первые 30 дней

СТАРТ

ЧЕК-ЛИСТ РИЭЛТОРА, КОТОРЫЙ ХОЧЕТ ЗАЙТИ В СОЦСЕТИ И НЕ БРОСИТЬ НА ВТОРОМ МЕСЯЦЕ

Арбатмэн · Instagram arbatman_

01 Заявок не будет. Пока

02 Клиент уже смотрит твой профиль

03 Тебе есть что сказать

04 Первые 10 роликов — черновики

05 Три секунды

06 Вдохновение не придёт

07 Что тихо убивает доверие

08 Лайк — это не клиент

09 Нейросеть пишет, ты говоришь

10 Смотри не на заявки

ЗАЯВОК НЕ БУДЕТ. ПОКА.

Почти каждый риэлтор заходит в соцсети с одной картинкой в голове: снял пять роликов, выложил, и в директ посыпались «сколько стоит двушка на Гагарина?».

Через месяц у него пара сотен просмотров, три лайка от коллег и мама в комментариях. Заявок ноль. И в голове щёлкает: «соцсети не работают, это для блогеров». Блог закрыт, телефон снова в кармане, всё как было.

Проблема не в роликах. Проблема в ожидании. Соцсеть для риэлтора — это не реклама на Авито, где заплатил сегодня и получил звонок завтра. Это прогрев. Человек, который через полгода будет продавать бабушкину квартиру, сегодня ещё не знает, что будет её продавать. Но он уже может листать твои ролики.

КАК ЭТО ВЫГЛЯДИТ НА САМОМ ДЕЛЕ

- Первый месяц ты учишься говорить в камеру, а Instagram разбирается, кому тебя показывать.
- Второй месяц появляются свои люди: те, кто досматривает, пишет в комментариях, пересылает.
- Дальше один из них собирается продавать или покупать. И он не вбивает в поиск «риэлтор в моём городе». Он пишет тебе, потому что уже тебя знает.

Клиент из соцсетей приходит тёплым. Он не проверяет тебя на первой встрече, он уже проверил. Он видел, как ты объясняешь про ипотеку, как говоришь про задаток, как шутишь. Такому клиенту не надо доказывать, что ты нормальный. Ради этого и стоит потерпеть первые месяцы.

> *Захотелось бросить? Ты как раз на том месте, где бросают почти все. Не будь «почти всеми».*

ОТМЕТЬ ДО КОНЦА НЕДЕЛИ

- [ ] Записать одной фразой, зачем мне соцсети. Не «чтобы были лиды», а «чтобы человек, который продаёт квартиру, знал меня до звонка».
- [ ] Договориться с собой о сроке: оцениваю результат через 90 дней, а не через 30.
- [ ] Принять, что первый месяц — тренировка, а не продажи.
- [ ] Сказать о блоге одному человеку (коллеге, другу, партнёру), чтобы было стыдно бросить.

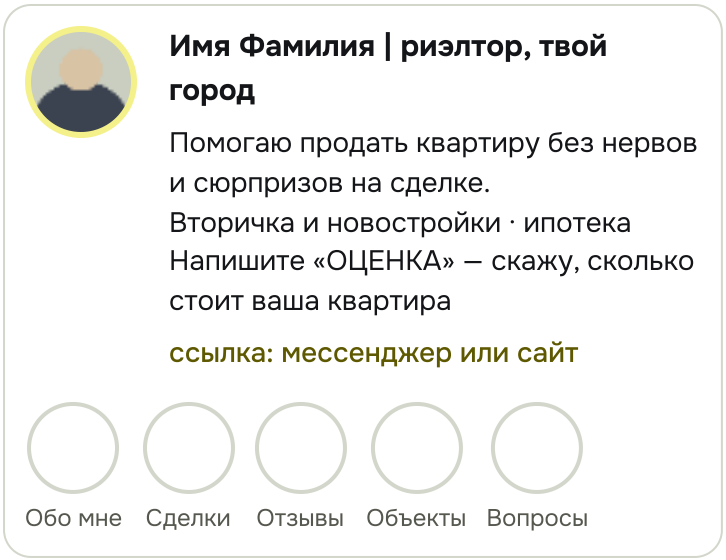
КЛИЕНТ УЖЕ СМОТРИТ ТВОЙ ПРОФИЛЬ. ДО ЗВОНКА.

Тебе дали номер по рекомендации. Что человек сделает первым? Наберёт? Нет. Найдёт тебя в соцсетях и посмотрит.

