

# Шаг 1. «Стартовые уточнения и фиксация входа»

Ниже — полный «каркас входа», который превращает разрозненные ответы в рабочий бриф. Цель шага — за один короткий цикл выяснить только то, что реально влияет на причинную логику будущего текста и на сборку оффера, и **зафиксировать это в верифицируемой форме** (формулировки, которые можно проверить, измерить, показать). Всё лишнее отбрасывается, всё важное уточняется до конкретики.

## 1) Назначение шага и его продукт

**Назначение:**

- Снять туман вокруг аудитории, контекста и целей.
- Сформулировать корневую проблему на языке читателя и сигнал желаемого исхода.
- Понять «как работает решение» и **что человек увидит первым** (первые измеримые сигналы пользы).
- Собрать артефакты доказательств и ограничения ответственности.
- Согласовать цену как следствие ценности, риск-реверс и следующий шаг.

**Продукт шага:** компактный **входной бриф** из 15 блоков (см. ниже), в котором каждое поле описано ясным языком, без жаргона, с примерами, границами и признаками правильности. Этот бриф — единственный источник правды для всех следующих шагов.

## 2) Принципы фиксации входа

1. **Одно поле — одна мысль.** Никаких сводных «портянок».
2. **Ясный язык.** Короткие фразы, конкретные существительные, глаголы действия, минимум абстракций.
3. **Проверяемость.** Любая смелая формулировка требует хотя бы одного проверяемого пруфа (цифра, скрин, дата, имя роли, событие).
4. **Границы применимости.** Почти у любого решения есть «не для кого» — это фиксируется.
5. **Сигналы результата.** Обещание = конкретный **сигнал**, который человек увидит/ощутит первым, и срок, в который он появится.
6. **Цена как следствие.** Цифра цены появляется вместе с объяснением «почему так», привязанным к альтернативной стоимости и к TTFV (time-to-first-value).

7. **Риск как процедура.** Гарантия — это не слова, а последовательность 1–2 чётких шагов.
8. **СТА как сценарий.** Призыв к действию — это «что произойдёт сразу после клика/ответа» и «сколько времени/усилий займёт следующий шаг».
9. **Минимум допущений.** Всё, чего нет в фактах, маркируется как гипотеза.
10. **Сходимость.** Поля не противоречат друг другу: «кто» соответствует «что получает», «как работает» согласуется с «чем доказываем», и т. д.

### 3) Структура входного брифа (15 блоков)

Каждый блок фиксируется как **краткая формула + 1–2 примера + границы/исключения + признаки правильности.**

#### 3.1. Аватар (кто это на самом деле)

- **Формула:** роль/контекст → одно ключевое решение → что для него «на кону».
- **Пример формулировки:** «Владелец небольшого офлайн-магазина, сам отвечает за маркетинг, теряет трафик из-за роста стоимости клика; ключевое решение — как стабильно получать заявки в пределах X за лид».
- **Границы:** «Не для франшиз с централизованной рекламой».
- **Признак правильности:** если заменить «владелец» на «маркетолог агентства», 2/3 формулировки сломаются.

#### 3.2. Цель (исход, а не активность)

- **Формула:** «через [срок] у [аватара] есть [сигнал результата]» + основной KPI/ограничение.
- **Пример:** «За 21 день — ≥15 демо-звонков с регионом N без роста стоимости лида».
- **Границы:** «Количество важнее чека», или наоборот.
- **Признак:** цель можно сверить по календарю и счётчику.

#### 3.3. Боль/симптомы (как это ощущается сейчас)

- **Формула:** «видимые симптомы» + «цена бездействия» (чем грозит).
- **Пример:** «Скачущий спрос: неделя перегруза, потом тишина; из-за этого простаивает команда и срывается план поступлений».
- **Признак:** симптомы узнаваемы без подготовки; человек кивает.

#### 3.4. Корневая причина неудач (одна)

- **Формула:** «неочевидный механизм, который срывает ожидаемый исход» + «как он проявляется в этой аудитории».

- **Пример:** «Одна и та же связка объявление → посадочная → оффер говорит на разных диалектах проблемы; из-за рассинхрона люди «приземляются» не туда и не видят для себя смысла».
- **Признак:** если устранить именно этот дефект, симптоматика логично ослабевает.

### 3.5. Как устроено решение (механизм)

- **Формула:** «какой узел мы блокируем/перекладываем» + «какой новый узел запускаем и что он даёт».
- **Пример:** «Выравниваем диалект по всей цепочке: проблема → причина → механика → пруф → развязка; из-за единообразия человек быстрее распознаёт «своё» и двигается к демо».
- **Признак:** механизм можно нарисовать в 3–5 узлах на салфетке.

### 3.6. Мини-демо (первый осязаемый сигнал)

- **Формула:** «какой маленький результат увидит человек и за какой срок» (TTFV).
- **Пример:** «Через 72 часа — новый блок выше сгиба с единым «диалектом» и рост конверсии с визитов в клики на X%».
- **Признак:** сигнал фиксируется скрином/метрикой.

### 3.7. Пруф-база (доказательства)

- **Формула:** «тип пруфа → к какому узлу механизма он относится → как показываем».
- **Пример:** «До/после блока «над сгибом» → к узлу «единый диалект» → скриншоты из аналитики с датой».
- **Признак:** пруфы относятся к самым смелым тезисам, а не к пустякам.

### 3.8. «Для кого» / «Не для кого»

- **Формула:** «минимальные требования к входу» + «исключения».
- **Пример:** «Нужны: ≥1 посадочная, доступ к аналитике, возможность быстро править блоки. Не подходит для проектов без права вносить изменения на сайт».
- **Признак:** продаёт не всем, экономит время обеих сторон.

### 3.9. Сомнения/риски со стороны клиента (топ-3)

- **Формула:** «сомнение → как показываем/снимаем → когда в тексте».
- **Пример:** «Сомнение «это долго» → мини-демо за 72 часа → показываем сразу после механизма».
- **Признак:** каждое сомнение связано с местом в тексте.

### 3.10. Состав решения (что внутри и как стартуем)

- **Формула:** «минимальный набор действий/артефактов» + «сроки первого цикла».
- **Пример:** «Аудит «над сгибом», выравнивание диалекта, тест 2 вариантов, 1 звонок обратной связи — всё за 7 дней».
- **Признак:** можно запланировать в календаре.

### 3.11. Цена как следствие

- **Формула:** «от чего зависит» + «с чем сравниваем» + «почему справедливо».
- **Пример:** «Фикс за пилот, потому что первые сигналы появляются за 72 часа; альтернатива — неделя работы команды контента → дороже и дольше».
- **Признак:** человек понимает логику цены даже до цифры.

### 3.12. Гарантия и процедура

- **Формула:** «какой риск мы забираем» + «2 шага процедуры».
- **Пример:** «Если за 7 дней нет роста кликов на X% — повторный цикл корректировок или возврат части оплаты; как подать — письмо на адрес N, срок рассмотрения 3 дня».
- **Признак:** нет расплывчатых формулировок; есть действие, адресат и сроки.

### 3.13. Деловая причина «почему сейчас»

- **Формула:** «внешний/внутренний фактор» + «почему условия ограничены/изменяются».
- **Пример:** «Окно перед сезонным всплеском; пока ставки в рекламе не выросли, можно закрепить цену пилота».
- **Признак:** причина звучит делово, без искусственного «горит/кончается».

### 3.14. СТА и мягкая вилка

- **Формула:** «основное действие → что произойдёт сразу → длительность/требования» + «мягкая альтернатива для осторожных».
- **Пример:** «Оставьте заявку на пилот (займёт 2 минуты): в ответ придёт письмо с чек-листом доступов и слотом созвона. Не готовы — скачайте мини-гайд «как выравнивать диалект над сгибом»».
- **Признак:** СТА снимает микротрение и задаёт ожидания.

### 3.15. Тон/ограничения/согласования

- **Формула:** «тональность, запреты, обязательные дисклеймеры, ответственные лица».

- **Пример:** «Тон — спокойный, без превосходных степеней; запрет — обещания конкретных сумм; дисклеймер — «результаты зависят от...»; согласование — с менеджером N по пунктам X, Y, Z».
- **Признак:** текст не проскочит мимо юридических/бренд-ограничений.

## 4) Процедура сбора: три слоя вопросов

Чтобы не «вытягивать» километры текста, сбор идёт тремя короткими слоями.

### Слой А — базовый (15 коротких ответов)

По одному предложению на каждый из 15 блоков. Задача — поместить смысл в «ячейку».

### Слой В — уточняющий (только там, где нужно)

Если ответ расплывчатый, задаются точечные вопросы: «какой сигнал увидит человек в первый день?», «какой скрин вы покажете в тексте?», «кто конкретно «не для кого»?».

### Слой С — верификационный (пруфы, процедуры, цифры)

Запрашиваются артефакты: скрины, даты, протоколы гарантий, формулировки СТА на интерфейсе, чек-лист доступов, тарифная сетка.

**Правило:** слой В/С применяется только к тем полям, где есть риск «пустоты». Это держит цикл коротким.

## 5) Формат фиксации: как выглядят поля в брифе

Каждое поле хранится в виде:

- **Короткий тезис** (1–2 строки, без абстракций).
- **Пример/факт** (1 маркер).
- **Границы/исключения** (1 строка).
- **Признак правильности** (1 строка).
- **Артефакты** (список: «скрин с...», «ссылка на...»).

Такой формат делает бриф пригодным для автоматической сборки в разные каналы.

## 6) Контроль логики: сетка пересечений

Перед закрытием шага проводится «быстрый перекрёстный осмотр»:

- **Аватар ↔ Цель:** цель важна именно этому человеку?
- **Симптом ↔ Корневая причина:** объяснение действительно связывает наблюдаемое с причиной?

- **Причина ↔ Механизм решения:** новый узел логично устраняет прежний дефект?
- **Механизм ↔ Мини-демо:** TTFV — естественное следствие механизма?
- **Механизм/обещания ↔ Пруфы:** есть пруф к каждому смелому тезису?
- **Оффер ↔ «Для кого/не для кого»:** состав и старт соответствуют входным требованиям?
- **Оффер ↔ Цена:** «почему так» читается без цифры?
- **Цена ↔ Риск:** чем выше цена, тем прозрачнее процедура риска?
- **Reason-why ↔ СТА:** причина «почему сейчас» поддерживает призыв?
- **Тон/ограничения ↔ Все поля:** нет юридически уязвимых обещаний?

## 7) Частые дефекты входа и их починка

1. **«Всем всё» в аватаре.** *Починка:* выбрать один контекст использования; остальные — как вторичные.
2. **Цель — активность, а не исход.** *Починка:* заменить «сделаем X» на «через Y произойдёт Z», добавить сигнал и срок.
3. **Корневая причина = симптом.** *Починка:* задать вопрос «почему это происходит, если всё остальное правильно?».
4. **Механизм — набор фич.** *Починка:* описать, какой узел блокируем/перекладываем и какой запускаем.
5. **Нет мини-демо.** *Починка:* выбрать самый ранний сигнал, который можно показать за  $\leq 7$  дней/72 часа.
6. **Пруфы — не к месту.** *Починка:* сопоставить «смелые тезисы → конкретные пруфы».
7. **Цена без объяснения.** *Починка:* прописать якоря, альтернативу, окупаемость, TTFV.
8. **Гарантия — туман.** *Починка:* процедура в 2 шагах с адресатом и сроками.
9. **СТА — «позвоните нам».** *Починка:* расписать, что произойдёт после клика и сколько займёт.
10. **Нет «не для кого».** *Починка:* честно исключить неподходящие случаи, чтобы не ломать конверсию дальше.

## 8) Шкалы и критерии оценки качества брифа

Оцениваем по 0–2 балла каждое поле:

- **Ясность:** 0 — абстракция; 1 — частично; 2 — простые слова, без жаргона.
- **Проверяемость:** 0 — нет фактов; 1 — намёк; 2 — есть артефакт/цифра.
- **Сходимость:** 0 — конфликтует; 1 — сомнительно; 2 — логично встраивается.
- **Исполнимость:** 0 — расплывчато; 1 — частично; 2 — можно поставить в календарь/ТЗ.

**Порог готовности:**  $\geq 22/30$  — можно передавать дальше. Ниже — точно дорабатываем слабые поля.

## 9) Мини-шаблоны для заполнения (короткие формы)

### 9.1. «Кто это»

Роль/контекст: ... Ключевое решение/ставка: ... Не для: ...

### 9.2. «К чему придём»

Через [срок] человек увидит [сигнал], при этом [ограничение/условие].

### 9.3. «Почему не получалось»

Главная скрытая причина: ... В этой аудитории проявляется как: ...

### 9.4. «Как это работает сейчас»

Блокируем/перекладываем узел: ... Запускаем новый узел: ... Первые сигналы: ... (TTFV: ... часов/дней)

### 9.5. «Что покажем»

Узел → Пруф → Как показываем (скрин/цифра/артефакт).

### 9.6. «Оффер»

Что внутри (минимум): ... Как стартуем: ... (1-я неделя) Для кого/не для кого: ...

### 9.7. «Цена, риск, причина, СТА»

Цена как следствие: ... Гарантия (2 шага): ... Почему сейчас: ... СТА (жёсткий + мягкий): ...

## 10) Роли и ответственность на шаге

- **Сборщик входа** отвечает за ясность формулировок и полноту артефактов.
- **Верификатор** отвечает за проверяемость (цифры/скрины/даты).
- **Владелец продукта/сервиса** утверждает «не для кого», цену как следствие и риск-процедуру.
- **Юридический/бренд-гейт** проверяет дисклеймеры и запреты.

## 11) Выходные артефакты шага (что передаём дальше)

1. **Входной бриф 15×15** (15 блоков × до 15 строк в сумме).
2. **Паспорт пруфов** (перечень: узел → тип → где взять/как показать).
3. **Паспорт оффера** (минимальный состав, старт, TTFV, «для кого/не для кого»).
4. **Дорожная карта первого цикла** (что делаем в первые 7 дней и кто делает).
5. **Список рисков/гипотез** (что пока не подтверждено и как будем проверять).

## 12) Как понять, что шаг выполнен «отлично», а не «терпимо»

- Любой человек «с улицы» понимает, **кто, что получит и за счёт чего**.
- Самые смелые утверждения подкреплены **конкретными артефактами**.
- Мини-демо сформулировано так, что его можно показать за **72 часа/7 дней**.
- Цена объясняется логически, **даже если цифра ещё не названа**.
- Гарантия написана как **процедура**.
- СТА описывает **следующий шаг как сценарий** (а не как абстрактный «свяжитесь»).
- Есть честный раздел «не для кого» — это экономит всем время.
- Вся конструкция помещается на одну страницу без потери смысла.

## 13) Особые случаи и как их обрабатывать

- **Несколько аватаров**. Берём один как основной. Остальные — вариантами адаптации позже.
- **Сложные/регулируемые ниши**. Отдельный подпункт «запреты/обязательные формулировки».
- **Продукт-конструктор**. В брифе фиксируем **минимальный боевой комплект** (MVP пакета), остальное — опции.
- **Пустая пруф-база**. Тогда в бриф добавляется «быстрый тест» как источник первого пруфа.
- **Жёсткие сроки запуска**. Часть обещаний переносится в «пост-лонч»: сразу говорим, что сегодня получают X, а Y — по графику.

## 14) Мини-чек-лист закрытия шага

- [ ] Аватар сформулирован языком быта, не индустрии.
- [ ] Цель — исход с сигналом и сроком.
- [ ] Одна корневая причина — не симптом.
- [ ] Механизм описан узлами, а не фичами.
- [ ] Мини-демо и TTFV есть.
- [ ] Пруфы к ключевым тезисам есть.
- [ ] «Для кого/не для кого» — честно.
- [ ] Состав и старт — исполнимы за неделю.

- [ ] Цена объяснена как следствие.
- [ ] Риск — процедура в 2 шагах.
- [ ] Деловая причина «почему сейчас» — без накрутки.
- [ ] СТА — сценарий следующего шага.
- [ ] Тон/ограничения/дисклеймеры — учтены.

## 15) Итоговая мысль

Этот шаг — **не анкетирование ради анкеты**. Это жёсткая инженерная сборка минимально достаточного контекста, который позволяет дальше строить причинную цепочку убеждения без гадания. Хорошо сделанный вход экономит часы перепроверок, снижает риск «развала» логики на середине текста и делает цену и гарантию естественными, а не «пришитыми».

## Шаг 2. «Сводная карта инсайтов»

Ниже — полный, пригодный к работе формат «карты инсайтов». Он превращает сырые наблюдения из этапов 1–2 и бриф шага 1 в **приоритетный набор смыслов**, которые прямо подсказывают, **что говорить, что показывать, где усиливать и где молчать**. Карта не дублирует бриф: она отвечает на вопрос «**какие закономерности поведения/мышления определяют реакцию аудитории на наше предложение и как с ними работать в тексте и оффере**».

### 1) Назначение и конечные артефакты

**Зачем:**

- Отобрать из массы фактов **только те закономерности**, которые влияют на отклик и конверсию.
- Сформировать **приоритеты сообщений**: что обязательно должно прозвучать и быть показано.
- Снять противоречия между болями, желаниями, контекстом использования, рисками и «ценой внимания».
- Подготовить вход для выбора мастер-цепи, сборки лестницы тезисов, пруф-пакера, возражений и оффера.

**Что выдаём в конце шага:**

1. **Атлас инсайтов** — список карточек (см. шаблон ниже) с оценками «влияние × уверенность».
2. **Тепловая карта** — таблица, где по строкам идут категории инсайтов, по столбцам — микросегменты аудитории; цветом помечена сила влияния.

3. **Иглы и нити** — 5–9 «игл» (главных смыслов) и «нити», которыми они прошиваются в единую причинную цепь будущего текста.
4. **Stop-лист** — что **не говорить** и **не обещать**, чтобы не разрушить доверие.
5. **Wish-лист пруфов** — какие доказательства нужно добрать к сильным, но пока «тонким» инсайтам.
6. **Передающие смыслы** — идеи, которые звучат эффектно, но в тестах глушат отклик (отдельная пометка «возможна адаптация для другого канала»).

## 2) Что такое инсайт в нашем смысле

Инсайт — **не факт и не мнение**, а **повторяемая закономерность**, которая:

- объясняет, **почему** люди действуют/не действуют;
- **предсказывает**, как они отреагируют на конкретный приём в тексте/оффере;
- **подсказывает действие**: что именно сказать/показать/поменять в структуре, чтобы сдвинуть поведение.

**Тест на инсайт**: если формулировка не даёт явного «и значит, в тексте мы...», это не инсайт, а наблюдение/интересный факт.

Формула записи:

**Наблюдение** → **Паттерн** → **Следствие для сообщения/дизайна шага** → **Что докажет/как проверить**.

## 3) Источники и типы сигналов (что собираем на вход)

- **Язык аудитории**: какие слова употребляют, как называют проблему/результат, какие метафоры живут в их среде.
- **Ситуации использования**: где/когда сталкиваются с проблемой, какие ограничения по времени/доступам/бюджету.
- **Критерии выбора**: на что смотрят в первую, вторую и третью очередь; что для них «честная цена».
- **Страхи и риски**: чего опасаются в первую минуту, а что всплывает позже (ответственность, потеря времени, «vendor lock-in», зависимость от поставщика и т. п.).
- **Желаемые сигналы результата**: какие индикаторы прогресса хотят увидеть в первые 24–72 часа и спустя 7–30 дней.
- **Альтернативы**: чем заменяют проблему сейчас (включая не-решение), какие «костыли» уже стоят.
- **Контекст влияния**: кто ещё влияет на решение (партнёр, коллега, финансовый одобритель), каково распределение ролей «пользователь/покупатель».

- **История попыток:** что уже пробовали, где «обожглись», какие слова/приёмы вызывают аллергию.
- **Канальная привычка:** где они чаще встречаются предложения такого типа (почта, лонгриды, видео, мессенджеры), какой темп/объём терпят.
- **Триггеры момента:** события/сезонность/внешние изменения, когда «окно» для предложения шире обычного.

