

### Введение

Эта методичка создана как «переводчик» и рабочая обвязка к исходному аналитическому массиву: сегменты и персоны (A1–A3, B1–B3, C1–C2), их контекст и задачи (JTBD), подробные Customer Journey с вопросами, барьерами, доказательствами, сообщениями, СТА, NBA и KPI, а также сквозные точки влияния («фикс-смета с таблицей “что входит/не входит”», «монтаж за 1 день при готовом основании», «без простоя» для B2B, тендер-досье и «чистый монтаж» для C-сегментов). Здесь же лежат готовые речевые модули, набор обязательных артефактов и сценарии автоматизации в CRM. В этой методичке мы собираем всё это в цельный, пошаговый инструмент, удобный для чтения и ежедневного применения руководителем, маркетингом, продажами и производством.

Практическая ценность методички — в «сшивке» аналитики в действие: сквозная логика «боль → барьер → доказательство → артефакт → СТА» уже выстроена и дополнена пакетизацией офферов (Базовый/Комфорт/Дизайн/Service-Pro/Logistics-Mod/Tender-Kit), шаблонами лендингов (L1/L2/L3) и структурой КП для B2C и B2B/УК. Вы получаете не только список инсайтов, но и готовые форматы страниц, документов и метрик, чтобы команда быстро перенесла выводы в сайт, КП, скрипты и операционные регламенты.

В основе — конкретные, проверяемые обещания и артефакты: «смета ≤24 ч», «монтаж за 1 день при готовом основании», фото узлов и спецификация материалов (панели 100 мм), гарантия 10 лет; для B/C-сегментов — полный комплект документов и SLA сервиса, а также план действий по жалобам. Эти элементы уже формируют каркас доверия и конверсии, вокруг которого строится вся коммуникация и процесс.

---

### Цели и назначение

- 1) Повысить конверсию за счёт стандартизированных обещаний и артефактов.** Методичка фиксирует KPI по скорости ответа и расчёта («время ответа ≤ 15 мин», «смета ≤ 24–48 ч») и содержит шаблоны доказательств (таблица «что входит/не входит», фото узлов, гарантия 10 лет), чтобы каждое касание укрепляло доверие и двигало к следующему шагу в CJM.
- 2) Сократить риски и возражения заранее.** Для каждого ключевого риска предусмотрен встречный регламент/документ: прозрачная фикс-смета («что входит/не входит») против скрытых затрат; календарь с бронью и неустойкой против срыва сроков; ночные/поэтапные окна и SLA/штрафы против простоя у B2B; тендер-досье и регламент чистоты/тишины — против формальных претензий и жалоб жителей.
- 3) Обеспечить «без простоя» и соответствие требованиям для B2B/УК.** В CJM для B1/C1 заложены окна работ, план интеграции, пакет документов (ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ), KPI/SLA и правила отчётности — это упаковано в лендинги и КП, чтобы ожидания совпадали с реальным исполнением.
- 4) Дать отделам единый язык сообщений и скриптов.** Речевые модули привязаны к типовым вопросам («Сколько стоит под ключ?», «Не развалится?», «Нужны документы», «Нужен дизайн/аккуратность») и снабжены артефактами-доказательствами, в том числе для сложных B/C-диалогов.
- 5) Стандартизировать материалы и автоматизации.** Сформирован минимальный набор «по умолчанию» (чек-листы, тендер-досье, 3D-скетчи, регламент «чистого монтажа», гарантийный

паспорт) и рекомендованные CRM-сценарии (воронки, автотриггеры, дашборд KPI), чтобы качество коммуникаций и контроль метрик держались на уровне независимо от нагрузки.

**б) Обеспечить управляемое внедрение.** В конце документа предусмотрены North Star-метрики и план из спринтов на 4–12 недель — с чёткими контрольными точками и системой экспериментов (ICE/A-B), чтобы команда видела прогресс и могла масштабировать работающие решения.

---

## Инструкция по использованию

**Шаг 1. Сегментация и JTBD — кому продаём и что для них «работа».** Начните с карты сегментов (A1–A3, B1–B3, C1–C2) и их функциональных задач: защита от погодных/вандалных рисков, организация пространства, непрерывность работ, закрытие проекта «под ключ». Зафиксируйте роли (ЛПР, влияющие лица, пользователи) и актуальные триггеры по сегментам — чтобы верно наметить входные сообщения и лид-магниты.

**Шаг 2. Боли → барьеры → триггеры → контрсообщения.** По каждому сегменту пройдите сводную карту болей (функциональные, эмоциональные, искомые трансформации), затем таблицу барьеров с пометками сила/частота, и сопоставьте им контраргументы и артефакты (документы, визуалы, регламенты). На этом шаге формируется «скелет» месседжей для лендинга, объявлений и скриптов.

**Шаг 3. Customer Journey (CJM) — разложить путь по шагам.** Используйте готовые CJM для A1/A2–A3/B1/C1: для каждого шага уже прописаны типовые вопросы, ключевые барьеры, набор «доказательство + сообщение», СТА и Next Best Action — плюс KPI на шаге. Это же отражено и в «сквозных микромоментах» (прозрачность цены, долговечность, сроки/бронь даты, эстетика/визуалы, «без простоя», документы, «чистый монтаж»), которые усиливают конверсию во всех сегментах.

**Шаг 4. Матрица сообщений и УТП — собрать «кирпичи» коммуникации.** Сверстайте матрицу «Ценность → Боль → Сообщение → Доказательства → СТА → Лид-магнит» по каждому сегменту. Опирайтесь на готовые формулировки для A1 (скорость/надёжность «под ключ»), A2–A3 (эстетика/герметичность/чистый монтаж), B1 (без простоя/документы), а также на предложенные лид-магниты («чек-лист готовности основания», «визуал + смета»).

**Шаг 5. Страницы и документы — упаковать ценность.** Используйте шаблоны L1/L2/L3 для лендингов и структуру КП под B2C и B2B/УК: хедлайны, блоки доказательств, таймлайн/бронь, FAQ, технические разделы и KPI/SLA. Обязательно вставьте таблицу «что входит/не входит» и выдержку из регламента «чистого монтажа». Это снижает тревожность по цене/срокам/качеству и снимает формальные риски в B/C-сценариях.

**Шаг 6. Автоматизации и контроль.** Внедрите рекомендованные CRM-воронки с автотриггерами (отправка сметы/напоминания), ретаргетинг по интересам и дашборд KPI (время ответа, «смета ≤ 24 ч», «монтаж за 1 день», NPS). Закрепите North Star-метрики по B2C и B2B/C и SLA сервиса, чтобы видеть прогресс ежедневных действий в конверсию и выручку.

**Шаг 7. Скрипты и возражения.** Разберите типовые возражения («частник дешевле», «нужны документы/безопасность», «шум/грязь», «не попадёте в дизайн/потечёт» и др.) и подготовьте для команды короткие ответы + ссылки на артефакты. Согласуйте их с матрицей сообщений и блоками лендинга/КП.