За несколько секунд он решает, звонить или нет. И смотрит не на твои объекты. Он смотрит, живой ли ты человек. Лицо. Как говоришь. Есть ли тебе дело до таких, как он. Пустой профиль — это как прийти на показ в мятой футболке: квартира та же, а доверия уже нет.

ПРОВЕРКА ПРОФИЛЯ ЗА 10 МИНУТ

Открой свой профиль с телефона, как будто ты клиент и видишь его впервые. Пройдись по списку честно.



Пример шапки. Имя, город и слово подставь свои.

ПРОВЕРЬ ПРОФИЛЬ ГЛАЗАМИ КЛИЕНТА

- [ ] Аватар: твоё лицо крупно и при дневном свете. Не логотип агентства, не машина, не силуэт на закате.
- [ ] В имени профиля есть слово «риэлтор» и город. По имени тебя ищут в поиске, ник для этого не нужен.
- [ ] Шапка отвечает на три вопроса: кому ты помогаешь, с чем и что сделать прямо сейчас.
- [ ] Одна ссылка, по которой до тебя доходят в один клик.
- [ ] Три закрепа: кто я; самый полезный ролик; отзыв или история сделки.
- [ ] Актуальные: обо мне, сделки, отзывы, частые вопросы. Обложки одного цвета.
- [ ] Последние 9 публикаций: нет картинок «С Днём риэлтора» из интернета и чужих мемов.

ТЕБЕ ЕСТЬ ЧТО СКАЗАТЬ. ТЫ ПРОСТО ЭТО НЕ ЗАПИСЫВАЕШЬ.

«Мне нечего снимать» говорит человек, который за неделю ответил клиентам на сорок вопросов.

Каждый вопрос клиента — это готовый ролик. Каждое «а почему так дорого?», «а можно без риэлтора?», «а задаток вернут?» — это то, что прямо сейчас гуглят сотни людей в твоём городе. Ты знаешь ответы наизусть, поэтому тебе кажется, что это скучно. Тебе скучно. Им нет.

ПЯТЬ МЕСТ, ГДЕ ЛЕЖАТ ТЕМЫ

- **Вопросы клиентов.** Всё, что спросили за неделю в мессенджерах и на показах.
- **Возражения.** «Дорого», «я подумаю», «сам продам», «зачем мне вы».
- **Ошибки покупателей и продавцов,** которые ты видел своими глазами. Без имён.
- **Твой район и город.** Где жить с детьми, где шумно, что строят, куда не стоит.
- **Закулисье.** Как прошёл показ, что сорвалось, сколько звонков до одной сделки.

15 ТЕМ, КОТОРЫЕ МОЖНО СНЯТЬ УЖЕ НА ЭТОЙ НЕДЕЛЕ

01 Задаток или аванс: что вернут, а что нет

02 Почему квартира висит полгода и не продаётся

03 Что я проверяю в квартире до того, как показать её клиенту

04 Три фразы продавца, после которых сделка срывается

05 Ипотеку одобрили. Что делать дальше и чего не делать

06 Сколько на самом деле стоит продать квартиру, кроме комиссии

07 Почему «продам сам» часто выходит дороже

08 Как я выбираю цену: не «по ощущениям»

09 Фото квартиры на телефон: что убрать из кадра

10 Самая странная просьба клиента за мою практику

11 Район, где я бы сам купил квартиру, и почему

12 Что спросить у застройщика, чтобы не пожалеть

13 День риэлтора без прикрас: что происходит между показами

14 Сделка, которая сорвалась в последний момент

15 Вопрос, который мне задают чаще всего

> *Темы не кончаются. Кончается привычка записывать их сразу.*

СДЕЛАЙ СЕГОДНЯ

- [ ] Завести в телефоне заметку «Темы» и закрепить её наверху.
- [ ] Записать 10 вопросов, которые клиенты задавали за последний месяц.
- [ ] Выбрать из списка выше 3 темы на эту неделю.
- [ ] Договориться с собой: каждый новый вопрос клиента — сразу в заметку.

ПЕРВЫЕ 10 РОЛИКОВ — ЧЕРНОВИКИ. ИХ НИКТО НЕ ЗАПОМНИТ.

Ты боишься, что будет стыдно. Будет. Немного. Первые ролики у всех выглядят так, будто человека держат в заложниках.

Хорошая новость: первые ролики почти никто не видит. У тебя пока нет аудитории, которая будет их пересматривать и смеяться. Есть ты, Instagram и пара коллег. Это идеальное время, чтобы быть плохим. Через месяц ты будешь говорить заметно увереннее, через три — пересматривать первые и не узнавать себя.

Лучше сделать плохо, чем никак. Ролик, который вышел, учит тебя больше, чем десять идеальных, которые ты так и не снял.