## 4) Каркас категорий (чтобы ничего не упустить)

Используем следующий «скелет» категорий, но наполняем только тем, что реально влияет в данной нише:

1. **Функциональные задачи** (что человек пытается сделать буквально).
2. **Эмоциональные задачи** (какое внутреннее состояние хочет изменить/сохранить).
3. **Социальные задачи** (как выглядит в глазах значимых других).
4. **Сигналы результата** (какой «первый свет» он ждёт и в какой срок).
5. **Симптомы/боли** (как ощущается проблема до решения).
6. **Корневая причина** (почему обычные попытки не дают исхода).
7. **Критерии выбора** (что обязательно должно быть и что «желательно»).
8. **Перцепция цены** (какая логика «это справедливо/нет»).
9. **Риски/страхи** (что может пойти не так, и на чьей стороне усилие).
10. **Пруф-потребности** (какие доказательства видят «настоящими», а какие — «витрина»).
11. **Слова-маркеры** (лексика, от которой доверие растёт/падает).
12. **Предпочтения формата** (скорость, плотность, где и как потребляют).
13. **Альтернативы/костыли** (чем замещают сегодняшние боли).
14. **Барьер перехода** (что мешает сделать первый шаг; доступы, деньги, люди, софт).
15. **Роли в сделке** (пользователь vs. плательщик, кто тормозит/ускоряет).
16. **Триггеры момента** (когда вероятность «да» выше).
17. **Не-для-кого** (случаи, где оффер навредит или будет бесполезен).

## 5) Шаблон карточки инсайта (рабочая единица карты)

Каждая карта — это **один паттерн**, записанный так, чтобы его можно было **вшить в текст** или **спорить о нём на планёрке**:

**ID и название:** коротко и по-деловому (напр., «Нужен первый сигнал  $\leq 72$  ч»).

**Сегмент/микросегмент:** к кому относится (роль, уровень, контекст). **Состояние**

**готовности:** «холодный/видит проблему/ищет пути/сравнивает решения/выбирает поставщика» (можно маркировать цветом). **Наблюдение (сырые данные):** 2–3

факта/цитаты/скрина. **Паттерн (суть):** одно предложение: «когда ... → склонен ...».

**Сила влияния (1–5):** насколько сильно меняет отклик. **Уверенность (1–5):** сколько независимых источников подтверждают. **Импликация для сообщения:** что обязаны сказать/показать и где (в лид, над сгибом, после механизма, в СТА, в FAQ). **Форма пруфа:** чем будем подтверждать (цифры, видео-демо, чек-лист, даты, процесс/процедура). **Риск-фраза:** слова/приёмы, которые этот инсайт делает опасными. **Гипотеза/тест:** минимальный эксперимент (A/B строк, порядок блоков, время TTFV), KPI и срок измерения. **Черновые строки:** 2–3 строки/абзаца, как это может звучать «в лоб».

**Пример карточки (универсальный):** ID: INS-04 «Первый свет ≤72 ч» **Сегмент:** владелец направления, мало времени, высокое ожидание окупаемости. **Состояние:** видит проблему, ищет быстрый способ проверить. **Наблюдение:** «Не готов ждать недели», «Что я увижу завтра?», «Можно сначала на одном участке?». **Паттерн:** если нет ощутимого сигнала за 24–72 часа, интерес остывает независимо от цены. **Сила/Уверенность:** 5/4 **Импликация:** в лид и первый экран вставить мини-демо и TTFV; в оффере — «пилот 7 дней». **Пруф:** скрин метрики «до/после» и запись короткой демонстрации. **Риск-фраза:** «Гарантируем удвоение за 3 дня» (выглядит как замануха). **Тест:** A/B — «лид с TTFV vs. лид без», KPI: CTR первого экрана, микроконверсия в клик по СТА, срок: 5 дней. **Черновые строки:** «Через 72 часа вы увидите первый сдвиг: ... Мы покажем на экране метрики, где именно это отразится».

## 6) Процедура синтеза (как из фактов получить карту)

**Шаг А. Инвентаризация сигналов.** Собираем все сырые наблюдения из этапов 1–2 и брифа шага 1. Ничего не интерпретируем. Разбрасываем по «корзинам» категорий (см. §4).

**Шаг В. Кластеризация.** Внутри каждой категории группируем однотипные сигналы. Если формулировка требует «если-то», значит это уже ближе к инсайту.

**Шаг С. Формулирование паттернов.** Для каждого кластера пишем одну причинную фразу в формате «когда/если ... → делает/не делает ..., потому что ...». Сразу добавляем «импликацию»: где в тексте это отражать и как.

**Шаг D. Оценка «влияние × уверенность».** Влияние — как сильно паттерн меняет поведение; уверенность — сколько независимых подтверждений. Наносим на простую матрицу 2×2:

- **Верх-право (высокое влияние, высокая уверенность):** «иглы» — войдут в лид/первые блоки.
- **Верх-лево (высокое влияние, низкая уверенность):** срочно ставим быстрый тест/демо.
- **Низ-право (низкое влияние, высокая уверенность):** можно оставить для FAQ/длинного хвоста.
- **Низ-лево:** архив/наблюдение на будущее.

**Шаг Е. Сшивка «игл и нитей».** Выбираем 5–9 «игл» и связываем в причинную нить: от узнавания проблемы → к раскрытию механизма → к демонстрации → к снятию главного риска → к развязке/офферу → к СТА. Это зерно будущей «лестницы тезисов».

**Шаг F. Конфликты и ветвление.** Если обнаружены противоречивые инсайты («быстро и дешево» vs «надёжно и с поддержкой»), решаем:

- разделить на 2 микросегмента и готовить 2 лид-версии,
- или выбрать главенствующий критерий и проговорить trade-off честно.

**Шаг G. Формализация артефактов.** Для каждой «иглы» фиксируем обязательный пруф и место в тексте/оффере. То, чего не хватает, попадает в wish-лист.

## 7) Тепловая карта (как визуализировать приоритеты)

**Строки:** категории из §4. **Столбцы:** микросегменты (напр., «сам себе маркетолог», «технический руководитель», «закупщик»). **Ячейка:** оценка силы влияния инсайта на данный сегмент (0–3) + короткая пометка формата («любит видео-демо», «нужен чек-лист», «не терпит жаргон»). **Легенда:** сверху — «иглы» и где они живут в структуре текста (лид/механизм/пруф/оффер/СТА/FAQ).

Эта карта помогает быстро увидеть, **какие смыслы нельзя выкинуть**, если мы делаем версию для конкретного микросегмента и канала.

## 8) Иглы и нити (быстрый выход на причинную цепь)

**Игла** — короткая формула «что обязаны доказать первыми». **Нить** — переход «почему это важно сейчас» → «как это станет правдой в вашей ситуации» → «какой первый сигнал вы увидите».

Пример набора (универсальный, без привязки к нише):

- Игла 1: «Без первого сигнала ≤72 ч интерес угасает» → нить к мини-демо.
- Игла 2: «Главная причина — рассинхрон языка проблемы/решения» → нить к механизму «единый диалект».
- Игла 3: «Цена считается справедливой, когда связана с альтернативной стоимостью и TTFV» → нить к «цена как следствие».
- Игла 4: «Страх «зависимости от поставщика» сильнее, чем страх «дорого»» → нить к процедуре выхода/гарантии.
- Игла 5: «Критерий №1 у прагматиков — возможность начать на малом участке» → нить к пилоту/микро-офферу.

## 9) Stop-лист (что ломает доверие)

- Обещания фиксированных результатов без условий и процедуры измерения.
- Жаргон/аббревиатуры без расшифровки «на человеческом».
- Перенос ответственности на клиента в критичный момент («если вы всё сделаете идеально...»).
- Замалчивание «не для кого» — ведёт к возвратам и гневным письмам.
- Чужой лексикон (не тот «диалект»), навязывание «наших» слов вместо «их».
- «Витринные» пруфы: ненастоящие скрины, отвлечённые цифры, общие слова вместо процедуры.

## 10) Wish-лист пруфов (как восполнить недостающее)

Для каждой «иглы» фиксируем **один обязательный пруф** и **один «бюджетный»**:

- Мини-демо экрана/процесса (видео/скрин с датой).
- До/после с одинаковой методикой подсчёта.
- Чек-лист внедрения + отметки «что делаем мы/что делает клиент».
- «Сухой кейс»: 5 строк «контекст → вмешательство → сигнал → срок → ограничения».
- Процедура гарантии/возврата в 2 шагах.

## 11) Примеры универсальных карточек (готовые заготовки)

### INS-01 «Диалект боли»

- **Паттерн:** когда формулировка проблемы звучит «не их словами», распознавание «это про меня» падает на первом экране.
- **Импликация:** в лид берём их лексикон, наезжаем на конкретные симптомы; наш жаргон — позже, в разделе механики.
- **Пруф:** скрин запросов/сообщений из реальной переписки (обезличенной).
- **Тест:** A/B — «их слова vs. наш жаргон» в первом абзаце.

### INS-02 «Пилот вместо «сразу всё»»

- **Паттерн:** охотнее говорят «да» началу на локальном участке, чем полному внедрению.
- **Импликация:** оффер дробим: пилот 7–14 дней, один участок, один KPI.
- **Пруф:** протокол пилота (шаги, срок, входы/выходы).
- **Тест:** сравнить конверсию «пилот» vs. «полный пакет» в СТА.

### INS-03 «Процедура риска важнее слов «гарантия»»

- **Паттерн:** формулировка гарантий без шагов и сроков хуже, чем честное «без гарантии, но с пилотом».

- **Импликация:** пишем 2 шага: кому писать/когда/что получит человек.
- **Пруф:** шаблон письма + SLA.
- **Тест:** микроконверсия в клик по блоку «гарантия» и влияние на оплату.

**INS-04 «Первый свет ≤72 ч»** — см. пример в §5.

**INS-05 «Справедливость цены = альтернатива + время до ценности»**

- **Паттерн:** «дорого» превращается в «честно», если показать, чего стоит альтернатива (деньги/время/риск) и через сколько появится первый сигнал.
- **Импликация:** блок «цена как следствие» с калькуляцией альтернативы и TTFV.
- **Пруф:** расчёт «если делать своими силами/иначе».
- **Тест:** A/B — есть/нет блока альтернативной стоимости.

## 12) Роли/ответственность и управление версией карты

- **Синтезатор** составляет карточки, присваивает оценки «влияние/уверенность».
- **Верификатор** требует артефакты, отсекает «мнения».
- **Ответственный за оффер** проверяет, что импликации не противоречат реальным процессам.
- **Юридический/бренд-гейт** фильтрует рискованные формулировки.

Версионировать просто: **v0.9 черновик** → **v1.0 боевая** → **v1.x** после каждого цикла тестов. В карте хранится **журнал изменений**: какие инсайты повышены/понижены и почему (результаты тестов, новые данные).

## 13) Как карта инсайтов питает следующие шаги

- **Выбор мастер-цепи:** состояние готовности из карточек укажет, насколько рано раскрывать механизм и где ставить демонстрацию.
- **Лестница тезисов:** «иглы» становятся ступенями 1–5; остальные — поддержкой и мостами.
- **Пруф-пакер:** берет из карточек «форма пруфа» и «wish-лист».
- **Инженерия возражений:** «риски/страхи» + «критерии» → порядок снятия топ-3 сомнений.
- **Оффер-билдер:** «пилот/TTFV/процедуры» из карточек → состав и старт без трения.
- **Цена/риск/СТА:** «перцепция цены», «процедура риска», «барьеры перехода» → формулы цены, гарантия и вилка СТА.
- **Lead/Headline:** «диалект боли», «первый свет», «триггер момента» → хук и лид.
- **Адаптация форматов:** «канальная привычка/тон» → сжатие/расширение и смена медиума.

## 14) Чек-лист качества карты

- [ ] У каждого инсайта есть импликация «что делаем в тексте/оффере».
- [ ] Не менее 5 «игл» с высокой силой влияния и достаточной уверенностью.
- [ ] На каждую «иглу» назначен пруф (имеющийся или в wish-листе).
- [ ] Есть «Stop-лист» и «Не-для-кого».
- [ ] Противоречия обработаны (развилка по сегментам или честный trade-off).
- [ ] Карта «говорит языком аудитории», а не внутренним жаргоном.
- [ ] Любую карточку можно превратить в черновик абзаца за 60–90 секунд.

## 15) Частые ошибки и как их не допустить

1. **Складывают факты без выводов.** *Решение:* на каждую карточку — обязательная строка «Импликация: в тексте мы...».
2. **Пишут для «всех».** *Решение:* вводим столбцы микросегментов; если инсайт «размывается», дробим или выкидываем.
3. **Сильные инсайты без пруфа.** *Решение:* либо срочный тест, либо перенос в второстепенные до подтверждения.
4. **Без раздела «не для кого».** *Решение:* фиксируем честно, экономя конверсию и репутацию.
5. **Карта не обновляется по тестам.** *Решение:* после каждого A/B вносим изменения и меняем приоритеты.

## 16) Мини-гайд по переходу к тестам

Для «верх-левых» (высокое влияние, низкая уверенность) инсайтов назначаем быстрые проверки:

- **Тест языка:** «их слова vs. наш жаргон» в первом экране.
- **Тест TTFV:** явное обещание «первый сигнал ≤72 ч» vs. общая подача.
- **Тест пилота:** «пилот/микро-оффер» vs. «сразу полный набор».
- **Тест риска:** «процедурная гарантия» vs. «сильный дисклеймер и пилот без гарантий».
- **Тест цены:** блок «альтернативная стоимость + TTFV» vs. простая цена.

Любой тест — не более 7–14 дней, KPI: CTR первого экрана, клики в СТА, заявки/демо, оплата/счёт.

## 17) Итог: как выглядит готовая карта на одной странице

- **Вверху:** 5–9 «игл» в порядке будущей причинной цепи.

- **Слева:** столбец микросегментов.
- **В центре:** тепловая карта категорий с короткими пометками формата и языка.
- **Справа:** wish-лист пруфов и stop-лист.
- **Внизу:** журнал тестов с последними решениями («INS-04 повышен до критического, добавлен в лид; INS-07 понижен до FAQ»).

Такая карта позволяет любому участнику за 3–5 минут понять, **почему текст и оффер будут устроены именно так**, и какие артефакты мы обязаны показать, чтобы это было убедительно.

## Шаг 3. «Сводная карта инсайтов»: интеграция, приоритизация и превращение в управляемые решения

Ниже — углублённая надстройка над тем, что уже сделано на шаге 2. Если шаг 2 собрал и оформил **карточки инсайтов**, то задача шага 3 — превратить этот массив в **рабочую систему управления смыслами**: что говорить первыми, что — позже, где демонстрировать, где молчать, как адаптировать под микросегменты и каналы, как проверять спорные гипотезы и как обновлять карту после тестов. Результат шага — не просто список хороших наблюдений, а **операционная модель «инсайт → решение → место в цепи → нужный пруф → измеримый эффект»**.

### 1) Выходные артефакты шага 3 (что должно быть на руках)

1. **Матрица приоритизации (5-критерий):** каждый инсайт получает баллы по пяти осям:
  - Влияние на поведение (Impact) — насколько сильно меняет вероятность целевого шага.
  - Уверенность (Confidence) — сколько независимых подтверждений и тестов.
  - Применимость (Applicability) — на какую долю аудитории и каналов распространяется без доработок.
  - Дифференциация (Differentiation) — насколько помогает отличаться от альтернатив.
  - Волатильность (Volatility) — риск «сломаться» при смене контекста/сезона/цены. **Итоговый приоритет =  $\text{Impact} \times (\text{Confidence} + \text{Applicability}) \times (1 + \text{Differentiation}/3) \div (1 + \text{Volatility}/2)$** .
2. **Карта «инсайт → узел цепи»:** у каждого инсайта фиксирована роль в будущей причинной цепи: лид/хук, формулировка проблемы, механизм, демонстрация,

оффер, цена, риск, СТА, FAQ. Это устраняет путаницу «где сказать самое важное» и экономит место в первых экранах.

3. **Сценарные дорожки для микросегментов:** для 2–4 ключевых микросегментов строятся короткие «дорожки» (что попадёт в их версию лида, что уйдёт в основной текст, что — в FAQ/хвост).
4. **Стыковочная таблица «инсайт → пруф»:** одна «игла» — один обязательный пруф (и один бюджетный на замену), со ссылкой на формат: мини-демо, до/после, процедура, цифры с методикой подсчёта, «сухой кейс», чек-лист.
5. **Регистр конфликтов:** список противоречий между инсайтами с решением: разделение по сегментам, честный trade-off, отложенная подача, альтернативный канал.
6. **Календарь тестов для спорных инсайтов:** A/B-задачи, KPI, длительность, критерий остановки, что именно меняется в сообщении/оффере.
7. **Словарь «диалекта» по приоритетным инсайтам:** короткие списки слов/фраз «как говорить» и «как не говорить» для лида, механизма, цены, риска, СТА. Это защищает от скатывания в жаргон.

## 2) Таксономия инсайтов (классифицируем, чтобы управлять)

Не все инсайты одинакового типа. Мы разделяем их по функциональной роли:

- **Поведенческие:** объясняют, почему люди тянут/делают/откладывают (страхи, привычки, триггеры момента).
- **Лингвистические:** про «диалект боли» и слова-маркеры узнавания.
- **Экономические:** восприятие цены, альтернативная стоимость, чувствительность к модели оплаты.
- **Процедурные:** «как это будет» — шаги, роли, доступы, сроки, кто что делает.
- **Доказательные:** какой вид пруфа считается «настоящим», а какой — «витринным».
- **Контекстные:** каналы, темп, длительность внимания, сезонность, события.
- **Статусные:** социальные последствия (как я буду выглядеть в глазах значимых людей).
- **Отсеивающие («не для кого»):** ограничения, при которых предложение лучше не делать.

Зачем так делить? Чтобы **не перегрузить один узел цепи** разнотипными смыслами: поведенческие инсайты тянут в лид/механику, процедурные — в «как стартуем» и риск-реверс, экономические — в «цена как следствие», доказательные — в демонстрации.

### 3) Правила приоритизации (как решаем, что пойдёт в первые экраны)

1. **Первый экран — только «иглы высокого влияния с достаточной уверенностью».** Попадание в лид — это не награда за красоту, а обязанность за эффект. Если уверенность низкая — не в лид, а в A/B.
2. **Один экран — одна доминанта.** Если в первый абзац ставим «первый сигнал  $\leq 72$  часа», туда же не добавляем сложную экономику цены. Иначе «размываем» внимание.
3. **Покрыть «путь сомнения» одной связкой:** Лид (узнавание) → механизм (почему теперь получится) → демонстрация (как это выглядит) → риск-процедура (что если нет) → СТА (микрошаг). На каждом узле — **ровно тот тип пруфа**, который выбран в стыковочной таблице.
4. **Сегмент-первый подход.** Для каждого приоритетного микросегмента лидерные абзацы подстраиваем по его «диалекту» и триггерам момента. Остальное — общее полотно.
5. **Честный trade-off в явном виде.** Если инсайт подсказывает, что аудитория не верит «быстро и надёжно одновременно», мы либо делаем развилку продуктов, либо проговариваем компромисс словами, понятными аудитории, и показываем, как его сглаживаем.

### 4) Матрица «инсайт → узел цепи → действие»

Каждая карточка получает строку в матрице:

- ID инсайта
- Приоритет (число)
- Узел цепи (лид/проблема/механизм/демо/оффер/цена/риск/СТА/FAQ)
- Действие в тексте (какое утверждение появится)
- Форма пруфа (какой именно файл/скрин/видео/процедура)
- Место на странице (первый экран/после механизма/перед СТА/FAQ)
- Канал (лонгрид, email, презентация, видео)
- Метрика проверки (что изменится, если этот узел сработал: CTR, TTFV-клик, демо-заявки, оплата)

Пример строки: INS-04 «Первый сигнал  $\leq 72$  ч» → **Лид** → «Назовём первый ощутимый сдвиг и покажем, где его увидеть» → **мини-демо 45 сек + скрин метрики с датой** → **первый экран** → лонгрид/email → CTR первого экрана, клики по «смотреть демо».