**Шаг 8. План внедрения.** Используйте предложенный план на 4–12 недель (спринты) с контрольными точками: от «фундамента доверия и конверсии» до настройки сервиса, портфолио и тендерных материалов. Каждую неделю фиксируйте прогресс по KPI воронки и SLA.

## Введение

## Цели и назначение

## Инструкция по использованию

1. Глава 1. Сегменты и задачи клиентов (JTBD)
  - 1.1. Карта сегментов и роли в принятии решения (ЛПР, влияющие лица, пользователи)
  - 1.2. Jobs-to-be-Done по сегментам: функциональные, эмоциональные, социальные задачи
  - 1.3. Контекст использования и критерии успеха (desired outcomes)
  - 1.4. Hire/Fire причины: почему выбирают/отказываются от решения
  - 1.5. Альтернативы: конкуренты, заменители и «ничего не делать»
  - 1.6. Сигналы готовности и быстрые маркеры оффера по сегментам
2. Глава 2. Боли, барьеры, триггеры и контрсообщения
  - 2.1. Сводная карта болей, мотивов и искомых трансформаций
  - 2.2. Барьеры и возражения по сегментам: сила, частота, приоритет
  - 2.3. Триггеры и микромоменты активации (по сегментам/этапам)
  - 2.4. Контрсообщения и доказательные артефакты для снятия барьеров
  - 2.5. Сценарии сравнений с альтернативами и шаблоны ответов
3. Глава 3. Customer Journey с микромоментами
  - 3.1. Методика построения CJM: шаги, вопросы, барьеры, доказательства, сообщения, СТА, KPI
  - 3.2. CJM по ключевым сегментам (пошагово с контрольными точками)
  - 3.3. Сквозные микромоменты влияния и точки оттока
  - 3.4. Next Best Action (NBA) и требования к контенту/доказательствам на каждом шаге
4. Глава 4. Матрица сообщений и УТП
  - 4.1. Матрица: «Ценность → Боль → Сообщение → Доказательство → СТА»
  - 4.2. Выигрышные формулировки и позиционирование по сегментам
  - 4.3. Лид-магниты и предложения входа (по сегментам/этапам воронки)
  - 4.4. Пакетизация офферов и уровни предложения
5. Глава 5. Структура лендингов и коммерческих предложений
  - 5.1. Шаблоны лендингов по сегментам: блоки, контент, доказательства, СТА
  - 5.2. Шаблон коммерческого предложения (B2C/B2B): структура и требования
  - 5.3. Таблица «Что входит / не входит» как часть КП и сайта
  - 5.4. Регламенты и стандарты сервиса, влияющие на конверсию (выдержки для публичных материалов)
6. Глава 6. Скрипты и речевые модули
  - 6.1. Ядро речевых модулей: ответы на ключевые вопросы
  - 6.2. Микротексты: заголовки, подзаголовки, СТА, объявления (по сегментам)
  - 6.3. Скрипты обработки типовых возражений: цена, сроки, качество, документы
7. Глава 7. Метрики, KPI и SLA
  - 7.1. Конверсионные цели и KPI контента/коммуникаций
  - 7.2. SLA по сервису и постпродаже: стандарты реакции и исполнения
  - 7.3. Дашборд и мониторинг: CRM-воронки, ретаргетинг, NPS, эксперименты
  - 7.4. Система экспериментов: приоритизация гипотез и A/B-план
8. Глава 8. Риски и план внедрения
  - 8.1. Карта рисков по сегментам и этапам CJM

- 8.2. План внедрения по спринтам (4–12 недель): цели, артефакты, контрольные точки
- 8.3. Ответственности, календарь работ и критерии приёмки (KPI/SLA)
- 9. Глава 9. Артефакты и автоматизации для масштабирования
  - 9.1. Обязательные артефакты: калькуляторы, чек-листы, шаблоны, кейсы
  - 9.2. Автоматизации: CRM-триггеры, e-mail/мессенджер-цепочки, ретаргетинг
  - 9.3. Портфолио и тендерные материалы для B2B/УК
- 10. Глава 10. Приложения
  - 10.1. Шаблоны лендингов (структуры и блоки)
  - 10.2. Шаблоны коммерческих предложений (B2C/B2B)
  - 10.3. Таблица «Что входит / не входит»
  - 10.4. Регламент сервиса/монтажа (выдержки)
  - 10.5. Чек-листы внедрения по сегментам (артефакты, KPI, SLA)

## 1. Глава 1. Сегменты и задачи клиентов (JTBD)

### 1.1. Карта сегментов и роли в принятии решений (ЛПР, влияющие лица, пользователи)

#### Макросегменты и подсегменты

- **A. B2C — домовладельцы (35–60; дом/дача, МСК/МО):**
  - A1 «Практичный гараж/навес»** — 1 авто, нет стационарного гаража; ключевые приоритеты: цена → срок → надёжность; формат «под ключ». Часто приходит через Avito/поиск; решение быстрое после сметы и 2–3 фото похожих объектов.
  - A2 «Комфорт и порядок»** — 1–2 авто, хоззона/мастерская; приоритет «аккуратность/утепление/вентиляция», требование «чистого монтажа». Ждёт «до/после», спрашивает про конденсат и герметизацию.
  - A3 «Эстетика/статус (веранда, терраса, зимний сад)»** — чувствителен к дизайну, стыковкам, примыканиям; цена вторична; нужны 2–3 визуала/палитры и гарантия герметизации.
- **B. B2B — малый/средний бизнес:**
  - B1 Автосервис/шиномонтаж** — «без простоя», документы, безопасность; ночные/поэтапные монтажи, ППР.
  - B2 Склады/логистика/СТО-площадки** — площадь/смета/срок службы; ценит модульность и расчёт нагрузок.
  - B3 Ритейл/НоReCa (входные группы/козырьки)** — внешний вид + нормы; важно соответствие ТЗ.
- **C. УК/девелоперы:**
  - C1 УК/ТСЖ** — тендерные требования, сервис и гарантийная дисциплина.
  - C2 Девелоперы** — интеграция в строй-график, референсы, «без сюрпризов» по срокам.

#### Роли в принятии решений (добавлено к сегментам)

- **A1:** чаще один ЛПР (м/ж 35–50); быстрый цикл после сметы/фото.
- **A2/A3:** ЛПР + «совет семьи»; важна «визуализация будущего» (2–3 эскиза/цвета).
- **B1/B2:** владелец/директор + прораб/техспец; критична уверенность в «0 простоя».
- **B3:** собственник/управляющий + архитектор/дизайнер; чувствителен к стыковкам и нормам.
- **C1:** инженер УК/тендерный отдел + председатель; важны регламенты чистоты и SLA сервиса.
- **C2:** главный инженер/Генподряд + план-график; критичны «окна» и риски.

---

### 1.2. Jobs-to-be-Done по сегментам: функциональные, эмоциональные, социальные задачи

#### Функциональные JTBD (общие для макросегментов)

- Защитить активы от погоды/вандализма; организовать пространство; обеспечить непрерывность работ; закрыть проект «под ключ» (проект → изготовление → монтаж → сервис).