КАК СНЯТЬ, ЧТОБЫ НЕ БЫЛО БОЛЬНО СМОТРЕТЬ

- **Свет.** Встань лицом к окну. Не спиной, не боком. Это бесплатно и решает половину проблем.
- **Камера на уровне глаз.** Снизу — подбородок и потолок, сверху — ты маленький и виноватый.
- **Звук важнее картинки.** Плохую картинку досмотрят, плохой звук — нет. Петличка за пару тысяч рублей окупается в первый же день.
- **Говори одному человеку.** Представь конкретного клиента, которому объясняешь. Не «всем привет», а «смотри».
- **Тезисы, а не текст.** Выученный наизусть текст звучит как зачитанный. Три пункта на бумажке за камерой хватит.
- **Три дубля максимум.** Дальше становится только хуже. Выбирай живой, а не идеальный.

> *Оговорился в кадре? Оставь. Живых людей смотрят дольше, чем дикторов.*

ПЕРВАЯ СЪЁМКА

- [ ] Найти дома место с окном и спокойным фоном без стиральной машины в кадре.
- [ ] Поставить телефон на уровень глаз: штатив, стопка книг, полка.
- [ ] Снять пробный ролик на 30 секунд и посмотреть его со звуком в наушниках.
- [ ] Выложить первый ролик, даже если он не нравится.

ТРИ СЕКУНДЫ. ПОТОМ ТЕБЯ ЛИСТАЮТ.

Человек решает, смотреть тебя или нет, пока ты произносишь первую фразу. Если первая фраза «Всем привет, меня зовут Ольга, я риэлтор» — ты уже потерял его.

Первая фраза ролика не представляет тебя. Она цепляет. Она называет боль, ошибку или вопрос, который сидит у зрителя в голове. Зритель должен подумать: «это про меня». Кто ты, он увидит в шапке профиля.

СКЕЛЕТ ЛЮБОГО РОЛИКА

- **Крючок, 1 фраза.** Боль, ошибка, резкое мнение или вопрос.
- **Одна мысль.** Не три совета, а один. Три совета — это три ролика.
- **Пример.** Случай из практики, цифра, сравнение. Без примера мысль не запоминается.
- **Финал.** Вопрос зрителю или кодовое слово. Одна просьба, не пять.

ПЕРВЫЕ ФРАЗЫ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ У РИЭЛТОРОВ

01 «Если вы продаёте квартиру и сделали вот это — остановитесь»	02 «Покупатели, хватит смотреть квартиры по выходным. Объясню»
03 «Клиент сказал мне "дорого". Вот что я ответил»	04 «Эта ошибка стоила продавцу [сумма]»
05 «Вам не нужен риэлтор, если...»	06 «Я бы никогда не купил квартиру на первом этаже. Кроме одного случая»
07 «Три вопроса, которые я задаю каждому продавцу»	08 «Почему ваша квартира не продаётся, хотя цена нормальная»

ОБЫЧНО	ВМЕСТО ЭТОГО
«Всем привет! Сегодня я расскажу вам про ипотеку»	«Ипотеку одобрили, а квартиру не нашли за 90 дней. Что теперь?»
ОБЫЧНО	ВМЕСТО ЭТОГО
«Подписывайтесь, ставьте лайки, пишите комментарии, переходите по ссылке»	«Напишите ЗАДАТОК, пришлю договор, который я даю клиентам»

ПЕРЕД КАЖДОЙ СЪЁМКОЙ

- [ ] Написать первую фразу отдельно и прочитать её вслух: зацепила бы меня?
- [ ] Проверить, что в ролике одна мысль, а не три.
- [ ] Добавить один живой пример или цифру.
- [ ] Закончить одной просьбой: вопрос или кодовое слово.

ВДОХНОВЕНИЕ НЕ ПРИДЁТ. ПРИДЁТ ВТОРНИК.

Блоги умирают не от плохих роликов. Они умирают от пауз. «На этой неделе завал, сниму потом» — и потом наступает через три месяца.

Ты не снимаешь каждый день. Ты снимаешь один раз в неделю, пачкой. Два часа в выбранный день: три темы, три ролика, одна одежда или три футболки. Дальше ролики выходят сами по расписанию, а ты работаешь.

РИТМ, КОТОРЫЙ ВЫДЕРЖИВАЕТ РАБОТАЮЩИЙ РИЭЛТОР

- **Три ролика в неделю.** Например, вторник, четверг, суббота, вечером, когда люди листают телефон после работы.
- **Один день съёмки.** Утро, пока лицо свежее, а показов ещё нет.
- **Сторис каждый день,** но без усилий: показ, дорога, кофе, документы на столе. Это закулисье, а не контент.