### 5) Сценарные дорожки микросегментов (как распараллеливаем)

Для 2–4 сегментов рисуем короткие сценарии:

- **Прагматик-оператор** (делает сам, считает часы и доступы): Лид с «первый сигнал ≤72 ч» → механизм простыми словами → демо-экран → чек-лист ролей «кто что делает» → пилот-оффер → процедура риска → СТА «пилот на одном участке».
- **Решатель бюджета** (не будет пользователем, нужен риск-контроль): Лид с экономикой альтернативы → механизм на языке «рисков» → «процедурная гарантия/выход» → цена как следствие → СТА «получить расчёт за 24 ч».
- **Энтузиаст-исследователь** (любит глубину): Лид с «большой идеей» и контекстом изменений → механизм с графикой → длинное демо → история внедрения → СТА «получить расширенную версию» (мягкий шаг).

Каждый сценарий указывает **какие инсайты занимают лидерные позиции**, а какие уходят в хвост или FAQ.

## 6) Стыковка с пруфами (без «витрин»)

Правило простое: **нет пруфа — нет права на лидерную позицию**. Каждый обязательный инсайт получает:

- **Обязательный пруф**: минимальная, но «настоящая» вещь (запись экрана с датой, «сухой кейс» с контекстом и условиями, процедура с 2 шагами).
- **Бюджетный дублёр**: если основного пруфа нет, что ставим временно (например, скрин «до/после» вместо длинного видео).
- **Атрибут «как проверим»**: KPI блока, где пруф стоит, и допустимое падение/рост.

**Чего избегаем:**

- абстрактных обещаний без процедуры;
- кейсов-«историй», где нет чисел/сроков/ограничений;
- чужих слов «лучший/уникальный», которые нельзя перевести в действие.

## 7) Регистр конфликтов (и способы решения)

Типовые конфликты и что делаем:

- **«Быстро vs. Безопасно»**. Решение: две дорожки оффера (пилот/стандарт) или честный trade-off + процедура контроля.
- **«Дёшево vs. С сопровождением»**. Решение: выделить поддержку в отдельный модуль, показать стоимость «непокупки» сопровождения.
- **«Сделайте за меня vs. Контроль у меня»**. Решение: гибкая схема ролей; в тексте — чек-лист «мы/вы», кнопка «самостоятельный старт» и «под ключ».
- **«Автономность vs. Зависимость от поставщика»**. Решение: формализованный «выход» (экспорт/передача прав/развёртывание локально) и явная процедура.

Для каждого конфликта в регистре фиксируем: **где в тексте признаём противоречие**, как разводим дорожки, какие пружины показываем, что тестируем.

## 8) Календарь тестов (как проверяем спорные «иглы»)

Волатильные или низкоуверенные инсайты отправляем в короткие тесты:

- **Срок:** 7–14 дней, чтобы не «зацементировать» ложный вывод.
- **Изменяем только один узел:** заголовок/первый абзац/блок цены/СТА/порядок демонстрации.
- **KPI:** CTR первого экрана, клики в СТА, заявки на демо/пилот, оплаченные заказы, возвраты.
- **Критерий остановки:** статистическая уверенность или отрыв  $\geq 20\%$  при сопоставимом трафике.
- **Решение по итогам:** инсайт повышается в приоритете/снижается/уходит в FAQ.

## 9) Словарь «диалекта» (как не потерять язык аудитории)

Для лидерных инсайтов фиксируем:

- **Слова узнавания боли:** реальные формулировки симптомов.
- **Маркеры результата:** как аудитория называет «первый свет» и «конечную картину».
- **Слова-опасности:** термины, которые выглядят как «витрина» или «замануха».
- **Формулы честности:** обороты, которые снижают напряжение («вот как мы это измеряем», «в двух шагах», «если не заходит, есть выход: ...»).

Этот словарь привязан к узлам цепи, чтобы авторы не пересаливали лид «нашими любимыми терминами».

## 10) Тепловая карта 2.0 (с «масками каналов»)

Расширяем карту из шага 2:

- **Строки:** типы инсайтов × категории (поведенческие, экономические, процедурные и т. д.).
- **Столбцы:** микросегменты × каналы (лонгрид, email, видео, презентация).
- **Ячейки:** сила влияния + подходящий формат (мини-демо, чек-лист, инфографика, «сухой кейс»).
- **Маски каналов:** подсвечиваем, какие инсайты теряют силу в коротких форматах и требуют «переносов» (например, длинная экономика — в PDF-приложение).

## 11) Процедурный контур обновления (как карта остаётся живой)

Каждые 2–4 недели (или после крупных тестов) выполняем цикл:

1. **Сбор фактов:** метрики по блокам, качественные отклики, результаты пилотов.
2. **Пересчёт приоритетов:** обновляем баллы, отмечаем «волатильность» после изменений в контексте.
3. **Ревизия конфликтов:** проверяем, не возникли ли новые противоречия.
4. **Корректировка словаря:** добавляем/удаляем маркеры речи.
5. **Протокол изменений:** что поднято/опущено, что переставлено в цепи, какие пруфы добавлены.

## 12) Чек-листы качества (быстрые проверки перед передачей в сборку)

Для приоритизации:

- [ ] В лид попали только инсайты с Impact  $\geq 4$  и Confidence  $\geq 3$ .
- [ ] На каждую «иглу» назначен обязательный пруф и место.
- [ ] Нет перегруза: один экран — одна доминанта.
- [ ] Экономика цены выражена в «альтернативной стоимости + время до ценности», а не в пустом «скидка до конца дня».
- [ ] Процедура риска записана в шагах, а не лозунгах.

Для сегментов:

- [ ] У каждой версии лида есть свой «диалект» и свой первый пруф.
- [ ] Выбраны 1–2 микросегмента-якоря (остальные получают общую версию).
- [ ] Конфликты разведены дорожками или trade-off-текстом.

Для тестов:

- [ ] Заведены 2–3 коротких A/B с ясными KPI.
- [ ] Решения по тестам вшиваются в карту, а не «живут в головах».

## 13) Частые провалы и профилактика

- **«Красивая карта, пустой лид».** Профилактика: правило «нет пруфа — нет лида».
- **«Список всего» вместо приоритетов.** Профилактика: жёсткая математика приоритета и ограничение «в лид — не более 2 инсайтов».
- **«Говорим нашим жаргоном».** Профилактика: словарь «диалекта» и A/B «их слова vs. наш язык».

- **«Смешиваем каналы».** Профилактика: маски каналов в тепловой карте, правило «длинная экономика — в приложение/презентацию».
- **«Нет процедуры выхода» при страхе зависимости.** Профилактика: обязательный процедурный блок в риск-реверсе.

## 14) Мини-библиотека готовых «узлов» на базе часто встречаемых инсайтов

**Узел «Первый свет ≤72 ч»:** Текст: «Через 72 часа вы увидите первый сдвиг: [какой именно]. Мы заранее показываем, где его искать: [экран/метрика].» Пруф: видео-демо 45 сек + скрин с датой. СТА: «Запустить мини-пилот на одном участке».

**Узел «Цена как следствие»:** Текст: «Если решать иначе, вы тратите [альтернативная стоимость] и ждёте [ТТФV]. Здесь — [наша стоимость] и первый сигнал — за [срок].» Пруф: расчёт альтернативы, методика подсчёта.

**Узел «Процедурная гарантия»:** Текст: «Если в первые [срок] не видите заявленный сигнал, напишите на [контакт] с темой [тема] — в ответ мы [действие 1] → [действие 2].» Пруф: шаблон письма, SLA, условия.

**Узел «Честный trade-off»:** Текст: «Быстро и идеально одновременно не бывает. Мы выбираем скорость старта — с контролем качества на мелких участках. Если нужно безупречно — путь длиннее: вот как он выглядит.» Пруф: две дорожки внедрения, сроки/ресурсы.

## 15) Как это кормит следующий шаг («Грамматика мостов»)

Когда приоритеты расставлены, «иглы» выбраны, роли инсайтов закреплены за узлами цепи, мы готовы к **шагу 4 — мостам**. На вход в мосты уходим с:

- матрицей «инсайт → узел → действие → пружина»,
- сценариями дорожек для 2–4 микросегментов,
- словарём «диалекта» для лидов/механизма/цены/риска,
- регистром конфликтов (где мост нужен особенно аккуратный),
- календарём тестов (чтобы строить «мосты» там, где идёт A/B).

Мосты свяжут «иглы» в **плавный причинный поток**: из узнавания — к объяснению — к демонстрации — к развязке — к действию.

## 16) Итог в одном абзаце

Шаг 3 превращает накопленные на шаге 2 инсайты в **систему принятия решений** для текста и оффера. Мы знаем, **какие смыслы** и **в каком месте** будут работать, **каким**

**пруфом** они подкрепляются, **какому сегменту** адресованы, **какой конфликт** нужно честно обозначить и **какие тесты** закрывают спорные места. На выходе — управляемая карта, которую можно «скормить» сборщику цепи и конструктору мостов без импровизации и споров «на вкус».

## Шаг 4. «Грамматика мостов»

Ниже — полный, практический стандарт того, **как связывать ступени причинной цепочки** так, чтобы читатель не терял нить, а внутренняя логика усиливала доверие и тягу к действию. «Мост» — это не просто слово-переход «а ещё...». Это **микро-операция смысла**, которая одновременно:

1. завершает текущую мысль;
2. подготавливает место для следующей;
3. создаёт ожидание и объясняет, **почему следующий блок неизбежен**.

### 1) Что такое «мост» и зачем он нужен

**Определение.** Мост — это 1–3 предложения (иногда заголовок+первое предложение), которые **обосновывают переход** от узла А к узлу Б в причинной цепочке: от боли к механизму, от механизма к демонстрации, от демонстрации к офферу, от оффера к цене, от цены к риску, от риска к СТА и т. д.

**Задачи моста:**

- **Когезия:** связать «что уже понято» с «что предстоит понять».
- **Снятие внутреннего вопроса:** «Зачем мне сейчас про это?»
- **Регулировка темпа:** дать мозгу «ступеньку», чтобы не споткнуться о скачок сложности.
- **Направление внимания:** показать, **на что именно смотреть** в следующем блоке.
- **Превенция возражений:** подсветить самое вероятное сомнение, прежде чем оно оформится.

**Результат правильного моста:** если прочитать только первые строки блоков (скан-линию), **сюжет собирается сам**, без редакторских «затычек» и повторов.

### 2) Карта переходов по всей причинной цепи

Ниже — сквозные пары «откуда → куда» и то, **какой тип моста** обычно работает лучше всего.

1. **Лид/хук → Проблема** Тип: *укрупнение контекста*. «Вы видите симптом — вот корневая ситуация, из которой он растёт».

2. **Проблема** → **Уникальная причина (UMP)** Тип: *фокусировка*. «Из множества причин выстреливает одна — именно она ломает попытки».
3. **UMP** → **Механизм решения (UMS)** Тип: *следствие/обратимость*. «Если ломается вот тут — чинить нужно вот так. Механизм прост: ...»
4. **UMS** → **Демонстрация/доказательство** Тип: *обещание проверки*. «Чтобы не верить на слово — смотрим, как это выглядит в реальности».
5. **Демо/пруф** → **Оффер** Тип: *сужение в действие*. «Раз вы видите, как это работает, вопрос один: как вам получить то же самое».
6. **Оффер** → **Цена** Тип: *экономика следствий*. «Цена — не в вакууме. Сравним со стоимостью альтернативы и скоростью первого результата».
7. **Цена** → **Риск-реверс (гарантия/процедура)** Тип: *снятие трения*. «Деньги — это ответственность. Вот как мы снимаем для вас риск».
8. **Риск** → **СТА (и микрошаг)** Тип: *минимизация шага*. «Первое действие — маленькое и обратимое. Делается так: ...»
9. **СТА** → **FAQ** Тип: *предвосхищение*. «Остались вопросы — вот короткие ответы на самые разумные сомнения».

### 3) 14 базовых функций моста (с формулами и шаблонами)

Каждая функция — это **намерение перехода**. Для удобства — короткие формулы и готовые фразы-носители.

#### 3.1. Завершение логического долга (closure)

- **Назначение:** закрыть обещание, данное выше, и показать, что «цикл завершён».
- **Формула:** «Мы обещали показать/доказать X. Вот X. Отсюда логично перейти к Y».
- **Шаблон:** «Мы начали с [симптома]. Теперь вы видите [факт/метрику]. Следующий вопрос — *как сделать это предсказуемым*».

#### 3.2. Причинность (cause → effect)

- **Назначение:** объяснить, почему следующая часть **не опция, а следствие**.
- **Формула:** «Поскольку A, неизбежно B».
- **Шаблон:** «Пока [ключевая причина] остаётся нетронутой, любые действия дают шум. Значит, мы первым делом меняем [звено], а не добавляем новый инструмент».

#### 3.3. Обратимость (if root cause → then fix)

- **Назначение:** связать «поломку» с «способом ремонта».

- **Формула:** «Ломается здесь → чиним таким движением».
- **Шаблон:** «Если провал возникает из-за [узкого места], то единственный стабильный способ — [операция] в [таком порядке]».

### 3.4. Переключение масштаба (zoom)

- **Назначение:** уйти с «высоты птичьего полёта» в практику или наоборот.
- **Формула:** «Сверху мы увидели X. Внизу это выглядит как Y».
- **Шаблон:** «На уровне принципа это просто: [1-фраза]. На уровне дня это — [чек-лист из 3 пунктов]».

### 3.5. От вопроса к процедуре (how)

- **Назначение:** превратить любопытство в понятную последовательность.
- **Формула:** «Чтобы получить X, делаем  $A \rightarrow B \rightarrow C$ . Сейчас — A».
- **Шаблон:** «Как это запускается на практике? В два шага: [шаг 1] и [шаг 2]. Сначала — [шаг 1]».

### 3.6. От возражения к демонстрации (skeptical → see)

- **Назначение:** погасить сомнение не спором, а показом.
- **Формула:** «Похоже на чудо → показываем как».
- **Шаблон:** «Если звучит слишком просто — хорошо. Смотрите 45-секундный фрагмент экрана: [что именно видно]».

### 3.7. От примера к правилу (example → rule)

- **Назначение:** обобщить кейс, чтобы читатель понял применимость.
- **Формула:** «Это не удача, это закономерность: когда A, тогда B».
- **Шаблон:** «Случай выглядит частным, но работает общий принцип: [правило]. Поэтому в сходных условиях получится то же».

### 3.8. От правила к примеру (rule → example)

- **Назначение:** заземлить теорию.
- **Формула:** «Принцип такой → вот как он живёт в реальности».
- **Шаблон:** «Правило одно: [правило]. Ниже — короткий отрезок из реальной сессии: [что видим]».

### 3.9. Снижение когнитивной нагрузки (pace)

- **Назначение:** «дать перевести дыхание» перед сложным узлом.
- **Формула:** «Суммируем в одну мысль → переходим к деталям».
- **Шаблон:** «Итого, нам важно три вещи: [список 1-2-3]. Дальше — самая короткая дорога к первому шагу».

### 3.10. Сегментация (fork)

- **Назначение:** развести пути для разных микросегментов без путаницы.
- **Формула:** «Если вы А — сюда; если В — сюда. Базовая логика одна».
- **Шаблон:** «Если делаете сами — смотрите следующий блок. Если нужен старт «под ключ» — листайте к разделу «Как стартуем»».

### 3.11. Экономическое следствие (value → price)

- **Назначение:** подвести к цене без «холодного душа».
- **Формула:** «Ценность проявилась тут → цена объясняется так».
- **Шаблон:** «Теперь, когда понятен первый измеримый результат и срок до него, цена — это вопрос справедливости, а не удачи. Считаем честно: ...»

### 3.12. Процедурная безопасность (risk → guarantee)

- **Назначение:** снять страх потерь конкретикой действий.
- **Формула:** «Риск есть → вот как мы его ограничиваем».
- **Шаблон:** «Чтобы вы не зависели от хорошего настроения поставщика, фиксируем простую процедуру: [шаг 1] → [шаг 2].»

### 3.13. Минимизация шага (CTA-micro)

- **Назначение:** сделать старт лёгким и обратимым.
- **Формула:** «Первое действие маленькое, контроль у вас».
- **Шаблон:** «Начните с пилота на одном участке — без предоплаты. Для этого нажмите [кнопка] и выберите «Пилот 7 дней»».

### 3.14. Предвосхищение вопросов (CTA → FAQ)

- **Назначение:** удержать импульс, не отпуская читателя в «гугл».
- **Формула:** «Топ-3 вопроса — короткие ответы здесь».
- **Шаблон:** «А если не подойдёт? Как отменить? Сколько часов займёт с вашей стороны? Ниже — по две строки на каждый вопрос».

## 4) Микро-синтаксис моста: как «звучит» связность

**Правило «данное → новое».** В первом предложении моста **повторите 3–5 ключевых слов** из предыдущего абзаца («данное»), а во втором — **введите 1–2 новых термина** следующего блока («новое»). Это делает связь ощутимой.

**Эхо-якоря.** Точное повторение одного ключевого слова в одинаковой форме (а не синонимов) резко повышает ощущение логики. Пример: «первый *сигнал* → где смотреть этот *сигнал*».

**Объём.** 1–3 предложения. Одно — когда переход очевиден и нужен импульс. Три — когда нужно закрыть возражение и назвать ориентиры следующего блока.

**Глаголы действия.** «Покажем», «посмотрим», «перейдём», «измерим», «запустим», «проверим». Они сигнализируют мозгу: **сейчас будет конкретика**.

## 5) Типовые мосты между ключевыми узлами (готовые формулы)

### 5.1. Лид → Проблема

- «Вы узнали свой симптом. Чтобы не лечить следствие, назовём *что именно его порождает* в обычном дне».
- «Любопытно — это хорошо. Теперь — честно о том, почему попытки дают шум и как это видно на цифрах».

### 5.2. Проблема → UMP

- «Причин много, но именно *эта* ломает даже хорошие попытки: она врезается в сам механизм».
- «Сейчас не про «всё сложно», а про одно место, где система всегда теряет силу».

### 5.3. UMP → UMS

- «Раз поломка здесь — чинить нужно так: поменять порядок шагов и место контроля. Механизм прост: ...»
- «Если убрать этот клин, остальное начинает работать на меньших усилиях. Как именно — на одном примере».

### 5.4. UMS → Демонстрация

- «Чтобы не спорить терминами, посмотрим живую картинку: куда нажимать, что видно и где тот самый первый сигнал».
- «Переходим из принципа в экран: 45 секунд — и вы увидите, как это выглядит в вашем дне».

### 5.5. Демонстрация → Оффер

- «Так это работает «на столе». Осталось ответить на простой вопрос: как вы получаете то же — без лишнего трения».
- «Если картинка понятна, дальше — короткий маршрут старта: роли, доступы, сроки».

## 5.6. Оффер → Цена

- «Цена не про «дорого/дёшево», а про альтернативную стоимость и время до первого результата. Сравним по-честному в двух цифрах».
- «Покажем, сколько стоит решить иначе — и через сколько проявится первый ощутимый эффект здесь».

## 5.7. Цена → Риск

- «Деньги — это ответственность. Вот как мы снимаем ваше переживание: простая процедура, где контроль у вас».
- «Чтобы не зависеть от обещаний, фиксируем «выход на случай если что»: два шага — и вы в безопасности».

## 5.8. Риск → СТА

- «Стартуем с маленького и обратимого шага. Никаких «входных билетов» — только короткий пилот на одном участке».
- «Дальше — кнопка и два поля. Внутри — инструкция, чтобы не потерять время».

## 5.9. СТА → FAQ

- «Если остались разумные вопросы, ниже — короткие ответы: «будет ли это для меня», «как отменить», «сколько часов»».
- «Ещё три частых сомнения — и как мы их решаем на практике».