#### Эмоциональные/социальные JTBD (общие)

- Спокойствие и предсказуемость; аккуратный вид/престиж; доверие к ответственному исполнителю (личный контроль, 20+ лет опыта). Подсвеченные факторы силы: «монтаж за 1 день при готовом основании», панели 100 мм, гарантия 10 лет.
- 

### 1.3. Контекст использования и критерии успеха (desired outcomes)

#### Критерии выбора и типовые компромиссы по сегментам

- **A1:** Цена/срок/надёжность → готов на типовые решения; дизайн вторичен.
- **A2:** Качество/утепление/эстетика → платит за чистый монтаж и отсутствие конденсата.
- **A3:** Дизайн/материалы/гарантия герметизации → ждёт примеры аналогов.
- **B1:** Без простоя/документы/сроки → «типовые узлы, предсказуемая смета».
- **B2:** Срок службы/нагрузки/смета → модульность, расчёты.
- **B3:** Вид/нормы → соответствие ТЗ и аккуратность.
- **C1–C2:** Соответствие тендеру/гарантии/сервис → полное досье (СРО/КД/ППр/ОТ/ПБ/кейсы).

#### Артефакты, подтверждающие достижение desired outcomes

Таймлайн + бронь даты «1 день при готовом основании»; фото узлов/спецификация (панели 100 мм)/гарантия 10 лет; 3 релевантных кейса на сегмент; готовое тендер-досье; регламент «чистого монтажа»; пакет предложений (Базовый/Комфорт/Дизайн/Service-Pro/Logistics-Mod/Tender-Kit).

---

### 1.4. Hire/Fire причины: почему выбирают / отказываются от решения

#### Hire (почему выбирают)

Соблюдение сроков («монтаж в 1 день при готовом основании»), личная ответственность руководителя (20+ лет), «под ключ» + гарантия 10 лет, аккуратность работ и наглядные кейсы.

#### Fire (почему отказываются)

Дешевле «частники с Avito»; страх скрытых платежей; опасения по документам/срокам. Для каждого пункта в аналитике предусмотрены точечные контрдоводы и артефакты в соответствующих этапах пути.

---

### 1.5. Альтернативы: конкуренты, заменители и «ничего не делать»

**Основная наблюдаемая альтернатива в входящем потоке** — «частники с Avito» (ценовой мотив). Контррамки: сравнение комплектации и гарантийных рисков (фикс-смета, документация и ответственность, гарантия 10 лет, фото узлов).

*(Примечание к применению: в дальнейших главах методички альтернативы разложены в матрицах сообщений и скриптах; в СЛМ они отражены на шагах «Поиск/Рассмотрение» с обязательными артефактами «что входит/не входит», кейсами и бронью даты.)*

---

### 1.6. Сигналы готовности и быстрые маркеры оффера по сегментам

#### Событийные триггеры (внешняя готовность клиента)

- **А-сегменты:** первый снег/гололёд, покупка (второго) авто, благоустройство двора. Быстрый маркер оффера: «Смета за 24 ч, монтаж за 1 день, без доплат».
- **В-сегменты:** сезон шин/ТО, рост парка техники, новые площади. Маркер: «План без простоя + комплект документов».
- **С-сегменты:** окно тендера/сдача очереди/конец бюджетного периода. Маркер: «Тендер-досье + график интеграции».

#### **Сквозные микромоменты, усиливающие конверсию**

Прозрачность цены (сразу «что входит/не входит» + фикс-смета), доказательство долговечности (фото узлов/панели 100 мм/гарантия 10 лет), бронь даты (онлайн-календарь с альтернативами), эстетика (А2/А3/В3: визуалы/образцы), «без простоя» для В1, готовые документы и «чистый монтаж» для В/С.

#### **Быстрые артефакты-маркеры в первом касании**

- Таймлайн + бронь даты «1 день при готовом основании».
- Фото узлов/спецификация (панели 100 мм) + гарантия 10 лет.
- Портфолио из 3 релевантных кейсов на сегмент.
- Готовое тендер-досье (PDF) для В2В/С.
- Регламент «чистого монтажа» (чистота/тишина/уборка).

#### **Примеры готовых «кирпичей» сообщений (для будущих глав)**

Неро/СТА-варианты:

- «Гараж/навес под ключ: смета сегодня, монтаж завтра»; «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день. Без доплат»; «Сухо, тепло, аккуратно: панели 100 мм и чистый монтаж». (А1)
- «Дизайн, который не течёт: согласуем узлы, покажем образцы»; «Тишина и порядок на участке: регламент работ и уборки». (А2–А3)
- «Без простоя и с документами. Берём окна ночью, отчитываемся ежедневно». (В1/С1)
- СТА: «Рассчитать смету за 24 часа» / «Получить визуал + смету» / «Запросить тендер-досье».

#### **Связка «триггер → сообщение → артефакт → СТА» для А1 (к применению в Главах 3–5)**

Ключевая боль: снег/лёд, затягивание сроков, скрытые платежи → Сообщение: «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день при готовом основании. Фикс-смета: что входит/не входит» → Доказательства: фото узлов; панели 100 мм; гарантия 10 лет → СТА: «Рассчитать смету за 24 часа» → Лид-магнит: чек-лист «Готовность основания».

#### **Связка для А2–А3**

Боль: «не попадёте в дизайн», конденсат → Сообщение: «2–3 визуала и палитры; узлы герметизации, вентиляция/водоотвод; регламент чистого монтажа» → Доказательства: образцы материалов, фото стыков, календарь с буфером → СТА: «Получить визуал + смету».

#### **Связка для В1 («Service-Pro»)**

Боль: остановка постов, инспекции, безопасность → Сообщение: «Монтаж по ночам/этапами, модульность по м², расчёт нагрузок» → Доказательства: график поставок, SLA, кейс окупаемости.

#### **Связка для С1 («Tender-Kit»)**

Боль: жалобы жителей, «срыв окон» → Сообщение: «Тендер-досье ≤4 ч. План интеграции в строй-график. Гарантия 10 лет» → Доказательства: чек-лист соответствия, референс-лист, регламент чистоты/тишины.

## 2. Глава 2. Боли, барьеры, триггеры и контрсообщения

### 2.1. Сводная карта болей, мотивов и искомых трансформаций

#### Функциональные боли (общие для макросегментов А/В/С).

Открытая стоянка и погодные риски (снег/дождь/солнце/сосульки), наледь и долгий прогрев авто; нехватка организованного пространства; у В2В — простои и связанные с ними прямые потери; в целом — риски краж/вандализма.

#### Эмоциональные боли.

«Висящий хвост» незавершённости; страх обмана/задержек/“косяков” при монтаже; неудовлетворённость внешним видом (эстетика/аккуратность).

#### Искомые трансформации (desired outcomes).

Спокойствие и предсказуемость; комфорт и порядок; экономия времени/денег через формат «под ключ»; аккуратный вид/престиж, рост ценности объекта. Для В2В/С добавляется формальное соответствие требованиям и закреплённый сервис (SLA).