ЕСЛИ ПРОПУСТИЛ НЕДЕЛЮ

Ничего не объясняй и не извиняйся в ролике. Никто не заметил. Просто выложи следующий ролик в ближайший день по расписанию.

И не выкладывай один и тот же ролик дважды, надеясь, что во второй раз зайдёт. На своём аккаунте я видел: повтор набирает в разы меньше первого. Не зашло — сними ту же мысль с другой первой фразой.

> *Ты не обязан хотеть снимать. Ты обязан прийти во вторник.*

НАСТРОЙ РИТМ

- [ ] Выбрать день недели для съёмки и поставить его в календарь как встречу с клиентом.
- [ ] Выбрать три дня публикаций и время.
- [ ] Снять первую пачку из трёх роликов за одну съёмку.
- [ ] Поставить ролики в отложенные публикации.

ЧТО ТИХО УБИВАЕТ ДОВЕРИЕ

Ничего из этого не выглядит страшно. Просто после таких публикаций клиент листает дальше и звонит другому.

Риэлтор продаёт не квартиры. Он продаёт спокойствие: что сделка пройдёт, деньги дойдут, никто не обманет. Поэтому любая публикация, после которой ты выглядишь несерьёзно, отчаянно или как все, стоит дороже, чем кажется.

ОБЫЧНО	ВМЕСТО ЭТОГО
Смешные видосики под тренд, где ты танцуешь с ключами	Юмор из жизни: реальная ситуация на показе, рассказанная с самоиронией
Только фото квартир, тебя нигде нет	Ты в кадре рассказываешь про квартиру: что в ней хорошо и что честно не очень
«Лучший риэлтор города», «гарантия продажи за неделю»	Конкретика: за сколько продал похожую, что для этого сделали
Каждый пост заканчивается «звоните, продам»	Девять полезных публикаций на одну с предложением
Пустая подпись или три смайлика	Две-три строки с главной мыслью ролика и вопросом
Ответ на комментарий через два дня	Ответ в первые часы, особенно на вопрос
Чужие картинки и цитаты успешных людей	Свои фото, свои слова, даже если неидеально

> *Клиент выбирает не самого яркого. Он выбирает того, с кем не страшно.*

ЧИСТКА ПРОФИЛЯ

- [ ] Пролистать свои последние 20 публикаций глазами клиента.
- [ ] Убрать в архив всё, за что было бы неловко на встрече с продавцом.
- [ ] Дописать подписи к трём последним роликам.
- [ ] Ответить на все неотвеченные комментарии.

ЛАЙК — ЭТО НЕ КЛИЕНТ. ВОТ КАК ОН ИМ СТАНОВИТСЯ.

Тысяча просмотров ничего не стоит, если человеку некуда сделать следующий шаг. Шаг должен быть маленьким и понятным.

РОЛИК → ПРОФИЛЬ → СЛОВО В КОММЕНТАРИЯХ → ДИРЕКТ → РАЗГОВОР → ВСТРЕЧА

Позвонить незнакомому риэлтору — большой шаг. Написать одно слово в комментариях — маленький. Поэтому в конце ролика не проси «звоните». Проси написать слово, а в ответ дай что-то полезное: чек-лист, договор задатка, список документов. Человек получает пользу, а у вас начинается переписка.

КАК НЕ СПУГНУТЬ В ДИРЕКТЕ

- Сначала отдай то, что обещал. Без условий.
- Потом один вопрос: «Вы сейчас продаёте или присматриваетесь?».
- Не присылай прайс и не предлагай встречу в первом сообщении.
- Не пропадай. Ответ через сутки — это ответ «мне всё равно».

ПРИМЕР ОТВЕТА В ДИРЕКТ

Держите список документов для продажи квартиры, как обещал.
Если что-то непонятно, спрашивайте, отвечу здесь.

Можно вопрос: вы сейчас продаёте или пока присматриваетесь?

> *Лучшие клиенты пишут «я вас полгода смотрю». Эти полгода — твоя работа сейчас.*

ПОСТРОЙ ДОРОЖКУ

- [ ] Придумать одно кодовое слово и что человек получит в ответ.
- [ ] Подготовить этот подарок: файл, список, шаблон.
- [ ] Сохранить ответ в директ в заметках, чтобы отвечать за 10 секунд.
- [ ] Поставить кодовое слово в конец следующего ролика и в подпись.

НЕЙРОСЕТЬ ПИШЕТ. ТЫ ГОВОРИШЬ.

Нейросеть не снимет за тебя ролик и не станет твоим лицом. Но она заберёт самое скучное: придумать, записать, переписать.