# 6) Мост как «демпфер» возражений (3 наиболее частых)

### «Звучит слишком просто»

- «Хорошо, что звучит просто. В таких вещах простота — признак правильного места приложения усилий. Смотрите 45-секундный отрезок экрана — там всё видно без комментариев».

### «Это не про нас»

- «Честно: подходит не всем. Если у вас [исключение], лучше не начинать. Если же у вас [наш типовой контекст], картина будет такой: ...»

### «Цена кусается»

- «Дорого — по сравнению с чем? Посмотрим честно на альтернативу: сколько стоит решать иначе и когда вы увидите первый эффект. Потом покажем, почему наша цифра — следствие, а не фантазия».

## 7) Ошибки мостов и способы исправления

1. **Пустые слова-переключатели.** «А ещё...», «Кстати...» без логики. → Заменить на функцию (причинность/обратимость/экономика и т. п.).
2. **Смена темы без закрытия долга.** → Одним предложением верните обещание и покажите, что долг закрыт: «Мы обещали показать X — показали. Теперь Y».
3. **Слишком длинный мост (съедает энергию).** → Уложить в 2 предложения: первое — «данное» (эхо), второе — «новое» (ориентир).
4. **Уход в жаргон.** → Перевести в язык действий: «нажимаем/видим/считаем/получаем», убрать абстракции.
5. **Мост обещает одно, следующий блок делает другое.** → Сверить глаголы: если мост говорит «покажем», следующий блок обязан **показать**, а не «поговорить».

## 8) Контроль качества: 7 чек-пунктов перед сдачей

В каждом переходе есть **функция** (какая именно?).

Первое предложение моста повторяет **ключевые слова** прошлого абзаца.

Второе вводит **новые ориентиры** следующего блока.

Есть «демпферы» для трёх ожидаемых сомнений.

Мост к цене оформлен через **альтернативную стоимость/время до сигнала**.

Мост к риску описывает **процедуру** (2 шага), а не лозунг.

Мост к СТА **минимизирует шаг** и сохраняет чувство контроля у читателя.

## 9) Как строить мосты автоматически из «лестницы тезисов»

Алгоритм (8 шагов):

1. **Определите тип связи** между текущим тезисом и следующим (причина, пример, правило, процедура, цена, риск, шаг).
2. **Выберите функцию моста** из раздела 3 (например, «причинность»).
3. **Соберите «данное»** — 3–5 ключевых слов из текущего тезиса (без синонимов, точное эхо).

4. **Соберите «новое»** — 1–2 термина следующего узла (механизм, демонстрация, цена и т. п.).
5. **Выберите глагол действия** («смотрим/покажем/считаем/запускаем/проверим»).
6. **Соберите 1–2 предложения** по схемам в разделах 3 и 5.
7. **Вставьте микро-обещание** («45 секунд», «2 шага», «одна цифра»).
8. **Проверьте «скан-линию»:** если читать только первые строки абзацев — сюжет понятен?

## 10) Адаптация мостов по каналам

**Email:** короткие мосты (1–2 предложения), сильные глаголы, минимум терминов, один ориентир «что дальше». **Лендинг:** мост часто живёт в микролиде раздела/подзаголовке («Почему это важно», «Как это выглядит», «Сколько это стоит на самом деле»). **Видео:** мост = голос + титр. Озвучьте функцию («Сейчас вы увидите, где искать первый сигнал») и покажите это на экране. **Презентация:** мост — это **верхняя строка слайда** («Что делаем дальше»), а не сноски мелким шрифтом. **Цепочки писем:** первый мост в письме 2 обязан **эхом** повторить ключевое слово письма 1, иначе разорвётся сюжет.

## 11) «Фразы-гармошки» для экспресс-сборки

- «Именно это вы видите в [метрике/экране], поэтому дальше — [действие/узел]».
- «Суммируем в одну мысль и переходим к [следующий узел]».
- «Если [корневая причина], то единственная рабочая процедура — [UMS-движение]. Смотрим, как это выглядит».
- «Теперь честно про деньги: сравним альтернативу и время до первого сигнала».
- «Чтобы было безопасно, фиксируем простой выход: [шаг 1] → [шаг 2]».
- «Первый шаг маленький: [микро-СТА]. Остальные детали — ниже, в FAQ».

## 12) Полоска примеров (сквозной мини-маршрут)

**Лид** → **Проблема:** «Вы узнали свой симптом — плавающие сроки и редкие первые сигналы. Чтобы не лечить хвост, назовём корень: в текущем порядке шагов контроль появляется слишком поздно».

**Проблема** → **UMP:** «Причин называют десятки, но сбивает с толку одна: контроль результата подключается *после* действий, а не до них».

**UMP** → **UMS:** «Значит, переставляем акценты: сначала задаём место первого сигнала и только потом запускаем действия. Механизм простой: сигнал → действие, а не наоборот».

**UMS** → **Демо**: «Чтобы это было не теорией, смотрите короткий фрагмент экрана — где живёт первый сигнал и как его поймать за 72 часа».

**Демо** → **Оффер**: «Так это выглядит на практике. Дальше — как вам получить то же без лишнего трения: роли, доступы, сроки».

**Оффер** → **Цена**: «Цена не висит в воздухе. Сравним с альтернативой: сколько стоит идти «как обычно» и когда проявляется первый эффект в каждом варианте».

**Цена** → **Риск**: «Деньги — ответственность. Чтобы не зависеть от обещаний, фиксируем процедуру на случай «не заходит»: два шага — и вы в безопасности».

**Риск** → **СТА**: «Старт — маленький и обратимый: пилот на одном участке без предоплаты. Нажмите «Запустить пилот», выберите «7 дней» — остальное сделаем вместе».

**СТА** → **FAQ**: «Остались три разумных вопроса — «подойдёт ли это мне», «как отменить», «сколько часов»? Ниже — по две строки на каждый».

## 13) Мини-стандарт редактора (как проверять мосты глазами читателя)

- **Читатель должен догадаться о следующем блоке** ещё до его заголовка — по мосту.
- **Мосты нельзя переставить местами** без потери смысла — это тест на причинность.
- **Первый глагол следующего блока** должен *выполнить обещание моста* (если «покажем» — то картинка/цифры, если «посчитаем» — то формула/таблица).
- **Нет дважды одного и того же моста подряд.** Разные функции чередуются: причинность → демонстрация → экономика → безопасность → шаг.

## 14) Глоссарий рабочих терминов (внутренний, без жаргона)

- **Данное**: слова-эхо из предыдущего абзаца.
- **Новое**: ориентиры следующего блока.
- **Якорь**: слово, которое повторяется в идентичной форме (без синонимов).
- **Демпфер**: часть моста, которая гасит ожидаемое возражение.
- **Микро-СТА**: маленькое, обратимое действие (пилот, калькуляция, мини-демо).
- **Процедура**: последовательность из 2–3 шагов, которую можно выполнить без нас.

## 15) Вывод

«Грамматика мостов» превращает линейку тезисов в **движение**. Каждый переход выполняет **одну понятную функцию**, опирается на **якоря прошлого блока**, вводит **ориентиры следующего** и **обещает формат доказательства** (картинка, цифра, процедура). С такими мостами текст читается как **непрерывная причинная траектория** — от узнавания к действию, без провалов внимания и без ощущения, что автора «несёт».

## Шаг 5. «Паттерны лестниц»

Ниже — полный конструктор **типовых причинных «лестниц»** (скелетов из 7–18 ступеней, где каждая ступень = одна мысль → один эффект). Задача этого раздела: дать понятные **паттерны построения траектории убеждения** под разные ситуации — от «вообще не в теме» до «готов оплатить», от недорогих быстрых решений до дорогих и рискованных. Все паттерны совместимы с UMP (уникальная причина неудач), UMS (механизм решения), пруф-пакетом, возражениями, оффером, ценой, риском и СТА.

### 1) Что такое «паттерн лестницы» и зачем он нужен

**Определение.** Паттерн лестницы — это **заранее описанный маршрут** из блоков текста, где **каждый следующий шаг логически неизбежен** из предыдущего. Паттерн отвечает на вопросы:

- **С чего начать** (боль, механизм, демонстрация, история, экономика, тренд и т. п.);
- **Что показать дальше** (почему именно так, чем подтверждено, как запустить);
- **Где закрывать риск/цену и куда ставить СТА;**
- **Какой объём** (7–18 ступеней) и **какая скорость** (насколько плотные блоки).

**Зачем.** Без паттерна автор опирается на вкус и «чуйку» — тексты получаются нестабильные. Паттерн даёт **повторяемость результата**: ясный язык, системная причинность, предсказуемая конверсия.

### 2) Выбор паттерна: как определить нужный маршрут

Оцените 6 факторов и сопоставьте с картой ниже.

1. **Осведомлённость/готовность:** неосведомлён → видит проблему → знает про решения → знает про продукт → готов купить.
2. **Новизна решения:** привычное/понятное vs новое/неочевидное.
3. **Цена и риск:** малые/средние/высокие, и кто несёт последствия ошибки.
4. **Время до первого сигнала:** часы/дни/недели/месяцы.

5. **Степень недоверия рынку:** низкая/средняя/высокая (обещаний уже насмотрелись?).
6. **Формат контакта:** email/лендинг/видео/презентация/цепочка писем.

#### Карта выбора (коротко):

- **Неосведомлён + новизна высокая + риск средний/высокий** → «Проблема-сначала с корневой причиной» или «История-переосмысление».
- **Знает проблему, но не верит обещаниям** → «Демо-сначала» или «Экономика-сначала».
- **Рынок перегрет терминами** → «Механизм-сначала» (UMS-first).
- **Горячее ядро, нужна скорость** → «Оффер-сначала укороченный» (для прогретых списков/ретаргета).
- **Дорогой продукт с длинным циклом** → «Сравнение-категория» + «Экономика-сигналы» (ROI/альтернативная стоимость).
- **Высокое недоверие** → «Возражение-сначала» или «Соцдоказательство-сначала».

### 3) Паттерны (10 базовых маршрутов)

Каждый паттерн ниже — это **скелет**, который дальше наполняется UMP/UMS, пруфами, мостами, оффером и т. д. Формулировки ступеней заданы **функциями** (что делает этот шаг), а не слоганами.

#### Паттерн А. «Проблема-сначала с корневой причиной»

**Когда применять:** читатель расплывчато недоволен, не видит главной причины; решение новое или привычное, но используется неверно. **Цель:** навсегда «вшить» новую картину причинности.

##### Ступени:

1. Узнавание симптома (чётко, без оценок).
2. Сужение к главной задаче (какой результат действительно важен).
3. Название корневой причины (UMP) простым языком.
4. Микро-картина «как UMP ломает попытки» (причинная цепочка за 3 шага).
5. Переворот: «что меняется, если трогаем именно UMP».
6. Механизм решения (UMS) в 1–2 фразах.
7. Демо-вставка: как выглядит «первый сигнал», что именно увидим.
8. Соцдоказательство/кейс → обобщение в правило.
9. Оффер как логичное продолжение механизма («как получить то же»).
10. Цена как следствие (альтернативная стоимость/скорость до сигнала).
11. Риск-реверс (процедура 1–2 шага).
12. СТА + мягкий микрошаг.
13. FAQ (3–5 коротких ответов).

**Сильные стороны:** мощный сдвиг картины мира, хорош для холодной аудитории.

**Слабые:** требует аккуратной простоты языка и честных пруфов.

## **Паттерн В. «Механизм-сначала» (UMS-first)**

**Когда применять:** рынок устал от обещаний; нужен «умный якорь» — короткий принцип, который объясняет всё. **Цель:** показать «как устроено» и сделать все выводы следствием.

### **Ступени:**

1. Короткая формула механизма (UMS) — одна мысль.
2. Что было не так раньше (связка с UMP).
3. Как механизм меняет порядок шагов (до/после).
4. Демо: где живёт первый сигнал в новой логике.
5. Кейс/метрика → правило (не удача, а закономерность).
6. Оффер = способ применить механизм без трения.
7. Цена как функция скорости до сигнала.
8. Риск-реверс.
9. СТА + мягкая альтернатива.
10. FAQ.

**Сильные стороны:** быстрое доверие у рациональных читателей, легко адаптировать в презентации. **Слабые:** если UMS размыт или абстрактен — не взлетит.

## **Паттерн С. «Демо-сначала»**

**Когда применять:** высокий скепсис; можно показать «живую кнопку/экран/кусоч процедуры» за 30–90 сек. **Цель:** уйти от споров — показать, а потом назвать принципы.

### **Ступени:**

1. Микро-демо: «смотрите сюда, за N секунд произойдёт X».
2. Озвучивание «что именно вы увидели» (перевод из картинки в мысль).
3. Из картинки — в UMS (как это вообще работает).
4. Ссылка к UMP (почему раньше не получалось).
5. Соцдоказательство (ещё 1–2 коротких кадра/цифры).
6. Оффер: «как получить то же у себя».
7. Цена: справедливость через альтернативу и срок.
8. Риск-реверс.
9. СТА + микрошаг.
10. FAQ.

**Сильные стороны:** экономит внимание, быстро ломает «не верю». **Слабые:** если демо невозможно — лучше выбрать другой паттерн.

## Паттерн D. «История-переосмысление»

**Когда применять:** нужен эмоциональный мост и смена убеждений; продукт дорогой/сложный; важна роль автора/команды. **Цель:** через личный путь и «ошибки-инсайты» провести к UMP/UMS.

### Ступени:

1. Сцена боли/провала (узнаваемый момент).
2. Плохие попытки (2–3 заблуждения рынка).
3. Триггер событий (что заставило понять «всё не так»).
4. Обнаружение корневой причины (UMP).
5. Нахождение механизма (UMS).
6. Маленькая победа (первый сигнал в истории).
7. Обобщение → правило (это не частный случай).
8. Оффер (из истории в процедуру запуска).
9. Цена как следствие ценности (и альтернативной стоимости).
10. Риск-реверс.
11. СТА.
12. FAQ.

**Сильные стороны:** сильная вовлечённость, хорошо для презентаций/видео. **Слабые:** легко «пересладить» эмоциями; держите факты и метрики.

## Паттерн E. «Сравнение-категория» (пересборка поля решений)

**Когда применять:** много альтернатив, «вы такие же, как все»; нужно **создать полку** для нового решения. **Цель:** показать решётку критериев, по которой ваше решение — **другого класса**.

### Ступени:

1. Карта привычных путей (2–3 ветки, честно).
2. Критерии оценки (не более 4, все — про результат/риски).
3. Как привычные пути проваливаются по критериям.
4. Ваш класс решения и почему он другой (UMS-причина).
5. Демо «как это видно в деле».
6. Соцдоказательство/метрики.
7. Оффер (что внутри/как стартуем).
8. Цена: через справедливый якорь (альтернативная стоимость).
9. Риск-реверс (процедура).
10. СТА + FAQ.

**Сильные стороны:** взламывает «все одинаковые», полезен для дорогих решений.

**Слабые:** требует честного, простого языка; нельзя подтасовывать критерии.

## Паттерн F. «Возражение-сначала»

**Когда применять:** одно-два сомнения фактически блокируют покупку ещё до чтения; аудитория «обожглась» раньше. **Цель:** снять главный барьер первым и только затем раскрывать ценность.

### Ступени:

1. Озвучить главное возражение в лоб (тем же языком, без полемики).
2. Показать, откуда оно берётся (рынок/опыт, не «вина читателя»).
3. Пояснить, где в механике оно ломается (связка с UMP).
4. Демо/кейс: как это закрывается на практике.
5. UMS (почему теперь это не повторится).
6. Оффер (как запустить для себя).
7. Цена (справедливо/последовательно).
8. Риск-реверс (ещё раз снимаем страх).
9. СТА.
10. FAQ.

**Сильные стороны:** быстро строит доверие у «обожжённых». **Слабые:** нельзя обесценивать чужой опыт — только уважительный тон.

## Паттерн G. «Экономика-сначала» (сигналы/ROI)

**Когда применять:** рациональные ЛПР/комитеты; дорогие решения; измеримость результата важнее эмоции. **Цель:** сразу показать **экономику следствий** и «окно» первого сигнала.

### Ступени:

1. Базовая формула ценности (из чего складывается эффект).
2. Альтернативная стоимость привычного пути (время, деньги, риски).
3. Где появится первый измеримый сигнал и когда.
4. UMS (почему сигнал появляется так рано).
5. Демо/кейс/метрика.
6. Оффер: состав/роль/сроки.
7. Цена как следствие справедливой формулы.
8. Риск-реверс (процедура «если не взлетает»).
9. СТА (часто — «пилот/калькуляция»).
10. FAQ.

**Сильные стороны:** понятен финансистам и прагматикам; хорошо заходит в B2B. **Слабые:** без честной математики кажется манипуляцией.

## Паттерн H. «Возможность-сначала» (тренд/тайминг)

**Когда применять:** на рынок заходит окно возможностей/изменение среды; важно обосновать «почему сейчас». **Цель:** показать **переломный контекст**, затем — механизм, затем — быстрый старт.

**Ступени:**

1. Что изменилось в среде (факт, не прогноз).
2. Что это меняет в шансах/рисках конкретного читателя.
3. Какая ошибка произойдёт, если действовать «как раньше» (UMP).
4. UMS (новый порядок действий под новый контекст).
5. Демо первого сигнала.
6. Оффер: «как заскочить в окно» без лишнего трения.
7. Цена: пока окно открыто/честный якорь.
8. Риск-реверс.
9. СТА.
10. FAQ.

**Сильные стороны:** ускоряет решения; хорошо для запуска/релизов. **Слабые:** нельзя спекулировать на «срочности без причин».

## **Паттерн I. «Соцдоказательство-сначала»**

**Когда применять:** есть сильная база успехов/авторитетная среда, читатели доверяют «своим». **Цель:** показать, что «такие же как вы» уже получили результат, и **из этого** вывести механизм/оффер.

**Ступени:**

1. Парад коротких кейсов/свидетельств (склеенных одной мыслью).
2. Обобщение: «что общего» в их действии.
3. UMS (под капотом одно и то же).
4. Где живёт первый сигнал.
5. Оффер.
6. Цена как следствие.
7. Риск-реверс.
8. СТА.
9. FAQ.

**Сильные стороны:** мгновенный кредит доверия. **Слабые:** без аккуратной верификации пруфа легко вызвать цинизм.

## **Паттерн J. «FAQ-скелет» (для коротких циклов/ретаргета)**

**Когда применять:** прогретые аудитории, повторные касания, задача — **убрать трение**. **Цель:** превратить вопросы в порядок действий.

**Ступени:**

1. «Что это?» (1–2 фразы, без маркетинга).
2. «Для кого/когда не стоит» (честная отсечка).
3. «Как это работает» (UMS).
4. «Что я получу первым» (сигнал/срок).
5. «Сколько это стоит и почему так» (цена как следствие).
6. «Что, если не зайдёт» (риск-реверс).
7. «Как начать» (СТА + микрошаг).
8. Короткие кейсы (2–3 строки).
9. Ссылки/датчики следующего шага.

**Сильные стороны:** быстро; идеально для ремаркетинга/письма №2–3. **Слабые:** не годится для «холодных» и дорогих продаж без контекста.

## 4) Модули внутри ступеней: из чего собирать блоки

Любая ступень строится из 3 кирпичей:

1. **Данное (эхо):** 3–5 ключевых слов из предыдущего блока, чтобы мозг «зацепился» за уже понятное.
2. **Новое (суть):** одна идея этого шага, сформулированная как причина/следствие/процедура/сигнал.
3. **Ориентир (что дальше):** маленькое обещание — «что сейчас покажем/посчитаем/запустим».

Дополнительно: один **микро-пруф** (цифра, кадр, короткая цитата) — туда, где читатель ожидает сопротивление.

## 5) Соответствие паттернов уровням осведомлённости

- **Неосведомлён:** А («Проблема-сначала») или D («История-переосмысление»).
- **Понимает проблему:** А, В («Механизм-сначала»), С («Демо-сначала»).
- **Знает решения:** В, С, Е («Сравнение-категория»).
- **Знает продукт:** J («FAQ-скелет»), С (укороченный), I («Соцдоказательство-сначала»).
- **Готов купить:** J или укороченный «Оффер-сначала» (вариация В/С с быстрым СТА).