#### Сегментные акценты.

А1 — приоритет цены/срока/надёжности; А2–А3 — герметичность, тишина и «чистый монтаж», соответствие дизайну; В1 — «без простоя» и документы; С1 — соответствие тендерным нормам и план реакций на жалобы жителей. Эти акценты далее «сшиваются» со сквозными микромоментами: прозрачность цены («что входит/не входит»), доказательства долговечности (панель 100 мм/фото узлов/гарантия 10 лет), бронь даты, визуалы, готовые документы и регламент чистоты.

---

### 2.2. Барьеры и возражения по сегментам: сила/частота и как их снимать

**Обозначения в карте возражений:** сила = ♦ (высокая) / ◇ (средняя); частота = ● (высокая) / ○ (средняя). Для каждого пункта приводится «противоядие»: контрсообщение + доказательный артефакт.

#### А1 «Практичный гараж/навес».

- «Дорого» ♦● → пакеты Базовый/Стандарт + фикс-смета «всё включено».
- «Не развалится?» ◇● → фото каркаса/узлов, панель 100 мм, гарантия 10 лет.
- «Скрытые платежи» ♦○ → таблица «что входит/не входит» + приложение к договору.
- «Затянете сроки» ♦● → таймлайн и правило «1 день при готовом основании».

#### А2 «Комфорт/порядок».

- «Испортите вид/конденсат» ♦● → 2–3 дизайн-варианта, узлы герметизации, вентиляция/водоотвод.
- «Шум/грязь при монтаже» ◇○ → регламент «чистого монтажа», защита фасада, фото «до/после».

#### А3 «Эстетика/статус».

- «Не попадёте в дизайн» ♦● → колор-кейсы, 3D/визуал, образцы материалов.
- «Потечёт/рыжие подтеки» ◇○ → узлы герметизации + регламент обслуживания.

#### В1 «Автосервис/шиномонтаж».

- «Будет простой/инспекции» → ночной/поэтапный монтаж, ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ, кейсы окупаемости.

#### В2 «Склады/логистика».

- «Сроки/поставки/нагрузки» → модульность по м<sup>2</sup>, график поставок, расчёт нагрузок.



### **В3 «Ритейл/NoReCa».**

— «Внешний вид/нормы» → соответствие ТЗ, визуалы, аккуратные примыкания.

### **С1 «УК/ТСЖ».**

— «Формальные несоответствия/жалобы жителей» → тендер-пакет, регламент шумов/чистоты, план реакций.

### **С2 «Девелоперы».**

— «Окна в строй-графике/срывы» → план интеграции, календарь работ, KPI/штрафы.

**Минимальный набор «по умолчанию» для снятия 80% барьеров:** чек-лист «Готовность основания», PDF «что входит/не входит», 3 галереи кейсов (A1/A2–A3/B–C), 3D-скетчи/колор-кейсы, регламент чистого монтажа, гарантийный паспорт; для В/С — единый тендер-пакет (КД/СРО/ОТ/ПБ/ППР + референсы).

---

## **2.3. Триггеры и микромоменты активации**

### **Событийные триггеры (когда «заходит» оффер).**

A1: первый снег/гололёд, покупка авто, штрафы за парковку → «смета ≤24 ч, монтаж за 1 день».

A2/A3: старт благоустройства, идея веранды/террасы/зимнего сада → «визуалы + смета».

B1: пик сезона, простаивают посты → «без простоя».

C1: тендер/бюджетное окно → тендер-досье ≤4 ч.

### **Сигналы готовности с маркерами оффера.**

A: «Смета за 24 ч, монтаж за 1 день, без доплат»; B: «План без простоя + комплект документов»; C: «Тендер-досье + график интеграции».

### **Сквозные микромоменты (усиливают конверсию на всех этапах СЖМ).**

Прозрачность цены («входит/не входит» + фикс-смета); долговечность (фото узлов/панель 100 мм/гарантия 10 лет); сроки/бронь даты (онлайн-календарь, альтернативные слоты); эстетика (2–3 визуала, образцы); «без простоя»; готовые документы; «чистый монтаж».

---

## **2.4. Контрсообщения и речевые модули + доказательные артефакты**

### **Ядро речевых модулей для первичных вопросов.**

— «Сколько стоит под ключ?» → фикс-смета по 6 параметрам, смета «сегодня», 3 кейса.

— «Не развалится?» → панель 100 мм, фото узлов, показать объект через 3 года.

— «Нужны документы» (В/С) → КД/СРО/ОТ/ПБ + гарантия 10 лет; отправка тендер-досье.

— «Нужен дизайн и аккуратность» → 2–3 цветовых варианта, узлы герметизации, «чистая зона».

### **Готовые «кирпичи» для хедлайнов/СТА.**

A1: «Гараж/навес под ключ: смета сегодня, монтаж завтра»; «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день. Без доплат». СТА: «Рассчитать смету за 24 часа».

A2–A3: «Дизайн, который не течёт: согласуем узлы, покажем образцы»; «Тишина и порядок на участке: регламент работ и уборки». СТА: «Получить визуал + смету».

B1/C1: «Без простоя и с документами. Берём окна ночью, отчитываемся ежедневно». СТА: «Запросить тендер-досье».

### **Артефакты-доказательства «по умолчанию» (вшиваются в ответы и КП).**

Чек-лист «Готовность основания»; PDF «что входит/не входит»; 3 галереи кейсов по сегментам; 3D-скетчи/колор-кейсы; регламент чистого монтажа; гарантийный паспорт; для В/С — единый тендер-пакет.

---

## 2.5. Сценарии сравнений с альтернативами и шаблоны ответов

### **«Есть частник на Avito дешевле».**

Ответ-рамка: «Сравните комплектацию и гарантийные риски: у нас фикс-смета без доплат, документация и ответственность, гарантия 10 лет и фото узлов». Дополнительно — показать таблицу «что входит/не входит» и 3 кейса «рядом с вами».

### **«Внешний вид/нормы» (B3), «конденсат/герметичность» (A2–A3).**

Ответ-рамка: соответствие ТЗ + визуалы/образцы + узлы герметизации и регламент обслуживания.

### **«Документы и безопасность» (B1/C1).**

Ответ-рамка: готовый пакет ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ, план интеграции в график, SLA по шуму/чистоте/реакциям; тендер-досье в течение 4 часов.

### **Финальный приём: упаковка в пакет и прозрачную смету.**

Рекомендовано закрывать сравнения готовыми пакетами (Базовый/Комфорт/Дизайн/Service-Pro/Logistics-Mod/Tender-Kit) и публичной таблицей «что входит/не входит» (на сайте/в КП и в договоре). Это снимает ценовые и формальные сомнения «одним взглядом» и ускоряет решение.

### 3. Глава 3. Customer Journey с микромоментами

#### 3.1. Методика построения CJM: из чего состоит и как читать

В этой главе путь клиента разложен на повторяющуюся структуру для каждого сегмента: **Шаг → Вопросы → Барьеры → Доказательства → Сообщение → СТА → NBA (Next Best Action) → KPI/SLA**. Это позволяет связать коммуникацию с проверяемыми артефактами и метриками на каждом этапе, а в конце — добавить «сквозные микромоменты» и обязательные материалы, которые повышают конверсию независимо от сегмента.