Ошибка, которую делают почти все: просить «напиши пост про ипотеку». Получается текст, который мог написать кто угодно про кого угодно. Нейросеть не знает, кто ты, для кого пишешь и как ты говоришь. Расскажи ей это один раз, и тексты станут похожи на тебя.

ЧТО МОЖНО ОТДАТЬ НЕЙРОСЕТИ

- Список тем из вопросов клиентов.
- Черновик сценария, который ты потом перескажешь своими словами.
- Подписи к роликам и описания объектов.
- Ответы на частые вопросы в директ.

ЧТО ОСТАВИТЬ СЕБЕ

- Мнение, случаи из практики, шутки. Это то, за что тебя выбирают.
- Цифры и законы: нейросеть может уверенно ошибиться, проверяй.

ЗАПРОС 1. ТЕМЫ ИЗ ВОПРОСОВ

Я риэлтор в городе [город], работаю с [вторичкой / новостройками]. Вот вопросы, которые клиенты задавали мне за месяц: [вставь список].
Сделай из них 15 тем для коротких видео. Для каждой дай первую фразу, которая цепляет с первых секунд, без «всем привет» и «сегодня расскажу».

ЗАПРОС 2. ЧЕРНОВИК РОЛИКА

Напиши текст для видео на 45 секунд на тему: [тема].
Говорю просто, короткими фразами, как другу. Структура: цепляющая первая фраза, одна мысль, пример из практики риэлтора, в конце вопрос зрителю.
Не используй слова: уникальный, лучший, гарантия, премиальный.

ЗАПРОС 3. ПОДПИСЬ К РОЛИКУ

Вот о чём мой ролик: [в двух предложениях]. Напиши подпись на 3–4 строки: главная мысль, одна деталь, в конце предложение написать слово [КОДОВОЕ СЛОВО] в комментариях. Без хэштегов в тексте и без восклицательных знаков.

ПОПРОБУЙ СЕГОДНЯ

- [ ] Прогнать запрос 1 по своим вопросам клиентов.
- [ ] Выбрать лучшую первую фразу и снять по ней ролик.
- [ ] Сохранить запросы в заметки, чтобы не искать их каждый раз.

СМОТРИ НЕ НА ЗАЯВКИ. ПОКА.

В первый месяц заявки — плохой градусник. Их мало, и они ничего не говорят о том, правильно ли ты идёшь. Смотри на то, что растёт раньше заявок.

Глава Instagram Адам Моссери называл главными сигналами для рилсов три вещи: сколько времени ролик смотрят, сколько лайков он собирает от охвата и сколько раз его пересылают. Пересылки сильнее всего выводят ролик к людям, которые на тебя ещё не подписаны. Переслали — значит, ты сказал что-то, чем хочется поделиться.

ДОСМОТР
Сколько людей досмотрели до конца. Растёт, когда первая фраза цепляет, а середина не провисает.

ПЕРЕСЫЛКИ
Главный знак, что ролик полезный. Твой ролик отправили коллеге или другу.

СОХРАНЕНИЯ
Человек хочет вернуться к ролику. Это про пользу.

ПЕРЕХОДЫ В ПРОФИЛЬ
Ролик вызвал интерес к тебе, а не только к теме.

ПОДПИСКИ С РОЛИКА
После какого ролика пришли люди. Снимай таких больше.

СООБЩЕНИЯ
Кодовые слова и вопросы в директ. Отсюда потом вырастают звонки.

ПЛАН НА 30 ДНЕЙ

НЕДЕЛЯ 1
Подготовка

- [ ] Профиль по странице 2
- [ ] Заметка «Темы», 10 вопросов
- [ ] Первые 3 ролика

НЕДЕЛЯ 2
Ритм

- [ ] Съёмка пачкой в свой день
- [ ] 3 ролика по расписанию
- [ ] Сторис каждый день

НЕДЕЛЯ 3
Дорожка к звонку

- [ ] Кодовое слово и подарок
- [ ] 3 ролика, в каждом слово
- [ ] Ответы на все комментарии

НЕДЕЛЯ 4
Разбор

- [ ] Найти ролик с лучшим досмотром
- [ ] Снять ещё 2 в том же духе
- [ ] Продлить план на месяц 2

Через 30 дней ты не богач. Ты человек, который ведёт блог. Это уже больше, чем у большинства коллег.

НЕ БРОСАЙ НА ВТОРОМ МЕСЯЦЕ

Есть вопрос по чек-листу или хочешь показать свой первый ролик — напиши мне в директ Instagram **arbatman_**. Читаю всё.