## 6) Как из брифа собрать лестницу за 30–60 минут

1. **Вытащите UMP/UMS** (если не готовы — сначала уточните их).
2. **Поставьте «точку первого сигнала»** (что и когда читатель увидит/получит).
3. **Выберите паттерн** по 6 факторам из раздела 2.

4. **Разметьте 9–13 ступеней** (короче для тёплых, длиннее для холодных/дорогих).
5. **В каждой ступени:** данное → новое → ориентир; при необходимости — микро-пруф.
6. **Вставьте мосты** (тип функции на каждый переход: причинность, экономическое следствие, процедура, демо, риск, СТА).
7. **Расставьте пружины и возражения** по ключевым точкам: где естественно «болит», там и показываем.
8. **Соберите оффер/цену/риск/СТА** на финальном отрезке (но не в один абзац — каждый со своей функцией).
9. **Проверьте скан-линию:** первые строки абзацев образуют сюжет без «и ещё...».
10. **Сократите повторы, оставьте ясные якоря** (термины в одинаковой форме).

## 7) Частые ошибки и как их чинить

1. **Смешение паттернов без причинности.** Решение: выбрать **один базовый маршрут** и вплетать элементы других только как модули (демо/экономика/история), не нарушая хребет.
2. **Длинные абстракции вместо демонстрации.** Решение: в каждой третьей-четвёртой ступени — **маленький показ** (экран/цифра/порядок действий).
3. **Цена «с потолка».** Решение: **альтернативная стоимость + время до сигнала.** Из этого — справедливая цена.
4. **Риск без процедуры.** Решение: гарантия всегда = **2 шага, кто что делает и в какой срок.**
5. **СТА «купи сейчас» без микрошагов.** Решение: добавить **мягкую вилку** (пилот/калькуляция/демо-слот).
6. **Переговоры с возражениями вместо демонстрации.** Решение: переводить сомнение в **процедуру/скрин/цифру.**
7. **Словесная каша терминов.** Решение: **якоря** — повторяем ключевые слова в одной форме, избегаем синонимов ради «красоты».

## 8) Управление длиной и темпом

- **7–9 ступеней:** тёплая аудитория, короткая цена/риск, быстрый сигнал (часы/дни).
- **10–13 ступеней:** холодные/средний чек/сигнал в 1–2 недели.
- **14–18 ступеней:** дорогие/комитетные решения, сигнал спустя недели/месяцы; нужны «Категория/Экономика/История» модули.

**Темп:** каждые 2–3 ступени — **замедляющий мост** («суммируем в одну мысль...»), далее — **ускоряющий мост** («смотрим на экране...»). Чередование удерживает внимание.

## 9) Распределение пруфов по паттерну

- **После UMP** — 1 микро-пример «как именно ломается».
- **После UMS** — 1 короткое демо «где живёт сигнал».
- **Перед ценой** — 1 экономический пруф (альтернатива/срок).
- **Перед СТА** — 1 процедурный пруф (как стартуем без трения).
- **В хвосте** — 2–3 мини-FAQ с фактами (не лозунги).

## 10) Адаптация паттернов под каналы

**Email:** 7–11 ступеней; мосты короткие; СТА = мягкая вилка; демо линком/гифом/скрином. **Лендинг:** каждая ступень = раздел с подзаголовком-мостом; пруфы визуализированы; цена/риск вынесены в отдельные блоки. **Видео:** «Демо-сначала» и «История-переосмысление» — фавориты; каждые ~30–60 секунд — «что вы сейчас увидели и почему это важно». **Презентация:** «Механизм-сначала» + «Экономика-сначала»; 1 слайд = 1 ступень; снизу — мини-мост «что дальше».

**Цепочки писем:** разбираем лестницу на 3–5 писем: 1) Проблема/UMP, 2) UMS/Демо, 3) Оффер/Цена, 4) Риск/СТА, 5) FAQ/соцдоказательство.

## 11) Мини-шаблоны генерации ступеней (заполнить по брифу)

- **[Проблема]:** «Вы видите [симптом] → он мешает [главная цель], потому что [UMP].»
- **[UMS]:** «Чтобы убрать это, меняем порядок: сначала [сигнал], потом [действие]. Это и есть [UMS].»
- **[Демо]:** «Смотрите: в [инструмент/процесс] это выглядит так: [что видно/что нажать/что проверить].»
- **[Кейс]:** «В похожем контексте [кто] получил [метрика] за [срок] — из-за [элемент UMS].»
- **[Оффер]:** «Чтобы запустить у вас, делаем [шаг 1/2/3], без [трение].»
- **[Цена]:** «Если идти как обычно — это стоит [альтернатива] и даёт сигнал через [срок]. Здесь — [цена] и сигнал через [срок].»
- **[Риск]:** «Если не заходит, у вас два действия: [процедура]. Никаких скрытых условий.»
- **[СТА]:** «Начните с [микрошаг] → получите [первый сигнал] в [срок].»

## 12) Проверочный чек-лист редактора паттерна

Паттерн соответствует уровню осведомлённости и риску.

UMP/UMS названы простыми словами (без жаргона).

«Первый сигнал» (что/где/когда) указан явно.

Пруфы стоят у «узких мест» (после UMS, перед ценой, перед СТА).

Цена объясняется альтернативой/сроком, а не лозунгом.

Риск — это **процедура**, а не обещание «мы хорошие».

СТА включает **микрошаг** и сохранение контроля за читателем.

Скан-линия (первые строки абзацев) собирает сюжет без дыр.

Мосты выполняют функции (причинность/экономика/процедура/демо/риск/СТА).

Нет «элегантных» синонимов вместо якорных терминов — слова повторяются в одной форме.

## 13) Быстрые рецепты под частые кейсы

- **Недорогой продукт, сильная конкуренция, «шум»:** С («Демо-сначала») или В («Механизм-сначала»), 7–9 ступеней, жёсткая чистка текста.
- **Премиум-чек, рынок обжётся:** F («Возражение-сначала») + E («Сравнение-категория») модульно, 12–15 ступеней.
- **Сложная технология, аудитория умная:** В («Механизм-сначала») + G («Экономика-сначала»), минимум эмоций, максимум сигналов/метрик.
- **Окно возможностей/запуск:** H («Возможность-сначала»), сильный reason-why, короткий СТА-пилот.
- **Ретаргет/теплая база:** J («FAQ-скелет») или «Оффер-сначала укороченный»: сразу состав, цена как следствие, риск, СТА.

## 14) Внутренний глоссарий (без брендов и школ)

- **Паттерн лестницы:** заранее описанный порядок ступеней убеждения.
- **Ступень:** один смысл → одно следствие → один микро-эффект чтения.
- **Скан-линия:** первые строки абзацев, прочитанные подряд.
- **Первый сигнал:** раннее проверяемое проявление ценности (что/где/когда видно).
- **Альтернативная стоимость:** цена привычного пути + время до сопоставимого сигнала.
- **Мягкая вилка:** два СТА — основной и обратимый (пилот/демо/калькуляция).

## 15) Итог

Паттерны лестниц — это **реперные маршруты**, которые превращают набор тезисов в предсказуемую траекторию убеждения. Правильный паттерн:

- стартует с **нужного входа** (боль, механизм, демо, история, экономика, возможность, возражение, соцдоказательство, FAQ);
- держит на виду **корневую причину** (UMP), **механизм решения** (UMS) и **первый сигнал** (что/где/когда);
- дозирует пруфы, честно объясняет **цену как следствие**, снимает риск процедурой;
- заканчивается **двойным СТА** (жёсткий + мягкий) и **коротким FAQ**.

С этими паттернами любая причинная «лестница» собирается быстро, читается легко и ведёт к действию без давления и фальши.

## Шаг 6. «Шаблоны микро-маршрутов»

Микро-маршрут — это **короткая причинная траектория из 3–7 предложений** (иногда 2–3 абзаца), которая решает **одну локальную задачу убеждения** внутри выбранной «лестницы» (см. Шаг 5) и ведёт читателя **от текущего состояния внимания к следующему смысловому узлу** без потерь энергии и доверия. Если «лестница» — это скелет повествования (7–18 ступеней), то микро-маршруты — это **мышцы и связки**, которыми ступени соединяются и внутри которых живут демо, пруфы, мини-процедуры, калькуляции, ответы на сомнения и лёгкие СТА.

Ниже — полный конструктор: принципы, каталог типовых микро-маршрутов, правила сборки, карты сопряжения с уровнями осведомлённости, ритм и длина, размещение пруфов, микро-СТА, адаптация по каналам, шаблоны, чек-листы и анти-паттерны.

### 1) Зачем нужны микро-маршруты и где они живут

**Функция.** Микро-маршрут:

- сжимает **одну мысль** → **одно следствие** → **один локальный эффект**;
- **перекодирует** абстрактное в видимое (показ → название → вывод);
- **переносит** читателя через «узкое место» (скепсис, путаница, перегруз фактов);
- **связывает** крупные ступени лестницы «мостами», но не дублирует их;
- **готовит** к следующему шагу (демо, цена, риск, СТА), снимая трение заранее.

**Где вставлять.** — в начале ступени (быстрый заход), — внутри (разрешить локальное сомнение), — в конце (подвести к следующему блоку/СТА).

### 2) Базовые принципы микро-маршрутов

1. **ДАННОЕ** → **НОВОЕ** → **ОРИЕНТИР**. Каждый микро-маршрут строится из трёх кирпичей: **Данное** (эхо из предыдущего абзаца, 3–7 слов) → **Новое** (одна

свежая причина/процедура/число) → **Ориентир** (что читатель увидит/сделает дальше: «сейчас покажу...», «на экране видно...», «через 2 шага...»).

2. **Один оптический фокус.** Никаких «и ещё». Один тип доказательства и один тип действия за раз.
3. **Ранний сигнал.** В каждом втором/третьем микро-маршруте обещайте **микро-сигнал** («что станет видно/понятно/подконтрольно уже на следующем шаге»).
4. **Демонстрация важнее описания.** Покажите маленький фрагмент реальности (экран, счёт, фрагмент процедуры) и только потом назовите принцип, из которого это следует.
5. **Справедливость тона.** Признавайте погрешности и ограничения. Где уместно — «если ... то ... если нет, то...». Это резко повышает доверие.
6. **Мини-ритм.** Внутри микро-маршрута чередуйте длину фраз: короткая (якорь) → средняя (суть) → короткая (ориентир). Для продвинутых читателей допускается вставка одной длинной фразы (расчёт/формула) между ними.

### 3) Каталог типовых микро-маршрутов (15 штук)

Каждый ниже — это **функция + структура + когда применять + где ставить пруф**.

#### М1. «Показ → Название → Вывод»

- **Функция:** перевести наблюдение в принцип.
- **Структура:** «Посмотрите на [элемент/кадр] → Это и есть [название явления] → Значит, дальше мы делаем [микро-действие].»
- **Когда:** скепсис к абстракциям, начало/середина ступени.
- **Пруф:** скрин/фото/цифра в первой фразе.

#### М2. «Симптом → Корневая причина → Механизм»

- **Функция:** выровнять понимание UMP/UMS на локальном участке.
- **Структура:** «Вы видите [симптом] → Он возникает из-за [корневая причина] → Исправляется через [механизм в одном действии].»
- **Когда:** холодные аудитории, вход в новую тему.
- **Пруф:** краткая причинная цепочка «А → В → С» в середине.

#### М3. «Старое vs Новое» (контраст процедуры)

- **Функция:** показать улучшение без нападок на читателя.
- **Структура:** «Раньше приходилось [3–5 слов] → Теперь достаточно [2 шага] → Поэтому [снижение трения/срока/риска].»
- **Когда:** переучивание, смена привычки.
- **Пруф:** мини-таймлайн/счётчик времени.

#### **М4. «Линза → Поле»**

- **Функция:** из частного — в общий принцип.
- **Структура:** «На этом фрагменте видно [частный закон] → Тот же закон работает в [2–3 контекста] → Поэтому мы используем его системно [дальше].»
- **Когда:** избежать обвинений в «частном случае».
- **Пруф:** два коротких «эхо-кейса» в одну строку.

#### **М5. «Дано → Формула → Результат» (микро-калькуляция)**

- **Функция:** рационализация ценности.
- **Структура:** «Есть [исходные данные] → Подставляем в простую формулу [что умножаем/делим] → Получаем [метрика/диапазон].»
- **Когда:** B2B/дорогие решения/комитеты.
- **Пруф:** единицы измерения + диапазон, не точечная цифра.

#### **М6. «Процедура 2 шага»**

- **Функция:** дать чувство управляемости.
- **Структура:** «Сначала [шаг 1: наблюдение/измерение] → Затем [шаг 2: действие] → Сигнал: [что станет видно].»
- **Когда:** перед СТА/пилотом/демо.
- **Пруф:** чек-лист 1–2 маркера (✓ / X).

#### **М7. «Проверка → Решение»**

- **Функция:** снять сомнение через самодиагностику.
- **Структура:** «Проверьте у себя [признак/файл/экран] → Если видите [сигнал], используйте [решение-микро] → Если нет, держим [альтернативу].»
- **Когда:** высокий скепсис, опыт «обжёгся».
- **Пруф:** конкретное место проверки («в отчёте/на вкладке/в договоре»).

#### **М8. «Кейс-крошка → Правило»**

- **Функция:** социализировать закономерность.
- **Структура:** «В похожей ситуации [кто/контекст] получил [сигнал/метрику] → Причина — [элемент механизма] → Вывод: [короткое правило].»
- **Когда:** после UMS, перед ценой/СТА.
- **Пруф:** одно число/одна дата/один скрин.

#### **М9. «Сомнение → Демонстрация → Нормализация»**

- **Функция:** снять барьер без спора.

- **Структура:** «Обычно возражают так: “[цитата]” → На экране/в процедуре видно, что [конкретный факт] → Это нормально: [ограничение/условие].»
- **Когда:** там, где ожидаемо «болит».
- **Пруф:** указка «смотрите правую панель/пункт 3 договора».

#### **М10. «Барьер → Упрощение → Следующий шаг»**

- **Функция:** расшить трение.
- **Структура:** «Тут обычно тормозят на [барьер] → Мы убираем его так: [упрощение/готовый элемент] → Дальше идём к [действию].»
- **Когда:** перед сложным блоком (цена/юридика/интеграции).
- **Пруф:** перечень готовых вещей (шаблон, миграция, сопровождение).

#### **М11. «Сигнал → Причина → Масштаб»**

- **Функция:** показать, что маленький эффект — часть большого.
- **Структура:** «Первым появится [ранний сигнал] → Он возникает, потому что [элемент механизма] → В масштабе это даёт [метрика/экономика].»
- **Когда:** мост между демо и ценой/ROI.
- **Пруф:** связь единиц (сигнал → KPI → деньги/время).

#### **М12. «Навигация по ролям/сценариям»**

- **Функция:** персонализировать без ветвления текста.
- **Структура:** «Если вы [роль/сегмент], начните с [микро-шаг А]; если вы [другая роль], начните с [микро-шаг В].»
- **Когда:** разнородные аудитории, один текст.
- **Пруф:** ссылка на соответствующий блок/раздел ниже.

#### **М13. «Экран-указка»**

- **Функция:** снять страх «я потеряюсь».
- **Структура:** «Откройте [интерфейс/раздел] → Вверху увидите [элемент] → Нажмите [кнопка] → Появится [результат].»
- **Когда:** демо-вперёд, инструкции по старту.
- **Пруф:** координаты (верх/лево/поиск по слову).

#### **М14. «Обратимость → Процедура»**

- **Функция:** вернуть контроль читателю.
- **Структура:** «Если вам не зайдёт, у вас два шага: [шаг 1], [шаг 2] → Срок: [N дней] → Денег/данных не потеряете, потому что [механизм возврата].»
- **Когда:** перед СТА/после цены.
- **Пруф:** чёткие сроки/канал связи/условия.

## **М15. «Причина → Следствие → Выбор»**

- **Функция:** перевести понимание в решение.
- **Структура:** «Потому что [причина из UMS], ожидаемо получаем [следствие/выгоду] → Сейчас логично сделать [микро-выбор: демо/пилот/звонок].»
- **Когда:** финиш ступени/малый СТА.
- **Пруф:** «что увидите за 15–30 минут/до конца недели».

## **4) Как собрать микро-маршрут: конструктор из 5 шагов**

1. **Назовите точку трения** (сомнение/путаница/переход).
2. **Выберите функцию** из каталога М1–М15.
3. **Определите сигнал** («что станет видно?») и **укажите место** («где именно?»).
4. **Соберите «данное → новое → ориентир»** (3 фразы) и добавьте **один пруф** (цифра/скрин/процедура).
5. **Поставьте мост** к следующей ступени: причинность/процедура/экономика/СТА (см. «Грамматика мостов» из Шага 4).

## **5) Сопоставление с уровнями осведомлённости**

- **Неосведомлён:** М2 (симптом→причина), М3 (старое→новое), М4 (линза→поле).
- **Знает проблему:** М1 (показ→название), М9 (сомнение→демо), М6 (процедура 2 шага).
- **Знает решения:** М5 (калькуляция), М11 (сигнал→масштаб), М8 (кейс-крошка).
- **Знает продукт:** М13 (экран-указка), М12 (навигация), М14 (обратимость).
- **Готов купить:** М10 (снять барьер), М15 (причина→выбор), М6 (процедура 2 шага).

## **6) Ритм, длина, дыхание**

- **Базовый ритм:** 3 фразы: 8–12 слов → 14–20 слов → 6–10 слов.
- **Для сложной мысли:** допускается 4-я фраза с формулой/диапазоном.
- **Скан-линия внутри блока:** первые 3–5 слов каждой фразы читаются подряд и дают смысл без остального текста.
- **Слова-якоря:** повторяйте ключевые термины в одной форме (не украшайте синонимами).
- **Паузы:** каждый второй микро-маршрут завершайте пустой строкой — это «микро-вдох».

## 7) Где и какие пружины ставить

- После утверждения механики (UMS) — показ/скрин (M1/M13).
- Перед ценой — калькуляция/диапазон (M5/M11).
- На возражении — процедура/чек (M7/M10).
- Перед СТА — обратимость (M14) + «первый сигнал когда/где» (M6/M11).

**Правило простоты:** один пружин = один формат. Не лепите в один микро-маршрут картинку + таблицу + цитату.

## 8) Микро-СТА и «мягкая вилка»

Микро-СТА — небольшое действие, которое **не требует сразу денег/времени/комитетов**, но даёт **осознаваемый сигнал**.

- **Варианты:** «получить демо-сигнал», «сделать самопроверку», «прислать файл/скрин», «назначить 15-минутный слот», «получить калькуляцию в 1 шаг».
- **Вилка:** «Готовы сразу — [основной СТА]; хотите мягко — [микрошаг]».
- **Структура:** «Сделайте [одно действие] → За [срок] увидите [сигнал] → Если не увидите — [обратимость по M14].»

## 9) Сопряжение с паттернами «лестниц» (Шаг 5)

- **Проблема-сначала:** M2, M3, M4 в начале; M8, M11 перед ценой; M14/M15 к финишу.
- **Механизм-сначала:** M1, M5, M11; переходы через M6; финиш M14-M15.
- **Демо-сначала:** M1, M13, M6; затем M2/M11; закрытие M14-M15.
- **История-переосмысление:** M4 (линза), M8 (кейс-крошка), M2 (симптом→причина), финал M10-M15.
- **Сравнение-категория:** M3 (старое→новое), M5 (калькуляция), M11 (масштаб), M10 (снять барьер).
- **Возражение-сначала:** M9-M7-M6 связкой; перед СТА — M14.
- **Экономика-сначала:** M5-M11 в теле; M10 перед ценой; M14-M15 в конце.
- **Возможность-сначала:** M3 (контекст), M2 (ошибка прошлого), M1/M6 (быстрый старт), M14-M15 (решимость).
- **Соцдоказательство-сначала:** M8-M4-M1; дальше M6; закрытие M14.
- **FAQ-скелет:** M12 (навигация), M6 (шаги), M14 (риск), M15 (выбор).