Сквозные элементы (используются в каждой карте): **прозрачная цена («что входит/не входит»), подтверждение сроков (таймлайн + бронь даты), долговечность (фото узлов/спецификация/гарантия), эстетика и герметичность (для A2/A3/B3), «без простоя» (для B1), пакет документов (для B/C), регламент «чистого монтажа».**

---

#### 3.2. CJM по ключевым сегментам

##### C1. Управляющая компания / ТСЖ «Tender-Kit»

###### 0. Триггер

Тендер/бюджетное окно. **SLA/KPI:** отправка тендер-досье в течение ≤4 часов.

###### 1. Поиск/узнавание

Вопросы: «Соответствуете требованиям? Есть референсы?»

Барьеры: формальные несоответствия, жалобы жителей.

Доказательства: типовой тендер-пакет, чек-лист соответствия, референс-лист.

Сообщение: «Полное соответствие требованиям. Гарантия 10 лет. Чистый монтаж».

СТА: «Запросить тендер-досье и спецификацию».

NBA: отправить PDF-досье, предложить техвстречу. **SLA/KPI:** отправка ≤4 ч.

###### 2. Рассмотрение/оценка

Барьеры: окна в строй-графике, гарантийные риски.

Доказательства: план интеграции, SLA сервиса, план реакций на жалобы.

Сообщение: «Интегрируемся в ваш график. Сервис-SLA прописан».

СТА: «Техвстреча/осмотр объекта».

NBA: onsite-осмотр, финальное ТЗ/смета. **KPI:** техвстреча ≤5 дн.

###### 3. Решение/договор

Артефакты: договор с KPI/штрафами; гарантийный график осмотров.

NBA: назначить ответственного по коммуникациям; календарь работ.

**KPI:** % рекламаций жителей ≤2%.

###### 4–5. Монтаж/сервис

Артефакты: объявления жителям; чистая зона; фото-отчёт.

NBA: еженедельные отчёты УК; пост-осмотр через 30/180 дней.

**KPI/SLA:** реакции ≤48 ч; пролонгация сервиса ≥60%.

Связанные микроблоки для лендинга L3: «Тендер-досье (скачать PDF)», «KPI и SLA», кейс-стори «0 дней простоя».

---

##### A1. Домовладелец «Практичный гараж/навес»

## 0. Триггер

Первый снег/гололёд, покупка авто, неудобство «откапывания», риск кражи.

Сообщение: «Смета за 24 часа, монтаж за 1 день при готовом основании».

**KPI:** % смет, высланных  $\leq 24$  ч.

## 1. Поиск/узнавание

Вопросы: «Сколько под ключ? Что входит в цену?»

Барьеры: страх доплат / затягивания сроков.

Доказательства: таблица «что входит/не входит», таймлайн работ, бронь даты.

СТА: «Рассчитать смету за 24 часа».

NBA: запросить 6 параметров для сметы. **KPI:** время ответа  $\leq 15$  мин.

## 2. Рассмотрение/оценка

Вопросы: «Материалы? Долговечность?»

Барьеры: «Не развалится? Будут ли доплаты?»

Доказательства: фото узлов, спецификация (панель 100 мм), гарантия 10 лет; PDF «входит/не входит».

Сообщение: «Фиксированная смета без доплат; монтаж — 1 день».

СТА: «Выезд/замер». **KPI:** конверсия смета  $\rightarrow$  замер  $\geq 50\%$ .

## 3. Решение/подписание

Артефакты: договор + приложение с таблицей «что входит/не входит» и календарём монтажа.

NBA: забронировать дату и резерв бригады.

**KPI:** замер  $\rightarrow$  договор  $\geq 45\%$ .

## 4–5. Монтаж/пост-сервис

Артефакты: протокол «чистого монтажа», фото «до/после», памятка ухода.

NBA: запросить отзыв; согласовать публикацию кейса.

**KPI:** доля кейсов с согласием  $\geq 30\%$ ; **монтаж за 1 день  $\geq 90\%$**  (при готовом основании).

Минимальные артефакты для конверсии: таймлайн «1 день», бронь даты, 3 релевантных кейса, FAQ «цена/сроки/основание/доплаты», финальный СТА «Получить смету сегодня».

---

## B1. Владелец СТО/шиномонтажа «Service-Pro»

### 0. Триггер

Пик сезона, простаивают посты/нужны крытые зоны.

### 1. Поиск/узнавание

Вопросы: «Как без простоя? Какие документы?»

Барьеры: простой, безопасность, инспекции.

Доказательства: ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ; ночной/позапный монтаж; кейс окупаемости.

Сообщение: «Смонтируем без простоя. Пакет документов — полный».

СТА: «Короткий техбриф + расчёт окупаемости».

NBA: собрать исходные (площадь/высоты/нагрузки). **SLA/KPI:** первичный расчёт  $\leq 48$  ч.

### 2. Рассмотрение/оценка

Барьеры: бюджет, сроки поставок, безопасность.

Доказательства: модульность по  $m^2$ , график поставок, расчёт нагрузок.

Сообщение: «Соберём по модулям, фиксируем этапы».

СТА: «Согласовать ТЗ/план».

NBA: согласовать окна работ/ночные смены. **KPI:** согласование ТЗ  $\leq 5$  дн.

### 3. Решение/подписание

Артефакты: договор с SLA и ответственностью за простой.

NBA: резерв бригады/поставок; weekly-апдейты.

KPI: договор→старт ≤10 дн.

### 4–5. Монтаж/сервис

Артефакты: ежедневный отчёт/фото, акт, регламент ТО; кейс «0 дней простоя».

NBA: через 30 дней — проверка, апсейл доп. узлов/ворот.

KPI: 0 дней простоя по вине подрядчика; upsell-rate ≥15%.

---

## A2–A3. Домовладелец «Комфорт/Эстетика»

### 1. Поиск/узнавание

Вопросы: «Попадёте в стиль? Не будет конденсата?»

Барьеры: внешний вид, герметизация.

Доказательства: 2–3 визуала/палитры, узлы герметизации, вентиляция/водоотвод.

СТА: «Получить визуал + смету».

NBA: привезти образцы. KPI: конверсия визуал→замер ≥50%.

### 2. Рассмотрение/оценка

Доказательства: календарь с буфером, неустойка за срыв, фото стыков/креплений.

Сообщение: «Закрепляем сроки в договоре; узлы согласуем очно».

СТА: «Встреча/замер». KPI: выезд ≤72 ч.

### 3. Решение/подписание

Артефакты: договор + приложение дизайна/узлов; график работ; опция «Премиум» (скрытые крепления).

NBA: календарь брони; weekly-апдейты. KPI: замер→договор ≥45%.

### 4–5. Монтаж/пост-сервис

Артефакты: протокол чистоты; фото «до/после».

NBA: через 30 дней — фото-кейс. KPI: доля кейсов к публикации ≥30%.

---

## 3.3. Сквозные микромоменты и точки влияния (для всех сегментов)

**Прозрачность цены:** на старте — таблица «входит/не входит» + фикс-смета; закрепить в КП/договоре и вывести на лендинге.

