

Чек-лист: 10 ошибок, из-за которых блог не приносит денег

Маркетинговый аудит воронки экспертного блога. Разбираем скрытые причины низких продаж, слива бюджета на рекламу и отсутствия повторных чеков.

Многие блогеры и эксперты ошибочно считают, что отсутствие продаж — это следствие маленького охвата или «плохих алгоритмов». На практике продаёт не количество подписчиков, а правильно выстроенная система:

УТП → Прогрев → Продукт → Оффер → Воронка

Используйте этот чек-лист для аудита своего блога: отметьте пункты, которые присутствуют в вашей стратегической коммуникации, и устраните критические разрывы.

Аудит бизнес-модели и продукта

ОШИБКА 01

Продукт создан «из головы», а не из исследования аудитории (CustDev)

Эксперт упаковывает курс или наставничество, опираясь на свои представления о полезности, не спросив аудиторию об её истинных болях.

Следствие: низкий спрос, постоянные возражения «мне это не нужно» или «дорого».

Решение: провести глубинное исследование (CustDev), выявить ключевые барьеры и сформулировать оффер на языке клиента.

ОШИБКА 02

Отсутствие узкого УТП и попытка «продать всем»

Позиционирование в стиле «фитнес для всех» или «психология отношений». Отсутствие отстройки от конкурентов делает предложение размытым.

Следствие: высокая стоимость привлечения лида и баннерная слепота подписчиков.

Решение: сузить нишу или сменить угол экспертизы (как в кейсе Даши Мовчан: переход к «женской физиологии»).

ОШИБКА 03

Продажа процесса (процедур, уроков), а не конечного результата

Контент и презентация фокусируются на формате: «10 модулей», «30 видеоуроков», «раздаточный материал».

Следствие: клиент выгорает от мысли о предстоящей нагрузке и отказывается от покупки.

Решение: продавать конкретную трансформацию состояния или измеримый бизнес- либо физиологический результат.

Аудит прогрева и контентной стратегии

ОШИБКА 04

Хаотичный прогрев без логической цепочки смыслов

Публикация разовых экспертных постов без связи с продаваемым продуктом и подведения к покупке.

Следствие: подписчики получают бесплатную пользу, но не понимают, зачем им покупать платную программу.

Решение: строить прогрев по канонической воронке: проблема → причина → решение → демонстрация экспертности → оффер.

ОШИБКА 05

Разрыв между экспертным и личностным контентом

Уход в одну из крайностей: либо сухая википедия без личности эксперта, либо бытовой блог без демонстрации профессионализма.

Следствие: в первом случае нет доверия к автору, во втором — нет уважения к его экспертизе.

Решение: соблюдать баланс — транслировать ценности и мышление через призму профессионального опыта.

ОШИБКА 06

Игнорирование работы с барьерами и сомнениями целевой аудитории

В прогреве показывают только «успешный успех» и отзывы, но умалчивают про страхи клиентов (например, «а если у меня нет времени?», «а если не получится?»).

Следствие: высокий отвал потенциальных покупателей на этапе закрытия сделки.

Решение: точно разбирать частые возражения в сторис, эфирах и постах через кейсы и методологическое обоснование.

Продвижение экспертного блога — это система, а не разовые запуски

Глубже погрузиться в тему привлечения клиентов и найти коллег-экспертов, продвигающих свои услуги, поможет Telegram-сообщество NGB.CLUB. Участники разбирают прикладные инструменты, делятся опытом и поддерживают друг друга на пути к масштабированию.

[Вступить в NGB.CLUB →](#)

Аудит продаж и архитектуры воронки

ОШИБКА 07

Отсутствие автоматизированной воронки (лид-магнит → трипваер)

Попытка продавать дорогой основной продукт «в лоб» холодному трафику без промежуточных касаний.

Следствие: низкая конверсия холодного трафика, слив рекламного бюджета.

Решение: внедрить лид-магнит для сбора базы и недорогой продукт (трипваер) для формирования привычки платить.

ОШИБКА 08

Скомканное и короткое окно продаж

Эксперт открывает продажи на 1–2 дня без открытых вебинаров, индивидуальных разборов и предварительных списков ожидания.

Следствие: аудитория просто не успевает принять решение о покупке.

Решение: выстраивать полноценное окно продаж (от 5 до 10 дней) с чередованием дожимов и различных форматов коммуникации.

ОШИБКА 09

Отсутствие системной работы с отделом продаж и дожимами

Ожидание, что клиент сам перейдёт по ссылке и полностью оплатит счёт без дополнительных напоминаний.

Следствие: до 60% брошенных корзин и незавершённых заявок.

Решение: подключать отдел продаж или менеджеров для качественной обработки брони и рассрочек.

ОШИБКА 10

Ориентация на разовую продажу вместо развития LTV

Завершение коммуникации с клиентом сразу после окончания курса. Отсутствие линейки следующих продуктов.

Следствие: каждый запуск приходится делать «с нуля», привлекая только новую аудиторию.

Решение: продумывать продуктово-методологическую матрицу (клуб, мастермайнд, следующий уровень).

Советы эксперта: как исправить воронку

Эвелина Обухова

Директор по маркетингу NGB

«Блог не приносит денег не потому, что аудитория "выгорела", а потому что в воронке нарушены смысловые связи. Чтобы выйти на миллионные запуски, достаточно устранить 2–3 системные ошибки: провести CustDev, точно сформулировать УТП под боли рынка и выстроить понятное окно продаж.

Не пытайтесь делать продажи вслепую — проведите системную диагностику своего блога по этому чек-листу».

Чек-лист подготовили: **Эвелина Обухова** — директор по маркетингу NGB

Эксперт: **Дарья Мовчан** — резидент по направлению Wellness