## 10) Адаптация по каналам

- **Email:** 2–4 микро-маршрута на письмо. Каждый заканчивается либо демо-линком, либо мягким СТА.

- **Лендинг:** 1 секция = 1 микро-маршрут. Пруф визуализируем. Сверху — скан-строка (подзаголовок = «данное»).
- **Видео/вебинар:** M1/M13 в первые 60 секунд. Каждые 90 секунд — M6 (что сейчас сделать/посмотреть).
- **Презентация:** 1 слайд = M-маршрут. Низ слайда — «что дальше» (ориентир).
- **Цепочки писем:** разбивайте «лестницу» так, чтобы в каждом письме был хотя бы один M6 или M14 (действие/обратимость).

## 11) Шаблоны (заготовки под подстановку)

**Шаблон S1 — «Показ → Название → Вывод»** «Сейчас на [где] видите [что именно]. Это и есть [название явления простыми словами]. Дальше делаем [микро-действие], чтобы получить [какой сигнал и когда].»

**Шаблон S2 — «Симптом → Причина → Механизм»** «Если у вас [симптом], корневая причина обычно в [простое объяснение]. Решается это через [механизм], потому что тогда [короткая причинность].»

**Шаблон S3 — «Дано → Формула → Результат»** «Дано: [исходные данные/диапазон]. Подставляем в [простую формулу/правило]. Получаем [результат/диапазон] — это и есть ваш ранний сигнал ценности.»

**Шаблон S4 — «Процедура 2 шага»** «Шаг 1: [наблюдение/измерение, где]. Шаг 2: [действие, как]. Сигнал: [что увидите] в течение [срок].»

**Шаблон S5 — «Сомнение → Демонстрация → Нормализация»** «Чаше всего сомневаются так: “[типичный тезис]”. В реальности, когда вы [конкретный показ], видно, что [факт]. Это ожидаемо: [границы применимости], поэтому идём к [следующий шаг].»

**Шаблон S6 — «Обратимость → Процедура»** «Если не зайдёт, у вас два шага: [шаг 1], [шаг 2]. Срок — [N дней], канал — [контакт]. Деньги/данные не рискуются: [механизм возврата/отмены].»

**Шаблон S7 — «Навигация»** «Если вы [сегмент А] — начните с [микро-шаг А]. Если вы [сегмент Б] — с [микро-шаг Б]. Оба пути сходятся в [следующий общий блок].»

## 12) Чек-лист качества микро-маршрута

Одна мысль → одно следствие → один локальный эффект.

Есть «данное → новое → ориентир».

Указан **ранний сигнал**: что/где/когда видно.

Ровно **один пруж** и он простой.

Формулировки без жаргона; ключевые слова повторяются в одной форме.

Конец блока — **мост** (причинность/процедура/экономика/СТА).

При необходимости — «обратимость» сформулирована процедурой (2 шага, срок).

Скан-линия трёх фраз читается как мини-сюжет.

## 13) Анти-паттерны (чего избегать)

1. **«Комбо-пруф»:** картинка + таблица + цитата в одном абзаце. Ломает фокус.
2. **«Лестница в лестнице»:** попытка уместить 3–4 смысла в один микро-маршрут.
3. **«Пустой вывод»:** «значит, это важно» без показанного эффекта.
4. **«Бесконечная процедура»:** 5+ шагов без раннего сигнала. Дробите на два М-маршрута.
5. **«Словесная защита»:** спор с возражением без показа (меняйте на М9/М7).
6. **«Цена из воздуха»:** цифра без альтернативной стоимости или срока до сигнала (лечится М5/М11).

## 14) Быстрые рецепты под типовые узкие места

- **Нужно быстро повернуть к демо:** М1 → М13 → М6 (показ→указка→2 шага).
- **Нужно подвести к цене без сопротивления:** М11 → М5 (сигнал→масштаб→калькуляция).
- **Нужно снять главный страх:** М9 → М14 (возражение→обратимость).
- **Нужно перевести интерес в действие:** М6 → М15 (процедура 2 шага → выбор).
- **Нужно развести сегменты:** М12 → два параллельных М6 под каждый.

## 15) Итог

Микро-маршруты — это **рабочие единицы убеждения**. Они превращают крупные ступени в **последовательность маленьких побед понимания**. В каждом — одна мысль, один пружин, один ориентир. Собирая текст как чередование таких модулей, вы:

- удерживаете внимание без «продавливания»;
- переводите абстракции в наблюдаемые сигналы;
- снимаете возражения процедурой, а не риторикой;
- честно объясняете цену как функцию времени и альтернативы;
- даёте читателю контроль через обратимость и мягкие шаги.

Эта база — полный набор для быстрой сборки локальной логики в любом паттерне «лестницы» и для любой аудитории — от холодной до готовой к оплате.

# Шаг 7. «Карточки гипотез (MVP)»

**Задача шага.** Превратить разрозненные идеи о том, «что сработает», в короткие, проверяемые гипотезы с понятным сигналом результата, минимальной демонстрацией и ясными порогами принятия решения. На выходе — набор карточек, каждая из которых описывает один смысловой риск и план его быстрой проверки. Карточки питают выбор цепи, лестницу тезисов, пруф-план, оффер и СТА, поэтому формулируются так, чтобы их можно было прямо вшить в текст, лендинг, письмо, объявление, сценарий видео или разговор на созвоне.

## 1) Что такое «карточка гипотезы» и почему без неё расползается смысл

**Карточка гипотезы** — это один лист с четырьмя опорами:

1. **Что проверяем.** Конкретное убеждение, формулируемое как причина-следствие.
2. **Как покажем.** Минимальная демонстрация: кусок интерфейса, абзац текста, короткое видео, фрагмент разговора, одна формула цены, маленькая процедура.
3. **Что посчитаем.** Ранний сигнал (что станет видно быстро) и порог «годится/нет».
4. **Что решим.** Что именно изменим в цепи смыслов и в оффере, если гипотеза подтвердится или провалится.

Без карточки команда спорит абстракциями («это не считывается», «тон продающий», «дорого»). Карточка переводит всё в наблюдаемые вещи: «в первой трети экрана показываем ранний сигнал — расписание слотов, за 10 секунд человек видит доступное окно. Если доля тех, кто кликает на слот, выше 6% от всех посетителей, оставляем показ вверху».

## 2) Виды гипотез: где чаще всего прячется риск

Гипотезы не ограничиваются текстом. Они покрывают весь путь убеждения:

- **Суть предложения.** Что именно считаем главной выгодой: скорость, стабильность, экономия, предсказуемость, снижение риска, рост дохода.
- **Первопричина прошлых неудач.** Какая скрытая причина мешала раньше: неверная последовательность действий, неверная единица измерения успеха, узкое горлышко в процессе, ложный критерий качества.
- **Механизм решения.** Что «под капотом» меняет исход: автоматизация, предварительная нормализация данных, шаблоны, контрольные точки, обратная связь в реальном времени.

- **Порядок подачи.** Что показывать в первых 30–60 сек: демо, выгоду, причину, историю.
- **Доказательства.** Что убедительнее для этой аудитории: числа, процедура, краткая история, независимая проверка, сравнение «до/после».
- **Цена и справедливость.** Какая рамка справедливой цены считается: якорь на альтернативных затратах, поэтапная оплата, тестовый пакет.
- **Риск и обратимость.** Какая гарантия снижает страх: «сначала попробуй», «легкий выход», «возврат за N дней», «контрольная точка перед оплатой».
- **Призыв к действию.** Что проще сделать первым шагом: демо-слот, самопроверка, быстрая калькуляция, пробный файл, заявка без предоплаты.
- **Канал и формат.** Где и как это «садится»: один экран лендинга, короткое письмо, карточка объявления, 30-секундное видео, первый слайд презентации, речь менеджера.
- **Роли и сегменты.** Кто принимает решение и какая подача для него: руководитель, практик, закупщик, финансы; малый бизнес/средний/корпорация; новая ниша/опытные.

### 3) Как формулировать гипотезу, чтобы её можно было проверить за неделю

Правила ясной гипотезы:

1. **Один риск — одна карточка.** Не смешиваем «обещание + цена + гарантия».
2. **Наблюдаемость.** В формулировке есть «где и что увидим»: «в верхнем экране»; «в первом письме»; «на 2-й минуте видео»; «на первом звонке».
3. **Ранний сигнал.** Смотрим то, что видно быстро: клики, заявки, ответы, брони слотов, прохождение до конца формы, реплай на письмо, удержание на ключевом блоке, доля просмотров до контрольного таймкода.
4. **Порог.** «Если выше/ниже N — принимаем/отклоняем». Порог задаём честно, на основе здравого смысла и прошлых референсов: к примеру, «клик на СТА первого экрана  $\geq 2,5\%$  от сеансов»; «ответ на письмо  $\geq 3\%$  от открытий»; «просмотр до таймкода  $\geq 35\%$ ».
5. **Обратимость.** Что делаем, если гипотеза не проходит порог: возвращаем старую версию, меняем место блока, упрощаем формулировку, убираем лишний пруф.
6. **Время и охват.** Всегда вписываем срок проверки и минимальный объём данных: «3–5 дней и не меньше ста кликов на экран»; «не меньше 30 живых разговоров»; «не меньше 200 открытий письма».
7. **Чистота.** Меняем одну вещь за раз. Если изменили и заголовок, и картинку, и кнопку — результат неинтерпретируем.

Шаблон фразы для формулировки (без переменных и скобок): «Если в первом экране сразу показать короткое видео, где рука делает два шага и возникает первый

результат, то доля переходов к выбору слота вырастет как минимум до шести процентов от всех посетителей. Проверяем за четыре дня, показываем трафик из двух источников, остальной экран не меняем».

## 4) Шаблон карточки гипотезы (MVP)

**Название.** Коротко и по делу: «Видео-демо вверху», «Гарантия в два шага», «Калькуляция до СТА». **Цель проверки.** Какое ключевое убеждение хотим подтвердить или опровергнуть. **Контекст аудитории.** Кто читает/смотрит и в каком состоянии: холодный трафик, возвращающиеся, подписчики, тёплая рассылка, участники вебинара. **Смысл, который ставим на кон.** Что человек должен понять/почувствовать после блока: «это контролируемо», «это честно по цене», «это реально у меня заработает», «это быстро даст первый сигнал». **Мини-демо/показ.** Что именно показываем: экран, процедура, история на пол-абзаца, счётчик времени, калькуляция на салфетке. **Доказательство.** Один формат: число, скрин, чек-лист, короткая цитата, сравнение. **Призыв к действию.** Один шаг, максимально лёгкий: «выбрать слот», «получить файл-пример», «получить расчёт», «написать ответное письмо». **Ранний сигнал и порог.** Что считаем и какой минимум/максимум принимаем как успех. **Ограничения и риски.** Где может не сработать: мобильные, медленный интернет, особые сегменты, юридические барьеры. **Ресурсы.** Кто делает и сколько часов/денег нужно. **Срок.** Сколько дней длится проверка. **Решение по итогам.** «Закрепить в мастер-цепи», «переписать формулировку», «перенести блок ниже», «отказаться», «отложить до следующего этапа».

## 5) Ранние сигналы: что смотреть и какие пороги разумны

**Для первого экрана лендинга:** — клик по основному призыву; — переход к блоку выбора слота; — свёртка/развёртка элемента; — прокрутка до первого пружа. Разумные пороги: клик по призыву 2–5% от сеансов; переход к слоту 5–8%; докрут до пружа 50%+.

**Для письма:** — клики из первых двух абзацев; — реплай на вопрос-приглашение; — переход к простому действию без оплаты. Пороги: клик  $\geq$  3–7% от открытий; реплай  $\geq$  1–3%.

**Для видео:** — досмотры до таймкода, где виден первый результат; — клики по ссылке под видео; — заявки после просмотра. Пороги: просмотр до ключевого момента  $\geq$  30–40%; клик  $\geq$  1–3% от просмотров.

**Для разговоров/звонков:** — доля разговоров, где человек сам произносит «давайте попробуем/покажите»; — согласие на пилот за один звонок; — повторные вопросы про цену уже после демонстрации. Порог: согласие на пилот у 20–30% релевантных разговоров — хороший ранний сигнал.

**Для цены и гарантий:** — завершение формы оплаты до последнего шага; — клики «подробнее о гарантии»; — отказники, которые указывают причину «дорого» до/после добавления якоря. Порог: падение отказов «дорого» минимум на 15–25% после введения справедливой рамки.

## 6) Минимальные демонстрации: чем «показывать», а не «рассказывать»

- **Кусок интерфейса** с пальцем/курсорной подсветкой: два простых действия → появление результата.
- **Снимок процесса** до и после одного шага: было 13 действий → стало 3.
- **Быстрый расчёт:** исходные данные → простая формула → диапазон результата.
- **Микро-история** на 3–4 строки: контекст → поворот → результат → вывод, без эпоса.
- **Контрольная точка:** «через 24 часа увидите в кабинете вот этот индикатор».
- **Обратимость** в два шага: куда писать/куда нажимать/срок.

Главное: **один фокус, один сигнал, один формат пружа.**

## 7) Библиотека готовых гипотез (по блокам)

Ниже — готовые формулировки, которые можно брать как есть и адаптировать к конкретному продукту/нише. Каждая гипотеза — про один смысл, с демонстрацией и порогом.

### 7.1. Первые 30–60 секунд (что показывать в начале)

**H-01. Демо в первом экране.** Если в самом верху показать короткое видео на 20–30 секунд, где рука выполняет два простых действия и появляется первый результат, то доля переходов к выбору слота вырастет до шести процентов от всех посетителей. Проверяем четыре дня, трафик распределяем поровну. Если рост ниже двух процентов пунктов — оставляем статичную обложку и переносим видео ниже.

**H-02. Сигнал вместо лозунга.** Если вместо общей фразы в заголовке написать конкретный первый сигнал («через 10 минут у вас будет готов этот файл/этот индикатор загорится зелёным»), то клик по призыву вырастет до трёх процентов от сеансов. Если прироста нет, оставляем эмоциональный вариант и усиливаем его пружом ниже.

**H-03. Причина перед обещанием.** Если в подзаголовке за 12–16 слов объяснить корневую причину прошлых неудач и сразу указать, как она обходится, то докрут до пружа вырастет до шестидесяти процентов. Иначе — переставляем местами обещание и причину.

## 7.2. Пруфы (что убеждает именно эту аудиторию)

**Н-04. Процедура вместо цитаты.** Если на возражение показывать пошаговую процедуру на три точки, а не чужую цитату, то доля заявок после этого блока вырастет на двадцать процентов относительно контрольной версии. Если эффект отрицательный — возвращаем цитату и добавляем к ней место проверки.

**Н-05. Число-диапазон вместо «в среднем».** Если заменить «в среднем» на «диапазон в реальности» с единицами измерения, то доверие к цифрам (клики «подробнее») вырастет до десяти процентов просмотров. Нет — остаёмся на историях.

**Н-06. Кейс-крошка вместо длинной истории.** Если вместо большого рассказа дать две строки контекста и одну строку результата, то просмотр до кнопки вырастет до сорока процентов. Если падает — возвращаем историю в блок ниже.

## 7.3. Цена и справедливость

**Н-07. Цена как следствие.** Если перед ценой объяснить альтернативные затраты времени/рисков и показать простой расчёт, то клики «перейти к оплате» вырастут до трёх процентов. Если нет — переносим расчёт после цены и добавляем тестовый пакет.

**Н-08. Тестовый пакет.** Если предложить маленький пакет без постоянной подписки с понятным результатом и сроком, то число оплат за первую неделю превысит десять процентов от всех заявок. Иначе — оставляем единую цену и делаем упор на обратимость.

## 7.4. Риск и обратимость

**Н-09. Обратимость в два шага.** Если описать возврат или простой выход двумя шагами с точным сроком и каналом связи, то клики по СТА вырастут на полтора процентных пункта. Нет — прячем гарантию в FAQ, а в основном блоке оставляем только контрольную точку.

**Н-10. Контрольная точка до оплаты.** Если предложить бесплатную контрольную точку с конкретным сигналом («появится такой файл/появится такой индикатор»), то брони слотов вырастут до восьми процентов. Если не растёт — усиливаем видео-демо.

## 7.5. Призыв к действию и первый шаг

**Н-11. Мягкая вилка.** Если рядом с основным призывом добавить мягкий шаг («получить пример/сделать самопроверку») и не менять остальной текст, то суммарная доля кликов по двум кнопкам вырастет до четырёх процентов. Если мягкий шаг отбирает клики у основного без роста суммарно — убираем мягкий, переносим его ниже.

**Н-12. СТА как процедура.** Если вместо «Оставить заявку» указать конкретную мини-процедуру («выберите время, загрузите файл, получите в ответ готовый пример»), то клики вырастут до трёх процентов. Нет — возвращаем краткую форму, а процедуру переносим в следующий блок.

## 7.6. Порядок подачи

**Н-13. Демо-сначала против истории-сначала.** Если начать с демонстрации и только затем дать историю, то просмотр до цены вырастет до сорока пяти процентов. Если наоборот — оставляем историю-сначала, но добавляем ранний сигнал в заголовок.

**Н-14. Возражение-сначала.** Если сразу после первого экрана вынести главный страх и показать, как он снимается, то прокрутка до СТА вырастет до шестидесяти процентов. Если нет — возвращаем страх в блок цены.

## 7.7. Каналы и форматы

**Н-15. Короткое письмо вместо длинного.** Если письмо с тремя абзацами и одним вопросом даёт клики от открытий выше пяти процентов, оставляем короткий формат. Если ниже — возвращаем длинный формат с обучающей вставкой.

**Н-16. Одно объявление — одна мысль.** Если в карточке объявления оставить одну мысль и один сигнал, то CTR поднимется до полутора процентов на холодном трафике. Если ниже — тестируем другой сигнал, а не добавление второй мысли.

## 7.8. Роли и сегменты

**Н-17. Два входа по ролям.** Если дать навигацию «для практиков/для руководителей» двумя равными кнопками и не менять общий текст, то суммарная глубина просмотра вырастет до пятидесяти процентов. Если нет — оставляем один вход и делаем персонализацию позже.

**Н-18. Отраслевой пример.** Если в первом экране заменить общий пример отраслевым, то клики у аудитории этой отрасли вырастут вдвое без падения у остальных. Если общий CTR падает — возвращаем универсальный пример и переносим отраслевой ниже.

# 8) Приоритизация: что тестировать сначала

Порядок простой: **влияние → усилия → уверенность.**

- **Высокое влияние, низкие усилия, низкая уверенность:** делать сразу. Это обычно заголовок, первый экран, ранний сигнал, форма СТА, гарантия в два шага.
- **Высокое влияние, средние усилия, средняя уверенность:** вторая очередь. Это порядок подачи, перенос пруфов, выбор типа демонстрации.

- **Среднее влияние, высокие усилия:** только если предыдущие подтвердили потенциал. Это новые страницы, многошаговые анкеты, сложные интеграции.

В карточке ставим оценку по каждому из трёх критериев «низко/средне/высоко» и фиксируем очередность.

## 9) Конвейер проверки: как не утонуть в параллели

- **Ограничение параллели:** не больше двух активных гипотез на один и тот же KPI. Иначе эффекты смешаются.
- **Окно проверки:** одна неделя — базовый ритм. Исключения — низкий трафик, тогда считаем не по дням, а по объёму данных.
- **Единая схема именования:** дата-канал-ключевой смысл («2408-LP-ранний-сигнал-вверх»).
- **Единый журнал решений:** карточка не считается закрытой, пока в журнал не занесено: «принято/отклонено/отложено» и «что меняем в мастер-цепи».