**Долговечность:** фото узлов + спецификация материалов + гарантия 10 лет (в лендинге/КП/скриптах).

**Сроки/бронь даты:** онлайн-календарь, 2 альтернативные даты, автоматические напоминания.

**Эстетика/дизайн (A2/A3/B3):** 2–3 визуала и образцы материалов; крупные планы стыков.

**«Без простоя» (B1):** ночные/поэтапные окна + отчётность в договоре/КП и на L3.

**Документы (B/C):** готовое тендер-досье, чек-лист соответствия, референсы.

**Чистый монтаж:** регламент, «тишина/чистота», фото «до/после».

---

## 3.4. Next Best Action и требования к контенту по шагам

## A1

- **Поиск:** авто-ответ ≤15 мин + бриф из 6 параметров, вложить PDF «входит/не входит». **NBA:** запросить замер/фото основания. **KPI:** % ответов ≤15 мин.
- **Оценка:** показать фото узлов/панели 100 мм/паспорт гарантии. **NBA:** назначить замер; зафиксировать «монтаж 1 день». **KPI:** смета→замер ≥50%.
- **Решение:** приложить календарь монтажа; подписать договор с приложением таблицы. **NBA:** бронь бригады. **KPI:** замер→договор ≥45%.

## A2–A3

- **Поиск:** 2–3 визуала/палитры + узлы герметизации → СТА «Получить визуал + смету». **NBA:** привезти образцы. **KPI:** визуал→замер ≥50%.
- **Оценка:** календарь с буфером + неустойка; фото стыков. **NBA:** очное согласование узлов. **KPI:** выезд ≤72 ч.

## B1

- **Поиск:** пакет ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ + кейс окупаемости. **NBA:** запрос исходных (площадь/нагрузки). **SLA:** расчёт ≤48 ч.
- **Оценка:** модульность/график поставок/расчёт нагрузок. **NBA:** согласовать ночные/поэтапные окна. **KPI:** ТЗ ≤5 дн.

## C1

- **Поиск:** тендер-досье + чек-лист соответствия + референсы. **SLA:** отправка ≤4 ч. **NBA:** техвстреча.
- **Оценка:** план интеграции + сервис-SLA + план реакций на жалобы. **NBA:** onsite-осмотр, финальное ТЗ/смета. **KPI:** техвстреча ≤5 дн.

Блок «Рекомендуемый набор артефактов и автоматизаций» к этой главе: калькулятор сметы; PDF «что входит/не входит»; чек-лист «готовность основания»; тендер-досье; три галереи кейсов; 3D-скетчи/кolor-кейсы; регламент чистого монтажа; памятка ухода + гарантийный паспорт; CRM-воронки и триггеры; дэшборд KPI.

## 4. Глава 4. Матрица сообщений и УТП

### 4.1. Матрица сообщений (по сегментам)

#### A1 Домовладелец «Практичный гараж/навес»

- **Главная ценность:** быстрый, надёжный «под ключ».
- **Ключевая боль:** снег/лёд, затягивание сроков, скрытые платежи.
- **Сообщение:** «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день при готовом основании. Фикс-смета: что входит/не входит».
- **Доказательства:** фото узлов; панели 100 мм; гарантия 10 лет.
- **СТА:** «Рассчитать смету за 24 часа».
- **Лид-магнит:** чек-лист «Готовность основания».

#### A2–A3 Домовладелец «Комфорт/Эстетика»

- **Главная ценность:** аккуратный вид, герметичность, тишина/чистота монтажа.
- **Ключевая боль:** «не попадёте в дизайн», конденсат.
- **Сообщение:** «2–3 визуала и палитры; узлы герметизации, вентиляция/водоотвод; регламент чистого монтажа».
- **Доказательства:** образцы материалов, фото стыков, календарь с буфером.
- **СТА:** «Получить визуал + смету».

#### B1 Владелец СТО/шиномонтажа «Service-Pro»

- **Главная ценность:** «без простоя» + полный пакет документов (ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ).
- **Ключевая боль:** остановка постов, инспекции, безопасность.
- **Сообщение:** «Монтаж по ночам/этапами, модульность по м<sup>2</sup>, расчёт нагрузок».
- **Доказательства:** график поставок, SLA, кейс окупаемости.

#### C1 УК/ТСЖ «Tender-Kit»

- **Главная ценность:** формальное соответствие + сервис-SLA.
- **Ключевая боль:** жалобы жителей, «срыв окон» в графике.
- **Сообщение:** «Тендер-досье за 4 часа. План интеграции в строй-график. Гарантия 10 лет».
- **Доказательства:** чек-лист соответствия, референс-лист, регламент чистоты/тишины.

**Как применять матрицу.** Для каждого сегмента сразу подставляйте «доказательные артефакты» (таблица «входит/не входит», фото узлов/панель 100 мм/гарантия 10 лет, тендер-досье), чтобы сообщения не оставались декларацией. Эти элементы зафиксированы как обязательный «фонд доверия» для любой коммуникации.

---

### 4.2. Выигрышные формулировки и позиционирование (hero/подзаголовки/СТА)

#### A1 (hero/подзаголовки/СТА):

- «Гараж/навес под ключ: смета сегодня, монтаж завтра».
- «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день. Без доплат».
- «Сухо, тепло, аккуратно: панели 100 мм и чистый монтаж».
- СТА: «Рассчитать смету за 24 часа».

#### A2–A3 (подзаголовки/аргументы/СТА):

- «Дизайн, который не течёт: согласуем узлы, покажем образцы».
- «Тишина и порядок на участке: регламент работ и уборки».
- СТА: «Получить визуал + смету».

### **B1/C1 (hero/CTA):**

- «Без простоя и с документами. Берём окна ночью, отчитываемся ежедневно».
- CTA: «Запросить тендер-досье».

**Где использовать:** первые экраны лендингов, верхние блоки КП, объявления (поиск/маркеты) и скрипты первичного касания. Все формулировки уже связаны с обязательными доказательствами и KPI/SLA в соседних разделах.

---

### **4.3. Лид-магниты и предложения входа**

- **A1:** чек-лист «Готовность основания» + обещание «Смета ≤24 ч». Формат выдачи — кнопка/форма на лендинге и авто-письмо после запроса сметы.
- **A2–A3:** «Визуал + смета» (2–3 визуала/палитры) + выезд с образцами.
- **B1:** «Короткий техбриф + расчёт окупаемости» (по исходным: площадь/высоты/нагрузки). SLA первичного расчёта ≤48 ч.
- **C1:** «Запросить тендер-досье и спецификацию» (pdf-пакет + чек-лист соответствия). SLA отправки ≤4 ч.

**Замечание по конверсии:** лид-магниты и CTA работают сильнее, когда на той же странице доступны «в один клик»: таблица «что входит/не входит», фото узлов/спецификация (100 мм), гарантия 10 лет, календарь брони даты. Это зафиксировано как «сквозные микромоменты».

