небольшом числе обращений единичный результат ещё не показывает устойчивое изменение.

Соберите проверку своего блога

выберите одну услугу или продукт и ситуацию, которую наблюдаете сейчас. пройдите вопросы об аудитории, продукте и доступных данных. там, где ответа нет, можно оставить «пока не знаю».

в результате получится рабочая запись: что известно, что вы предполагаете и какой следующий шаг выбрали. её можно скопировать или скачать. ответы остаются в вашем браузере; имена клиентов и частную переписку сюда добавлять не нужно.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

если явного затруднения по ответам не видно, это повод проверить предположения с подходящими людьми и посмотреть на дальнейшие обращения. анкета сама по себе не устанавливает причину отсутствия продаж.

Источники

- christensen institute: задачи и обстоятельства выбора.
- яндекс: потребности и поведение целевой аудитории.
- strategyzer: проверка задачи, решения и готовности платить.
- April Dunford: привычный способ решения как альтернатива покупке.
- ncvo: вопросы о реальном поведении.
- nielsen norman group: информация о цене.
- nielsen norman group: доверие к сайту.
- gov.uk: проверка удобства сервиса.
- google analytics: метки источников переходов.
- google: исследование пути выбора.
- edelman и linkedin: роли в корпоративной покупке, 2025.

Рабочий лист

заполняйте этот лист или отдельную тетрадь. поля оставлены пустыми: ответы, введённые на сайте, в эту копию не включены.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Что вы предлагаете

Что вы наблюдаете сейчас

- предложение почти не видят
- читают, но не обращаются
- обращаются, но не заказывают
- пока не понимаю, что происходит

Та ли аудитория вас читает

вам известно, кому нужна эта услуга и в какой ситуации?

- да, есть конкретные наблюдения
- материалы в основном интересны другим людям
- пока не знаю

реальные вопросы, задачи из обращений, разговоры с подходящими людьми. профессия или лайк сами по себе этого не подтверждают.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Нужен ли людям сам продукт

есть наблюдения, что людям подходят ваш формат и условия?

- да, есть конкретные действия или опыт работы
- подходящим людям не подходит формат или условия
- пока не знаю

опыт выполнения работы, предметное обсуждение с реальными условиями, выбранные людьми альтернативы. похвала идее не равна готовности купить.

Доходят ли публикации до этих людей

вам известно, что нужные люди видят предложение?

- да, есть наблюдения о подходящих людях и переходах
- предложение в основном видят другие люди
- пока не знаю

доступные переходы, конкретные вопросы, известные источники обращений. просмотры и подписчики учитываются отдельно от заказов.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Понятно ли, что у вас можно заказать

подходящий человек после чтения может объяснить вашу услугу?

- да, проверили на человеке, который не знает работу изнутри
- ему непонятны состав, результат или условия
- пока не проверяли

независимый пересказ того, что человек понял. не подсказывайте ответ заранее.

Видно ли, почему вам можно доверять

можно рассмотреть пример именно той работы, которую вы предлагаете?

- да, есть доступный подходящий пример
- есть только общие обещания или другие работы
- пока не проверял

разрешённая работа, собственный проект или обозначенный учебный разбор. пример показывает конкретное действие, не выдуманный результат клиента.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Легко ли начать разговор

проверяли путь от публикации до начала обсуждения с телефона?

- да, контакт доступен и следующий шаг понятен
- есть неработающий или непонятный шаг
- пока не проверяли

реальное открытие ссылок и прохождение пути. не отправляйте пробные заявки чужим людям.

Что происходит после обращения

известно, почему подходящие обращения заканчиваются без заказа?

- да, люди назвали причины
- замечены проблемы в ответе или обсуждении
- причина пока неизвестна

содержание реального обсуждения и добровольно названная причина. молчание и слово «дорого» без контекста не раскрывают весь выбор.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Что я заметил

конкретный вопрос, действие или фрагмент, который можно проверить

Как я это объясняю

предположение, которое ещё предстоит проверить

Что проверю или изменю

один посильный шаг

На что посмотрю после

вопросы людей, прохождение пути, подходящие обращения или другие доступные наблюдения

chebaturkin.com

© 2026 Тимофей Чебатуркин

Поработать над вашим медиа

если нужна помощь с подачей и оформлением медиа, пришлите площадку и расскажите, что хотите изменить. можно начать с наблюдения из своего плана.

написать мне в telegram ↗

направления работы ↗

Ещё материалы на сайте

в моём архиве есть другие статьи, примеры и рабочие материалы.

chebaturkin.com/archive/
если сайт не открывается с включённым vpn, выключите его и откройте ссылку ещё раз.

© 2026 Тимофей Чебатуркин

chebaturkin.com/archive/blog-clients/

этим файлом можно делиться целиком, сохраняя имя автора и источник. для перепубликации или переработки материала свяжитесь со мной.

t.me/chebaturkin