## 10) Что делать при малом трафике

- **Сдвинуть измерение ближе к действию.** Вместо клика по кнопке — согласие на короткий звонок с календарём; вместо оплаты — загрузка файла для примера.
- **Свести шум.** Убрать все конкурирующие кнопки и элементы на время проверки.
- **Увеличить контраст.** Менять не оттенок формулировки, а сам тип подачи: видео против статической обложки; процедура против цитаты.
- **Переход на разговоры.** Если цифровых сигналов мало, делаем 20–30 коротких разговоров по одинаковому скрипту и считаем согласия/отказы по одному вопросу.

## 11) Как принимать решение по итогам

В каждой карточке в конце есть «Вилка решений»:

- **Закрепить.** Порог достигнут или перевыполнен, эффект стабилен — переносим в рабочую версию текста/лендинга/скрипта.
- **Уточнить.** Порог почти достигнут, но видны узкие места — переформулируем одну фразу или меняем место блока.
- **Отложить.** Эффект неоднозначный, мало данных — повторить позже на другом канале.
- **Отклонить.** Эффект отрицательный/нулевой при достаточном объёме данных — фиксируем вывод, чтобы не возвращаться.

После решения обновляем: выбранную цепь, лестницу тезисов, пруф-карту, оффер, цену, гарантию, СТА. Это обязательный шаг, иначе испытанные находки не попадают в финальный текст.

## 12) Чек-лист качества карточки

Название отражает проверяемый смысл, а не формат («ранний сигнал вверху», а не «видео»).

В формулировке есть место наблюдения («где именно увидим»).

Демонстрация минимальна и конкретна (один фрагмент реальности).

Один тип пруфа.

Порог успеха указан числом/диапазоном.

Срок и объём данных указаны.

Принцип «одна переменная» соблюден.

Решение «что изменим в мастер-цепи» прописано заранее.

## 13) Анти-паттерны

1. **«Красиво, но без сигнала».** Видео или история без точки, где «что-то стало видно».
2. **«Три изменения сразу».** Заголовок, картинка и кнопка поменялись одновременно.
3. **«Вечная проверка».** Недели идут, объём данных не определён; карточка не закрывается.
4. **«Рулетка с порогами».** Порог подгоняется задним числом под получившийся результат.
5. **«Непризнание провала».** «Не сработало, но нам нравится» — верный способ тащить балласт в финальный текст.

## 14) Примеры полностью заполненных карточек (обезличенные)

**Карточка А. «Ранний сигнал в первом экране»** Цель проверки: доказать, что конкретный первый результат вверху экрана увеличивает переход к следующему действию. Контекст аудитории: холодные визиты из рекламы, мобильные и десктоп вперемешку. Смысл: «это управляемо и результат виден сразу». Мини-демо: видео на 25 секунд: два шага → появляется готовый элемент; на видео есть счётчик времени. Доказательство: подпись «получается за 25 секунд» и пиктограмма результата.

Призыв: «Выбрать время на короткий показ». Сигнал и порог: клик по кнопке от всех визитов — не ниже трёх процентов в течение пяти дней и не меньше ста кликов на кнопку суммарно. Ограничения: часть трафика без звука — добавлен субтитр; медленный интернет — запасная статичная обложка. Ресурсы: 6 часов на запись и вёрстку. Срок: 5 дней. Решение: при успехе — закрепляем видео вверху; при провале — переносим ниже, вверху оставляем конкретный текстовый сигнал.

**Карточка Б. «Гарантия в два шага»** Цель проверки: показать, что простая обратимость снижает страх и повышает клики. Контекст: тёплая аудитория с прошлым негативным опытом. Смысл: «я контролирую ситуацию и могу уйти без потерь». Мини-демо: блок рядом с ценой — два шага выхода, срок N дней, канал связи. Доказательство: скрин с пунктом в правилах. Призыв: «Начать с небольшого пакета». Сигнал и порог: рост кликов по СТА рядом с ценой на полтора процентных пункта минимум при не менее чем пятистах сеансах. Ограничения: юридические формулировки согласованы. Ресурсы: 2 часа юриста, 2 часа вёрстки. Срок: 4 дня. Решение: при успехе — оставляем; при отсутствии эффекта — переносим обещание обратимости в FAQ, а возле цены — контрольную точку результата.

## 15) Что именно передаём на следующий шаг

На выход шага готовится три артефакта:

1. **Пакет карточек** со статусами: «новая», «в работе», «подтверждена», «отклонена», «отложена».
2. **Журнал решений**: дата, канал, объём данных, порог, итог, что изменено в основной причинной цепи.
3. **Обновления в конструкторах**: лестница тезисов, карта пруфов, оффер/цена/риск, СТА — с точной пометкой «что и куда вставить».

### Итог

Карточки гипотез — это **рабочая валюта шага 7**. С их помощью мы:

- уплотняем путь убеждения до наблюдаемых элементов,
- проверяем риски смысла быстро и без споров,
- сохраняем только то, что даёт ранний сигнал,
- без боли обновляем мастер-цепь, пруф-карты, оффер и СТА.

Сформированный пакет карточек становится **очередью изменений** для сборщика полотна и адаптера форматов и гарантирует, что финальный лонгрид держится не на вкусе, а на проверенных причинно-следственных связках.

## Шаг 8. «Пакеты оффера и СТА»

**Назначение шага.** Сформировать понятные «пакеты» предложения (что именно человек получает, как начинается сотрудничество, как устроена обратимость и оплата) и подобрать для каждого пакета точный призыв к действию. Результат — карточки пакетов и библиотека СТА, которые встают в причинную цепь без трения и закрывают путь «от интереса к первому шагу».

## 1) Что такое пакет оффера и почему он важнее «списка функций»

**Пакет оффера** — это не перечень возможностей. Это **связка результата, процедуры старта и условий**, которую человек может принять одним решением. Внутри всегда есть:

1. **Результат, который можно увидеть/измерить.** Конкретный исход: что поменяется в течение понятного срока.
2. **Мини-процедура старта.** Первые 1–3 шага без бюрократии: что делает человек, что делаем мы, сколько это занимает.
3. **Ограничители.** Что входит, что не входит, объёмы, сроки, каналы связи.
4. **Справедливость цены.** Почему эта цена честна: с чем сравниваем, какие альтернативные расходы срезаем.
5. **Обратимость.** Как выйти, как получить возврат/перенос, в какие сроки, через какой канал.
6. **Доказательства.** Мини-демо, числа, процедура, короткая история — один главный формат пруфа.
7. **СТА.** Один основной шаг (жёсткий) и, по возможности, один мягкий (без риска), встроенные в контекст пакета.

Когда пакет собран так, решение похоже на «да/нет» конкретному результату с понятным входом, а не на «подумать ещё неделю о бесконечных опциях».

## 2) Принципы упаковки: как сделать пакет «берущимся с первого экрана»

1. **Результат → потом детали.** Сначала формулируем «что станет видно/ощутимо», потом «как устроено».
2. **Одно ядро — один пруф.** На пакет — один тип доказательства, максимально близкий к реальности пользователя.
3. **Старт без трения.** Первые шаги — предельно конкретны, физичны и коротки (загрузка файла, выбор слота, чек-лист на 5 пунктов).
4. **Границы явные.** Чётко пишем, что не входит, чтобы снять скрытые ожидания.
5. **Цена как следствие.** Сначала ценность и рамка справедливости, потом цифры.

6. **Обратимость проще покупки.** Процедура отказа короче и яснее, чем процесс оплаты.
7. **Один экран — один выбор.** Без галереи похожих пакетов рядом. Либо карточки с чёткой дифференциацией, либо один главный пакет и ссылка «нужен другой объём».
8. **Один СТА — одна процедура.** Каждый призыв ведёт в конкретный сценарий, без развилок внутри формы.
9. **Сегментная релевантность.** Текст и элементы пакета говорят на языке нужной роли: у руководителя — обещание контроля и предсказуемости, у практика — пошаговая рутина и микро-результат.
10. **Канальная посадка.** Тот же пакет в письме/видео/лендинге выглядит по-разному, но оставляет неизменным ядро: результат → старт → условия → СТА.

### 3) Архитектура пакета: из каких блоков он состоит

Держим структуру из шести блоков (можно сжимать/расширять, но смыслы — те же):

1. **Ядро (Core Outcome).** Одно предложение: результат и срок. Формула: *что станет видно + за какой срок + при каком минимальном участии.*
2. **Ускорители (Accelerators).** 1–2 элемента, которые делают путь быстрее/надёжнее (шаблоны, автоматизация, контрольные точки).
3. **Страховки (Safeguards).** Обратимость, контроль качества, чек-поинты, эскалация.
4. **Сервисные условия (Service).** Каналы, доступность, регламент ответа, календарь.
5. **Ограничители (Bounds).** Объёмы, исключения, зависимости, требования к входным данным.
6. **Расширение (Expansion).** Что дальше и на каких условиях: апгрейд/подписка/следующий этап.

### 4) Типология пакетов: как резать по смыслу, а не по «бронза/серебро/золото»

По результату и риску:

- **Пилот/пробный пакет.** Один узкий результат за короткий срок; минимальная цена/без предоплаты; обратимость «в два шага».
- **Проект/стандарт.** Полный результат за базовый срок; фиксированная цена; прозрачные границы; стандартная обратимость.
- **Расширенный/подписка.** Повторяющийся результат по циклам; пакетная цена; сервисный уровень и регламенты.

По роли покупателя:

- **Для практиков.** Больше процедур и конкретики, меньше «почему».
- **Для руководителей.** Больше контроля, метрик и предсказуемости, меньше деталей реализации.

#### По способу оплаты:

- **Единовременно.** Когда результат одноразовый и чётко измерим.
- **По этапам.** Когда путь длиннее месяца и есть ясные контрольные точки.
- **Подписка.** Когда ценность — в регулярности и поддержке.

#### По объёму:

- **Лайтовый.** Включает ядро и одну страховку.
- **Стандарт.** Ядро + 1 ускоритель + 1 страховка.
- **Плюс.** Ядро + 2 ускорителя + расширение.

Критерий выбора — не «сколько функций», а «какой риск/горлышко снимаем этим уровнем».

## 5) Алгоритм сборки пакета (от результата назад)

**Шаг 1. Назовите видимый результат.** Что человек сможет увидеть/сделать/получить в течение X времени. **Шаг 2. Покажите первый сигнал.** Самый ранний маркер прогресса (индикатор/файл/доступ/слот). **Шаг 3. Опишите старт в 1–3 шагах.** «Вы делаете А; мы делаем Б; через X видите сигнал С». **Шаг 4. Отсечка ожиданий.** Что не входит и почему (честная причина, не общие слова). **Шаг 5. Объясните справедливость цены.** С чем сравниваем, сколько альтернативных трат снимаем. **Шаг 6. Обратимость в два шага.** Канал, срок, подтверждение, без «звёздочек». **Шаг 7. Пруф под формат.** Один тип доказательства: процедура/цифра/микро-история/скрин. **Шаг 8. СТА.** Один «жёсткий» шаг + один мягкий, оба со «сроком счастья» («через 10 минут увидите...»). **Шаг 9. Карточка пакета.** Вынести всё в видимую карточку/блок на лендинге/в письме. **Шаг 10. Проверка на плотность.** Можно ли понять и принять решение за 30–60 секунд? Если нет — упрощаем формулировки и старт.

## 6) Цена как следствие: рамки честности

Три рамки, которые считаются быстро:

1. **Альтернативные затраты.** Сколько времени/денег/риска ушло бы без нас.
2. **Структура стоимости.** За что конкретно платится: труд, инфраструктура, поддержка, лицензии.
3. **Выигрыш/потери.** Где экономия/рост и как быстро это становится заметно.

Форматы выражения:

- «Эквивалент N часов работы специалиста/аренды на месяц/ущерба от простоя».
- «По этапам: диагностика → макет → внедрение → поддержка; оплата берётся на контрольных точках».
- «Подписка: X в месяц включает А, В, С; при превышении объёма — понятная доза».

#### Что избегать:

- Скидок «из воздуха» без причины.
- Мелкого шрифта в ключевых вещах: ограничители и обратимость должны быть видны рядом с ценой.
- «Цена по запросу» как единственный вариант, если это не корпоративный сегмент.

## 7) Обратимость и юридическая ясность (минимум трения)

#### Принципы:

- **Простота.** 2 шага: «написать на адрес/нажать кнопку → получить подтверждение/возврат».
- **Сроки.** Чётко: «до N дней/часов».
- **Канал.** Один основной канал, продублированный кнопкой на странице.
- **Критерий.** На что распространяется обратимость (не на всё подряд).
- **Доказательство.** Видимый раздел правил и короткий блок рядом с ценой.

Обратимость — часть предложения, а не скрытая политика.

## 8) Конструктор СТА: из чего собирается «кнопка, на которую нажимают»

#### Структура сильного СТА:

1. **Глагол действия.** «Получить», «Проверить», «Выбрать», «Скачать», «Показать», «Запустить».
2. **Осязаемый объект.** «пример файла», «слот на 15 минут», «расчёт», «демо».
3. **Микро-результат и время.** «за 10 минут», «сразу», «сегодня».
4. **Снятие трения.** «без оплаты», «без регистрации», «отменить в два шага».
5. **Контроль.** «выберите удобное время», «получите на почту».
6. **Соответствие формату.** В письме — текстовая ссылка в первых абзацах; на лендинге — на первом экране; в видео — дублирование под роликом.

#### Примеры конструкций (адаптируются под нишу):

- «Получить пример [результата] за 10 минут — без оплаты».
- «Выбрать время на короткий показ — отменить можно в два клика».
- «Проверить совместимость данных — увидеть отчёт сразу».
- «Скачать чек-лист на 5 пунктов — начать сегодня».
- «Запустить пилот на неделю — платить после контрольной точки».
- «Посмотреть 2-минутное демо — понять, как это работает у вас».

#### **Мягкая альтернатива рядом:**

- «Сомневаетесь? Получите тестовый пример бесплатно».
- «Не готовы к звонку? Ответьте на 3 вопроса и заберите расчёт».

## **9) Вилка СТА и лестница вовлечения**

Держим **два** СТА одновременно:

- **Основной (жёсткий).** Ведёт к конкретной процедуре старта.
- **Мягкий.** Вариант без риска: демо, чек-лист, расчёт, само-проверка.

#### **Лестница:**

1. **Микро-действие без контакта.** Смотреть/скачать/посчитать.
2. **Микро-контакт.** Выбрать слот/ответить на письмо.
3. **Пилот.** Небольшой платный/без предоплаты, с контрольной точкой.
4. **Основной контракт.**

В каждом звене формулируем «что увидите» и «когда».

## **10) Осведомлённость и глубина подачи: как подбирать пакет/СТА под состояние**

**Неосведомлён.** Фокус: проблема и ранний сигнал, что «это управляемо». Пакет: тестовый пример/самопроверка. СТА: «Посмотреть, как это выглядит за 2 минуты».

**Знает проблему.** Фокус: корневая причина и новый способ обхода. Пакет: пилот с быстросаметной контрольной точкой. СТА: «Запустить пилот на неделю — увидеть сигнал завтра».

**Знает тип решения.** Фокус: отличие механизма и процедуры. Пакет: стандарт с чёткими границами. СТА: «Выбрать время на показ — 15 минут».

**Знает продукт.** Фокус: условия, цена как следствие, обратимость. Пакет: стандарт/плюс, оплата по этапам. СТА: «Начать с базового объёма — оплатить после проверки».

**Готов купить.** Фокус: условия сделки, риск-реверс. Пакет: нужный объём + страховки.  
СТА: «Оформить — возврат за N дней/выход в два шага».

## 11) Пакеты под модели монетизации

**Разовая покупка.** – Результат одноразовый; гарантия — по измеримому критерию. –  
СТА: «Получить сегодня», «Скачать сейчас».

**Подписка.** – Ценность — в регулярности: поддержка, обновления, мониторинг. –  
Регламент реакций и каналов обязателен. – СТА: «Начать 7-дневный пилот — без  
карты/с картой с лёгким выходом».

**Проект/услуга.** – Этапы с контрольными точками; оплата — по достижению. – СТА:  
«Выбрать слот для диагностики — увидеть дорожную карту».

**Обучение/внедрение навыков.** – Результат — в поведенческих изменениях;  
измеряем контрольными точками. – СТА: «Пройти короткую оценку — получить  
персональный маршрут».

**Смешанные модели.** – Ядро подписки + проектный апгрейд; две карточки, два СТА.

## 12) Вёрстка пакетов на лендинге/в письме/видео/на звонке

**Лендинг (первый экран + карточка):**

- Заголовок: ранний сигнал/результат.
- Подзаголовок: корневая причина и как она обходится.
- Видео/мини-демо.
- Карточка пакета (ядро/старт/границы/цена как следствие/обратимость/СТА + мягкий СТА).
- Пруф.
- FAQ с возражениями.
- Повтор СТА.

**Письмо:**

- 1–2 абзаца до первого СТА.
- Карточка пакета — в тексте, с яркой ссылкой.
- Мягкий СТА вторым.
- Короткий постскриптум с обратимостью.

**Видео:**

- Ранний сигнал в первые 20–30 секунд.
- На таймкоде 1:30 — карточка пакета на экране.

- Озвученный СТА + ссылка под видео.
- Дублирование СТА в конце.

#### Разговор:

- Скрипт: причина → ранний сигнал → старт в 2–3 шагах → границы → цена как следствие → обратимость → СТА.
- Материалы: короткая «карточка пакета» в PDF/слайде.

## 13) Ошибки, из-за которых сильные пакеты не продают

1. **Слишком много пакетов рядом.** Выбор парализует; оставляем один основной и ссылку «нужен другой объём».
2. **Функции вместо результата.** Нет «что станет видно/когда».
3. **СТА без процедуры.** «Оставить заявку» — и всё; человек не понимает, что произойдёт.
4. **Обратимость спрятана.** Страхи не сняты, кликов мало.
5. **Границы размыты.** Ломаются ожидания, растёт недовольство.
6. **Цена до ценности.** Ранний уход, потому что рамка справедливости не построена.
7. **Смещение ролей.** В одном тексте — и руководитель, и практик, и закупщик.
8. **Несогласованные каналы.** В письме одно обещание, на лендинге другое.
9. **Нечитаемые карточки.** Многословие, нет структуры, нет глаголов действия.
10. **Мягкий СТА отбирает клики у основного.** Нет суммарного роста — мягкий уходим ниже.

## 14) Метрики ясности и силы пакета/СТА

#### Пакет:

- Доля докрута до карточки пакета  $\geq 50\%$ .
- Клики в «развернуть границы/обратимость»  $\geq 10\%$  докрутивших.
- Время чтения карточки: 8–20 секунд (если сильно выше — перегружено).

#### СТА:

- Клик по основному на первом экране: 2–5% от сеансов.
- Доля кликов мягкого СТА: +0,5–2 п.п. без просадки основного.
- Конверсия из кликов СТА в следующий шаг:  $\geq 25\text{--}40\%$  (зависит от канала).
- Для видео: досмотр до таймкода СТА  $\geq 30\text{--}40\%$ .

## 15) Чек-лист готовности пакета

Ядро: один видимый результат + срок.

Ранний сигнал назван и показан.

Старт в 1–3 шагах, без бюрократии.

Границы явные (что не входит — тоже видно).

Цена объяснена как следствие, не «из воздуха».

Обратимость в два шага, рядом с ценой.

Один главный пруф, нативный формату.

Основной СТА с процедурой; мягкий СТА не паразитирует.

Текст на языке роли (практик/руководитель).

Карточка читается за 30–60 секунд.

Тот же смысл в письме/лендинге/видео/скрипте (без расхождений).

Есть короткий FAQ под пакет.

Версия/дата карточки для журнала изменений.

## 16) Шаблон карточки пакета (можно копировать)

**Название пакета (по результату, а не по «статусу»).** Результат и срок. Одно предложение: что станет видно и когда. **Как стартуем (1–3 шага).** Что делает человек, что делаем мы, сколько времени. **Что входит.** Кратко, списком 3–5 пунктов. **Что не входит.** 2–3 пунктами, с честной причиной. **Контрольная точка.** Где и когда увидит первый сигнал. **Обратимость.** Два шага, срок, канал. **Цена как следствие.** Короткая рамка справедливости, затем цифры/условия. **Доказательство.** Один формат: процедура/число/кейс-крошка/скрин. **СТА (основной).** Глагол + объект + время + снятие трения. **Мягкий СТА.** Для сомневающихся.