---

### **4.4. Пакетизация офферов и УТП по пакетам**

#### **Набор пакетов (снятие 80% барьеров):**

- **A1 «Базовый»** — типовой гараж/навес, фикс-смета, монтаж за 1 день, гарантия 10 лет, опция рассрочки.
- **A2 «Комфорт»** — утепление 100 мм, вентиляция, окна/ворота DoorHan, чистый монтаж.
- **A3 «Дизайн»** — цвет/декор, скрытые крепления, 3D-визуал.
- **B1 «Service-Pro»** — без простоя, ППР, пакет документов, сервис-регламент.
- **B2 «Logistics-Mod»** — модульность, расчёт нагрузок, быстрые поставки.
- **C «Tender-Kit»** — тендер-пакет, референсы, график интеграции, SLA.

**Прозрачность по цене — часть УТП пакетов:** таблица «что входит/не входит» закрепляется в договоре и доступна «в один клик» на сайте/в КП; рекомендуемый триггер на форме — CTA «Рассчитать смету за 24 часа».

#### **Как использовать пакеты на практике:**

1. Включайте названия пакетов в лендинги (L1/L2/L3) и КП — это ускоряет выбор и снимает рутину сравнения «частник vs подрядчик». 2) В каждом пакете явно показывайте доказательства качества/сроков/документов (фото узлов, 100 мм, гарантия 10 лет; ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ; регламент чистого монтажа). 3) Свяжите пакеты с авто-воронками: после запроса сметы/визуала/тендер-пакета уходят шаблонные письма с нужными артефактами и напоминаниями.

#### **A/B-тесты по пакетам и первым экранам:**

- Таблица «входит/не входит» прямо в hero.
  - Калькулятор-бриф (6 параметров) vs. короткая форма.
  - Календарь брони на лендинге. (ICE-приоритизация подготовлена в плане внедрения.)
-



**Связка с последующими главами.**

Матрица сообщений и пакеты напрямую «питают» **Главу 5** (структуры лендингов и КП), **Главу 6** (скрипты и микротексты), **Главу 7** (KPI/SLA) и **Главу 8** (внедрение и риски). Для каждого следующего блока уже предусмотрены конкретные артефакты и контрольные метрики — от «смета  $\leq 24$  ч», «монтаж за 1 день», до «реакции  $\leq 48$  ч», tender-win rate и NPS.

## 5. Глава 5. Структура лендингов и коммерческих предложений

### 5.1. Шаблоны лендингов (L1/L2/L3)

Ниже — три готовых каркаса, собранных из исходного анализа. Каждый блок содержит: цель, краткое наполнение, примеры микротекстов и обязательные артефакты-доказательства. Структура увязана с матрицей сообщений (Гл.4) и CJM (Гл.3), поэтому элементы «что входит/не входит», календарь, фото узлов и пакет документов встроены в первые экраны и соответствуют шагам пути клиента.

#### L1 — для A1 «Практичный гараж/навес» (скорость, прозрачность, надёжность)

##### 1. Hero

Цель: мгновенно снять сомнения по цене/срокам и задать «тон доверия».

Микротексты: «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день (при готовом основании). Без доплат».

СТА: «Рассчитать смету за 24 часа».

Артефакты на первом экране: иконки «панель 100 мм», «гарантия 10 лет», «фикс-смета».

##### 2. Калькулятор-бриф (6 параметров)

Цель: быстро получить исходные данные и удержать фокус на «под ключ».

Примечание: протестировать короткую форму vs. калькулятор — через ICE-приоритизацию.

##### 3. Блок «Что входит / не входит»

Цель: обнулить страх «скрытых платежей».

Содержимое: таблица на 2 колонки; ссылка на PDF-приложение к договору.

##### 4. Фото узлов и спецификация

Цель: доказать долговечность и качество.

Содержимое: 3–5 узлов (каркас/стыки/крепёж), краткая спецификация «панель 100 мм».

##### 5. Календарь-бронь даты

Цель: снять страх затягивания; показать ближайшие слоты и альтернативы.

Примечание: закрепить правило «монтаж за 1 день (при готовом основании)».

##### 6. Кейсы «рядом с вами»

Цель: социальное доказательство.

Содержимое: 3 мини-кейса с адресом/датой/фото «до/после».

##### 7. FAQ «Цена/срок/основа/доплаты»

Цель: превентивно закрыть частые возражения A1.

Примечание: ответы синхронизировать со скриптами (Гл.6).

##### 8. Финальный СТА + лид-магнит

СТА: «Рассчитать смету за 24 часа». Лид-магнит: «Чек-лист готовности основания (PDF)».

---

#### L2 — для A2–A3 «Комфорт/Эстетика» (герметичность, чистота, дизайн)

##### 1. Hero

Микротексты: «Дизайн, который не течёт: согласуем узлы, покажем образцы».

Подзаголовок: «Тишина и порядок при монтаже: регламент чистого монтажа».

СТА: «Получить визуал + смету».

##### 2. Галерея визуалов + палитры

Цель: снизить риск «не попадёте в стиль».

Содержимое: 2–3 варианта визуала, палитры, крупные планы стыков.

3. **Блок «Узлы герметизации / вентиляция / водоотвод»**  
Цель: снять страх конденсата и протечек.  
Содержимое: схемы узлов, короткие подсказки по обслуживанию.
  4. **Регламент «чистого монтажа»**  
Цель: управлять ожиданиями по шуму/чистоте.  
Содержимое: выдержка из регламента + чек-лист «чистая зона».
  5. **Календарь с буфером и неустойкой**  
Цель: закрепить обязательность сроков и снизить тревогу по переносам.
  6. **Кейсы «эстетика и аккуратность»**  
Цель: показать деталь и финиш.  
Содержимое: 3 объекта с фото «стыков/узлов/креплений».
  7. **Финальный СТА + лид-магнит**  
СТА: «Получить визуал + смету». Доп.: «Выезд с образцами».
- 

### **L3 — для B1/C1 (B2B/УК): «без простоя», документы, SLA**

1. **Неро (две шапки по ролям)**  
B1: «Без простоя и с документами. Берём окна ночью, отчитываемся ежедневно».  
C1: «Тендер-досье за 4 часа. План интеграции в строй-график. SLA сервиса».  
СТА: «Запросить тендер-досье / техбриф».
  2. **Пакет документов (скачать PDF)**  
Содержимое: КД/ППР/СРО/ОТ/ПБ + чек-лист соответствия.
  3. **«План без простоя»**  
Содержимое: ночные/поэтапные окна, график поставок, отчётность.
  4. **Кейсы «0 дней простоя / соответствие УК»**  
Содержимое: показатели до/после, фото-отчёт, ссылочный лист.
  5. **KPI и SLA (короткий блок)**  
Содержимое: «первичный расчёт ≤48 ч», «реакции ≤48 ч», «NPS», «% рекламаций жителей».
  6. **Финальный СТА (двойной)**  
B1: «Короткий техбриф + расчёт окупаемости». C1: «Запросить тендер-досье и спецификацию».
- 

### **5.2. Шаблон коммерческого предложения (КП)**

**Общий принцип:** КП — зеркалит лендинг, но глубже раскрывает доказательства и условия.  
Структура отличается для B2C и B2B/УК.

