

Инструкция по продвижению репетитора



**Как репетитору эффективно
продвигать свои услуги и выйти
на стабильный заработок от 50 000 Р**

Путь любого репетитора начинается со становления себя как специалиста. И перед тем, как я начну рассказывать о способах продвижения, ответьте себе на 2 вопроса:

1. Вы точно определились с направлением работы?
Вам интересен этот предмет, хочется в нем постоянно развиваться, совершенствоваться, узнавать новое?
2. Вы имеете достаточно компетенций в выбранной сфере деятельности? Проводили ревизию знаний с помощью литературы, пособий, SWOT-анализа?

Надеюсь, на все эти вопросы вы ответили четкое «Да» и уже готовы искать себе клиентов, чтобы начать зарабатывать.

Первый и самый верный способ выйти на нишу репетиторства, набраться опыта, улучшить свои скиллы — разместить объявление на сайтах-агрегаторах.

Практически на каждом сайте условия размещения объявлений одинаковые: бесплатно регистрируетесь, вам предоставляют клиентов, проводите занятия и платите сервису комиссию. Единственное отличие — на каком этапе производится оплата этой самой комиссии и каков ее размер.

1. Repetitor.ru

Про этот сайт важно знать: во-первых, заказ отправляется сразу нескольким специалистам, его получит тот, кто первым подтвердит готовность начать занятия; во-вторых, после одобрения заявки контактные данные клиента предоставляются вам лишь после списания комиссии, до начала занятия. Ее размер рассчитывается индивидуально. На сайте есть калькулятор, который поможет в этом деле.

2. Profi.ru

Здесь все заказы падают вам в личный кабинет. Вы выбираете подходящий, отправляете отклик клиенту, и он получает ваш номер телефона. Важно: на заказ могут откликнуться несколько специалистов. Поэтому клиент сам выбирает подходящего. На Profi.ru вы платите лишь за выполненный заказ или за отклик, в зависимости от вашей специальности.

3. Ассоциация репетиторов

Сайт запрашивает единовременную комиссию сразу после первого занятия. В среднем она составляет 2–2,5 стоимости одного занятия.

4. YouDo

На фриланс бирже вы сами ищите клиентов. Новые клиенты YouDo обычно начинают с простых заказов и оставляют как можно больше предложений, чтобы наработать рейтинг — с ним в будущем станет проще получать новые задания. Сам сервис не берет комиссию за выполненный заказ. Вы оплачиваете только отклики к заданиям.

5. Preply

Сайт взимает 100% комиссию за ваш первый урок с каждым новым учеником. Для последующих уроков комиссия варьируется от 18 до 33% и зависит от количества учебных часов, проведенных с учениками. Чем больше вы преподаете, тем ниже будет комиссия.

Это даже не половина списка, еще больше сервисов с описанием вы найдете в моем Instagram-аккаунте ([@vasileva.es](https://www.instagram.com/vasileva.es)).

Но сайты-агрегаторы и партнерка классно работают до того момента, пока вы набираете на индивидуальные занятия, и в редких случаях помогают для формирования групповых.

Если вы хотите масштабироваться, набирать больше 5–10 ребят в группы, создавать авторские онлайн-курсы, то здесь в работу вступают другие каналы для поиска клиентов. Самые эффективные, существующие в 2021 году, — таргетированная реклама и реклама у инфлюенсеров.

Но в них есть один большой подвох, который обязательно стоит учитывать!

При запуске рекламы нужно заранее продумать механику привлечения — это должно быть крутое предложение, на которое целевая аудитория точно обратит внимание и захочет потратить свое время.

Это не должен быть просто сайт, потому что холодная аудитория сейчас ничего не покупает. Но и здесь есть свои исключения: если у вас узкая ниша, например, вы репетитор по китайскому языку или занимаетесь дошкольной подготовкой в онлайн-формате, то такая реклама может сработать, потому что у вас мало или совсем нет конкурентов.

А во всех остальных случаях нет смысла запускать холодный трафик, обязательно нужно на что-то «сажать». Это должна быть посадочная страница в Инстаграм: грамотно оформленная, с четким позиционированием, экспертными постами, вашими фото, наличием отзывов/кейсов и сторис.

До сих пор большинство онлайн-школ пользуется рассылкой, но внедрять этот инструмент в свою работу сейчас — глупо.

Во-первых, привлечение человека через этот канал стоит немаленьких денег; во-вторых, у школьников уже переизбыток рассылок в сообщениях, они их просто не открывают.

Такое отношение к рассылкам некорректно и неэкологично зарекомендовали онлайн-школы, которые супернавязчиво и через боли продавали в них свои продукты.

Ко всему прочему, такой вид продвижения в основном используется «ВКонтакте». А совсем недавно он купил онлайн-школу Умскул и теперь будет продвигать исключительно своих. На этой площадке делать совершенно нечего.

В последнее время даже на бесплатные продукты люди не идут, потому что рынок переполнен предложениями. Но по факту лишь малая часть специалистов может заинтересовать человека своим бесплатным продуктом, чтобы он пришел, все изучил и потратил драгоценное время.

Бесплатный продукт — это не гарантия, что вы получите большой результат и лояльную аудиторию, если будете лить на него трафик.

Как тогда продвигать свои услуги репетитору?

Самая работающая стратегия — личный бренд. Именно его нужно создавать с помощью ведения блога, прокачивать, а потом лить на него трафик.

Личный бренд — это когда аудитория в первую очередь следит за вами как за личностью. Вы продолжаете оставаться репетитором и давать пользу, но раскрываетесь как человек, выстраивая отношения со своими подписчиками. В таком случае вы прогреваете холодную аудиторию и получаете теплую, а это суперценно!

Более подробно я буду рассказывать про личный бренд в своем Instagram-аккаунте в ближайшее время. Чтобы не пропустить посты и Stories на эту и другие полезные темы, подписывайтесь на мою страницу @vasileva.es



vasileva.es