## 17) Библиотека СТА (адаптируйте под продукт/услугу)

**Первые шаги без оплаты:**

- «Получить пример результата за 10 минут — без оплаты».
- «Проверить совместимость за 60 секунд — увидеть отчёт сразу».
- «Скачать чек-лист на 5 пунктов — начать сегодня».

**Короткий показ/созвон:**

- «Выбрать время на 15-минутный показ — без продажи, только демонстрация».
- «Назначить быстрый созвон — пройтись по вашему кейсу».

#### **Пилот/тест:**

- «Запустить недельный пилот — оплатить после контрольной точки».
- «Начать с малого объёма — отмена в два клика».

#### **Оплата/оформление:**

- «Оформить базовый пакет — возврат за N дней».
- «Перейти к оплате — фиксируем цену на месяц».

#### **Мягкие ветки:**

- «Посмотреть 2-минутное демо — понять, как это работает у вас».
- «Ответить на 3 вопроса — получить персональный расчёт».

## **18) Синхронизация с причинной цепью**

Пакеты и СТА прикручиваются к уже построенным смыслам:

- **Корневая причина** → **механизм** → **ранний сигнал** → **пакет**. Текст карточки опирается на это: «что именно теперь станет управляемым».
- **Пруф-план** → **пакет**. Формат доказательства в карточке совпадает с выбранным в пруф-плане (не миксуем много форматов).
- **Возражения** → **пакет**. Три главных сомнения закрываем элементами карточки (границы, обратимость, цена как следствие).
- **FAQ** → **рядом**. Туда уводим редкие/длинные вопросы, чтобы карточку не перегрузить.

## **19) Управление версиями и ролями**

- **Версионирование**. Каждой карточке — код версии и дата. Изменили условия/цены — сменили версию.
- **Роли**. Внутри карточки пометка «вариант для практиков/для руководителей»: 2–3 фразы отличия.
- **Журнал**. Решения по карточкам (приняли/отложили/отклоняли) и привязка к обновлениям лонгрида/скриптов.

## **20) Быстрые ответы на частые возражения внутри карточки**

- **«Дорого»**. Рамка справедливости перед ценой + пилот/микро-объём.

- **«Долго».** Ранний сигнал и контрольная точка на первом экране.
- **«Сложно».** Старт в 1–3 шагах, без регистраций/звонков, понятная процедура.
- **«Риск».** Обратимость в два шага, рядом с ценой, не в подвале.
- **«Не для нас».** Кейс-крошка/примеры по сегментам + навигация «для.../для...».

## Итог шага

На выходе есть:

1. **Карточки пакетов** (1–3 штуки максимум в публичной витрине) с ядром результата, стартом, границами, ценой как следствием, обратимостью и встроенными пружинами.
2. **Библиотека СТА:** основной и мягкий для каждого пакета, с привязкой к форматам (лендинг/письмо/видео/разговор).
3. **Синхронизация с причинной цепью:** обновлены места вставки пакетов в лонгрид, сценарии письма и видео, скрипт созвона, FAQ.

Такой набор позволяет вставить пакет в любой канал без потери смысла: человек видит **результат** → **как начать** → **на каких условиях** → **как выйти**, и у него всегда есть **одна понятная кнопка** на следующую микро-ступень.

# Цепь №1 — «Большая идея / Уникальный механизм»

**Когда применять:** холодная и «проблемно-осведомлённая» аудитория; новый подход на рынке; нужно сменить картину мира одним объяснением. **Обещание формата:** сначала меняем объяснение причин неудач, затем показываем новый принцип (механизм), потом приглашаем в оффер.

## Шаги (14–16 ступеней)

1. **Хук-наброс «неожиданная правда»** **Цель:** остановить взгляд и дать новую рамку. **Формула:** «Не [очевидный совет]. Настоящая причина, почему [желанный результат] не наступает, — в [лаконичная формула причины].» **Пруф:** 1 цифра/наблюдение из реальной практики. **Мост:** «Давайте разберём, почему это ломает всё остальное.»
2. **Оптика боли в реальном контексте** **Цель:** показать, что вы «в теме» их ежедневности. **Формула:** «Если у вас [типичная ситуация], то каждый [период] вы теряете [видимая потеря].» **Пруф:** мини-пример с временной линией. **Мост:** «И вот что скрыто за этим паттерном.»
3. **Единая первопричина (УМР) с прозвищем** **Цель:** дать простое имя сложной ошибке. **Формула:** «Это синдром «[клейкое прозвище]»: когда [что именно

происходит] → неизбежно [печальный эффект].» **Пруф:** схема «если-то» на 2–3 шага. **Мост:** «Отсюда становится понятно, почему старые методы буксуют.»

4. **Деконструкция старых подходов (без нападков) Цель:** уважительно показать несовпадение. **Формула:** «Вот короткая матрица: когда [условие А] — метод Х даёт [узкий результат], а при [условие В] — проваливается, потому что [системная причина].» **Пруф:** таблица/мини-кейс «до-после». **Мост:** «Что вместо? Не «ещё одна фиша», а другой принцип работы.»
5. **Предъявление нового принципа (UMS) Цель:** «правило/механика», а не «магия». **Формула:** «Принцип прост: если сначала [операция 1], а потом [операция 2], то [узел проблемы] теряет силу — и [быстрый признак прогресса].» **Пруф:** формула на одном дыхании + рисунок/аналогия. **Мост:** «Смотрите на это в движении — 90 секунд.»
6. **Микро-демо (показ на салфетке) Цель:** показать, что это воспроизводимо. **Формула:** «Берём [типовой вход], делаем [2 действия], и за [короткое время] видим [первый сигнал].» **Пруф:** скрин/видео/калькулятор. **Мост:** «Значит, теперь можно говорить о результате, а не о надеждах.»
7. **Размер обещания и рамки Цель:** снять завышенные ожидания и закрепить честность. **Формула:** «Этот подход даёт [измеримый эффект] за [срок] при [условия участия]. Не делает [что не делает].» **Пруф:** диапазон/коридор + 1 кейсовая цифра. **Мост:** «Как это выглядит на практике — история коротко.»
8. **История (герой/узел/перелом/исход) Цель:** эмоционально закрепить механизм. **Формула:** «Было [исходное состояние]; пробовали [старые пути]; упирались в [узел]; переключили на [принцип]; первый сигнал — через [время]; итог — [метрика].» **Пруф:** 1–2 скрина/фото/цитата. **Мост:** «Ок, что вы получаете с нами «в коробке»?»
9. **Оффер как развязка принципа Цель:** связать механизм и продукт. **Формула:** «Мы упаковали принцип в [формат]: внутри [ядро], [ускорители], [страховки]. Старт — в 3 шагах: [шаги].» **Пруф:** чек-лист стартовых действий. **Мост:** «Цена должна быть честной — покажу от чего она зависит.»
10. **Цена как следствие Цель:** справедливость до цифр. **Формула:** «Альтернативой были бы [cost of delay/замены]. Здесь вы платите за [видимые работы/ресурсы] и получаете [первый сигнал] за [срок].» **Пруф:** разложение «из чего состоит». **Мост:** «Если не сойдётся — вернутся деньги без трения.»
11. **Риск-реверс (обратимость в 2 шагах) Цель:** убрать страх ошибки. **Формула:** «Не подошло — нажимаете [кнопка/почта] → возврат/выход до [N дней].» **Пруф:** видимое правило на странице. **Мост:** «Почему мы делаем это сейчас и так?»
12. **Деловая причина «почему сейчас» Цель:** уважительная срочность. **Формула:** «Окно возможностей [период], потому что [объективный фактор]. Под это мы держим [условие/цену] до [дата/квота].» **Пруф:** ограничитель ресурса/сезонность. **Мост:** «Дальше — один шаг.»
13. **СТА (жёсткий) + мягкая вилка Цель:** одно действие + безопасная альтернатива. **Формула:** – Жёсткий: «Запустить пилот на неделю — увидеть

сигнал завтра». – Мягкий: «Посмотреть 2-минутное демо — понять, как это будет у вас». **Пруф:** — **Мост:** «Если остались детали — коротко отвечу заранее.»

14. **Мини-FAQ (3–5 пунктов) Цель:** снять три главных сомнения. **Формула:** «Сработает ли у нас? / Сколько времени займёт? / Что, если...?» — ответы как процедура/число/граница. **Пруф:** ссылка на раздел правил. **Мост (закрывающий):** «Выберите удобный старт, первый сигнал — [время].»

«Скан-линия» (первые строки абзацев для лендинга/письма) — «Настоящая причина не в том, о чём принято говорить.» — «Вот как она крадёт ваш результат каждую неделю.» — «Называем это «[прозвище]» и показываем, как это работает.» — «Старые методы не совпадают с реальностью — наглядная таблица.» — «Новый принцип в двух шагах: [1] → [2] → первый сигнал.» — «Смотрите, как это выглядит на живом примере (90 секунд).» — «Что вы получите и как стартуем в 3 шагах.» — «Цена — как следствие, не сюрприз.» — «Выход — в два клика.» — «Окно условий — до [дата].» — «Начните сейчас / Посмотрите демо.»

## Цепь №2 — «Демо вперёд / Показ → Осмысление → Пилот»

**Когда применять:** аудитория знает проблему и тип решений; рынок перегрет обещаниями; критично «потрогать» результат до теории. **Обещание формата:** сначала показываем результат на минимальном кейсе, затем вскрываем, почему это сработало, и тут же зовём на пилот.

### Шаги (12–14 ступеней)

1. **Холодное открытие демонстрацией Цель:** схватить вниманием реальный исход. **Формула:** «Смотрите на результат: [одна цифра/скрин/видео на 20–40 сек].» **Пруф:** демонстрация «до-после»/живой экран. **Мост:** «Теперь — что именно вы видели.»
2. **Декодирование «что произошло» Цель:** снять магичность. **Формула:** «Произошли три вещи: [операция 1], [операция 2], [операция 3]. Это заняло [время].» **Пруф:** подписи к шагам. **Мост:** «Переносим это на вашу ситуацию.»
3. **Приземление в контекст читателя Цель:** «это работает у меня». **Формула:** «Если у вас [типовые входные данные], то за [короткий срок] увидите [ранний сигнал].» **Пруф:** мини-матрица «Если у вас A/B/C → будет X/Y/Z». **Мост:** «Проверьте за минуту.»
4. **Самопроверка (чек на совместимость) Цель:** фильтрануть и вовлечь. **Формула:** «Ответьте на 3 «да/нет»: [условие 1] / [2] / [3]. 2 «да» — идём дальше.» **Пруф:** — **Мост:** «Чтобы не тратить время, покажу границы.»

5. **Границы/исключения честно** **Цель:** доверие и снижение возвратов. **Формула:** «Не подойдёт, если [барьеры]; подойдёт, если [минимум условия].» **Пруф:** 1 анти-кейс. **Мост:** «Ок, показываю внутренности коротко.»
6. **Принцип в 60 сек (механика)** **Цель:** объяснить «почему» без лекции. **Формула:** «Ключ — [механизм]. Когда [условие], мы [действие], поэтому [следствие].» **Пруф:** схема 1-2-3. **Мост:** «Теперь — быстрый пилот.»
7. **Пилот как безрисковый вход** **Цель:** перевести интерес в действие. **Формула:** «Пилот на [срок]: вы даёте [вход], мы делаем [процедуры], вы видите [сигнал] к [дата]. Оплата — после контрольной точки.» **Пруф:** чек-лист, календарь. **Мост:** «Дальше — что внутри пилота входит.»
8. **Состав пилота (ядро/ускорители/страховки)** **Цель:** конкретика. **Формула:** «Внутри: [ядро 1–2 пункта], [ускоритель], [страховка]. Канал связи — [канал], SLA — [время].» **Пруф:** образец/скрин результата. **Мост:** «Сколько стоит — и почему так.»
9. **Цена как следствие** **Цель:** честная рамка перед цифрой. **Формула:** «Без нас — [альтернативные затраты]. Мы берём [цена/этап], потому что [ресурсы/время].» **Пруф:** разложение. **Мост:** «Если не зашло — простой выход.»
10. **Обратимость** **Цель:** убрать страх. **Формула:** «Отмена пилота в два шага до [N дней]; деньги/обязательства — [условия].» **Пруф:** видимое правило. **Мост:** «Готовы? Вот кнопка.»
11. **СТА (жёсткий) + мягкий Жёсткий:** «Запустить пилот на [срок] — увидеть сигнал к [дата].» **Мягкий:** «Залить тестовые данные и получить авто-отчёт за 60 секунд.» **Мост:** «Для скрупулёзных — 3 коротких ответа.»
12. **Мини-FAQ и календарь** **Цель:** снять остатки сомнений. **Формула:** «Сколько времени заберёт у нас? Кто будет на связи? Что будет, если...?» — кратко и процедурно. **Пруф:** ссылка на регламент. **Мост (закрытие):** «Выберите удобный слот/нажмите «Запустить пилот» — и сегодня получите чек-лист старта.»

**Скан-линия (лендинг/письмо)** — «Сначала — результат: посмотрите 40 секунд.» — «Разбираем, что вы только что видели.» — «Примерно так же это работает в вашей ситуации.» — «Проверьте совместимость за минуту.» — «Честно: где не подойдём.» — «Механика в 60 секунд.» — «Пилот: первый сигнал к [дата].» — «Что внутри пилота.» — «Цена как следствие, не сюрприз.» — «Выход — в два клика.» — «Запустить пилот / Получить авто-отчёт.»

**Цепь №3 — «Проблема → Обострение  
→ Переосмысление →  
Решение/Оффер»**

**Когда применять:** «проблемно-осведомлённые/решение-осведомлённые» сегменты с сильными убеждениями и эмоциональными барьерами; нужно плавно прогреть и закрыть. **Обещание формата:** сперва говорим их словами, усиливаем цену бездействия, мягко ломаем три ложных убеждения, показываем новый путь и закрываем оффером с честной ценой/риском.

## Шаги (14–16 ступеней)

1. **Сцена боли «как в жизни» Цель:** полное узнавание. **Формула:** «Каждый [период] вы делаете [действие], надеясь на [исход], а получаете [разочарование] — и это повторяется.» **Пруф:** бытовая деталь, цифра потери. **Мост:** «Почему так происходит?»
2. **Цена бездействия Цель:** показать накопление ущерба. **Формула:** «За квартал это превращается в [итог], а за год — в [масштаб].» **Пруф:** калькуляция «по-честному». **Мост:** «И всё из-за одного незаметного узла.»
3. **Единая первопричина (метафора) Цель:** простое образное объяснение. **Формула:** «Это как пытаться [метафора]: [что человек делает], пока [скрытый фактор] тихо тянет назад.» **Пруф:** причинно-следственная цепочка 1-2-3. **Мост:** «И вот три привычные мысли, которые удерживают вас в этом цикле.»
4. **Рефрейм №1 (что думают → почему не так → как на самом деле) Цель:** мягко развалить первое ложное убеждение. **Формула:** «Кажется, что [стандартная вера]. Но смотрите: [контрфакт/механика]. Значит, верно [новая формула].» **Пруф:** мини-кейс/цифра. **Мост:** «Вторая мысль — ещё опаснее.»
5. **Рефрейм №2 Цель:** убрать барьер «у нас особенный случай». **Формула:** «Кажется, что «у нас не сработает, потому что [уникальность]». На деле [общий закон], и именно он позволяет [выход].» **Пруф:** кейс из «похожих». **Мост:** «И третья — про «позже»».
6. **Рефрейм №3 («позже») → стоимость ожидания Цель:** показать «позже = дороже». **Формула:** «Каждый месяц откладывания стоит [измеримая потеря].» **Пруф:** калькулятор/таблица. **Мост:** «Хватит ломать старые мосты — строим новый.»
7. **Новый путь (механизм + ранний сигнал) Цель:** дать конструктив вместо критики. **Формула:** «Новый путь: [шаг 1], [шаг 2], [шаг 3]. Первый видимый сигнал — через [время].» **Пруф:** демонстрация/скрин. **Мост:** «Покажу, как мы упаковали это в удобный формат.»
8. **Оффер: «что внутри» и «как стартуем» Цель:** конкретика без тумана. **Формула:** «Внутри: [ядро], [ускорители], [страховки]. Старт: [3 шага]. Канал: [SLA].» **Пруф:** чек-лист/пример. **Мост:** «Цена — не из воздуха.»
9. **Цена как следствие Цель:** справедливость. **Формула:** «Вы экономите [альтернативные расходы/время], платите за [работы/инфраструктуру]. Коридор: [диапазон/пакеты].» **Пруф:** разложение стоимости. **Мост:** «Если не сложится — легкий выход.»

10. **Риск-реверс (процедура)** **Цель:** убрать страх ошибки. **Формула:** «Не зашло — [действие] → возврат/стоп за [N дней].» **Пруф:** правило/скрин. **Мост:** «Почему действовать сейчас разумнее.»
11. **Деловая причина «почему сейчас»** **Цель:** объективная срочность. **Формула:** «[Фактор рынка/сезон/квота] делает [условие] выгодным до [дата].» **Пруф:** факт/лимит. **Мост:** «Дальше — один шаг без риска.»
12. **СТА (жёсткий) + мягкий Жёсткий:** «Выбрать слот на 15 минут — увидеть персональную дорожную карту сегодня.» **Мягкий:** «Скачать чек-лист на 5 пунктов и оценить свою готовность за 3 минуты.» **Мост:** «Ещё детали?»
13. **Мини-FAQ (3–5 пунктов)** **Цель:** закрыть остатки. **Формула:** «Сработает ли у нас? Сколько времени займёт? Нужны ли [ресурсы]? Что по контракту?» — ответы короткими процедурами/цифрами. **Пруф:** ссылка на регламент. **Мост (закрытие):** «Выберите удобный старт — первый сигнал к [дата].»

**Скан-линия** — «Сначала — как это ощущается в жизни.» — «За месяц-два это превращается в измеримую потерю.» — «Скрытая причина — не там, где вы привыкли её искать.» — «Три мысли, которые удерживают вас в тупике — и почему это не так.» — «Новый путь в трёх шагах, первый сигнал — быстро.» — «Что входит, как стартуем, как выйти.» — «Цена — как следствие, не «из воздуха».» — «Почему разумно двигаться сейчас.» — «Выберите шаг: старт/чек-лист.»

## Как этими цепями пользоваться на практике

- **Для МР-05 (выбор цепи):** – Если нужно **сменить картину мира** и «родить» спрос — берите Цепь №1. – Если нужно **снять скепсис и дать тактильность** — Цепь №2. – Если аудитория **эмоционально зажата и живёт мифами** — Цепь №3.
- **Для МР-06 (лестница тезисов):** разверните выбранную цепь в 9–16 ступеней, оставив 1 мысль на ступень, и сразу подпишите для каждой: «тип пруфа» и «мост».
- **Для МР-07 (мосты):** используйте короткие формулы переезда: «Отсюда видно, почему...», «Смотрите на это в движении...», «Что вместо?», «Идём в практику:», «Честно: где не подойдём», «Цена как следствие:», «Выход — в два шага:», «Готовы?».
- **Для МР-08 (пруф-пакер):** к ключевым ступеням добавьте **один** пруф каждого типа: число/мини-демо/кейс-крошка/процедура/экран.
- **Для МР-15 (СТА):** для каждой цепи держите **один основной** и **один мягкий** призыв — привязанные к реальной процедуре следующего шага.

Эти три мастер-цепи закрывают весь коридор осведомлённости: от «холодно и скептически» до «готовы купить, но сомневаются в рисках». Берите нужную, раскладывайте в «лестницу», подклеивайте пруфы, вставляйте мосты — из этого собирается понятный лонгрид/лендинг/письмо/видео без «швов».