#### **КП для B2C (A1/A2–A3)**

1. Титул (герой-обещание + контакты ЛПР/менеджера).
2. Краткая смета (фикс, без доплат) + **таблица «что входит/не входит»** (вшита в КП и пойдёт приложением к договору).

3. Материалы и узлы (фото/спецификация, «панель 100 мм», гарантия 10 лет).
4. Таймлайн + календарь даты монтажа (с резервными окнами).
5. Регламент «чистого монтажа» (выдержка).
6. Кейсы «рядом с вами».
7. Приложение: чек-лист «Готовность основания».

#### **КП для В2В/УК (В1/С1)**

1. Титул (ролевая подача: владелец СТО / инженер УК).
2. Пакет документов (КД/ППР/СРО/ОТ/ПБ) + чек-лист соответствия.
3. «План без простоя»: ночные/позтапные окна, график поставок, контроль рисков.
4. KPI/SLA и отчётность (периодичность, каналы, формат weekly-апдейтов).
5. Кейсы по отрасли (показатели до/после, «0 дней простоя»).
6. График интеграции в строй-план / календарь работ.
7. Доп. условия: реакции ≤48 ч, гарантия, сервисный регламент.

---

#### **5.3. Таблица «Что входит / не входит»**

**Назначение:** устранить «страх доплат», сократить переговоры и снизить вероятность претензий.

**Формат:** публичная версия на сайте + идентичная таблица в КП и приложении к договору.

**Содержимое:**

— «Входит»: проект/изготовление/монтаж, тип крепежа, перечень материалов/доборов, доставка, утилизация.

— «Не входит»: нестандартные работы по основанию, перенос коммуникаций, доп. отделка (по прайсу), согласования третьих лиц.

**Примечания:** ссылка на чек-лист оснований; отметка «доп. работ нет без согласования».

---

#### **5.4. Регламенты и стандарты сервиса (выдержки для публичных материалов)**

**Регламент «чистого монтажа» (для А2–А3 и С1):** зона укрытия/тихие часы/ежедневная уборка/фото-отчёт «до/после». Добавляется в лендинг и КП как короткий блок + PDF.

**SLA по реакциям/сервису:** «первичный ответ ≤15 мин», «смета ≤24–48 ч», «реакции на сервисные обращения ≤48 ч», «монтаж за 1 день при готовом основании». Выносится в «KPI/SLA» (L3 и КП В2В/УК).

**Гарантия и обслуживание:** «гарантия 10 лет», график пост-осмотров (30/180 дней), памятка ухода (PDF).

## **6. Глава 6. Скрипты и речевые модули**

### **6.1. Ядро речевых модулей: ответы на ключевые вопросы**

#### **A1 «Сколько стоит под ключ?»**

Каркас ответа: «Смета сегодня, фикс без доплат — приложу таблицу “что входит/не входит”. По срокам: монтаж за 1 день, если основание готово». → Приложить PDF-таблицу + таймлайн/календарь.

#### **A1 «Не развалится?»**

Каркас: «Показываю фото узлов и спецификацию (панель 100 мм). Гарантия 10 лет. Пришлю 3 кейса рядом с вами». → Приложить фото/паспорт гарантии + ссылки на кейсы.

#### **A2–A3 «Попадёте в дизайн? Что с конденсатом?»**

Каркас: «Сделаем 2–3 визуала и палитры, согласуем узлы герметизации, предусмотрим вентиляцию/водоотвод. Работаем по регламенту чистого монтажа». → Приложить визуалы, схему узлов, выдержку регламента.

#### **B1 «Какие документы? Как без простоя?»**

Каркас: «Готов пакет КД/ППР/СРО/ОТ/ПБ. Работаем в ночные/поэтапные окна, ведём отчётность. Пришлю кейс окупаемости и план поставок». → Приложить тендер-пакет, график поставок, KPI/SLA.

#### **C1 «Соответствуете требованиям? Как с жалобами жителей?»**

Каркас: «Соблюдаем чек-лист соответствия. Есть план реакций и сервис-SLA. Отправляю тендер-досье за 4 часа». → Приложить чек-лист, SLA, PDF-досье.

---

### **6.2. Микротексты (для лендингов, объявлений и писем)**

#### **A1**

Него: «Гараж/навес под ключ: смета сегодня, монтаж завтра».

Подзаголовок: «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день. Без доплат».

Кнопка: «Рассчитать смету за 24 часа».

#### **A2–A3**

Него: «Дизайн, который не течёт».

Подзаголовок: «Согласуем узлы, покажем образцы. Тишина и порядок на участке».

Кнопка: «Получить визуал + смету».

#### **B1 / C1**

Него: «Без простоя и с документами».

Подзаголовок: «Берём окна ночью, отчитываемся ежедневно / Тендер-досье за 4 часа».

Кнопка: «Запросить тендер-досье / техбриф».

---

### **6.3. Скрипты обработки типовых возражений**

#### **«Частник дешевле» (А-сегменты)**

Ответ-рамка: «Сравните комплектацию и гарантии: фикс-смета без доплат, документы и ответственность, гарантия 10 лет, фото узлов. Приложу таблицу “что входит/не входит” и 3 кейса». → Прислать PDF + 3 кейса «рядом с вами».

**«Не попадёте в дизайн / будет конденсат» (A2–A3)**

Ответ-рамка: «Покажу 2–3 визуала и палитры, узлы герметизации и вентиляции; работаем по регламенту чистого монтажа». → Приложить визуалы/схемы/регламент.

**«Документы/безопасность/простои» (B1/C1)**

Ответ-рамка: «Готов пакет КД/ППР/СРО/ОТ/ПБ; “План без простоя” с ночными/поэтапными окнами; сервис-SLA». → Прислать чек-лист соответствия и ссылку на кейс «0 дней простоя».

## 7. Глава 7. Метрики, KPI и SLA

### 7.1. Конверсионные цели и KPI контента/коммуникаций (по сегментам)

Сквозные целевые нормативы для всех сегментов:

- **Время первичного ответа  $\leq 15$  минут** во всех каналах (телефон/чат/почта/мессенджер). Это базовая метрика оперативности и уважения к запросу.
- **Смета  $\leq 24\text{--}48$  часов** в зависимости от сложности запроса и сегмента (A1 — ближе к 24 ч; B1/C1 сложные объёмы — до 48 ч).
- **Монтаж за 1 день при готовом основании** — операционный KPI для A1 (фиксируется на лендинге и в КП).

**Воронка A1 (B2C — «Практичный гараж/навес»):**

- Лид  $\rightarrow$  смета (TAT сметы  $\leq 24$  ч; % лидов со сметой  $\geq 85\%$ ).
- Смета  $\rightarrow$  **замер  $\geq 50\%$** .
- Замер  $\rightarrow$  **договор  $\geq 45\%$** .
- Договор  $\rightarrow$  монтаж «в 1 день» (при готовом основании)  $\geq 90\%$ .
- Монтаж  $\rightarrow$  отзыв/кейс: доля проектов с согласованной публикацией кейса  $\geq 30\%$ .

**Воронка A2–A3 (B2C — «Комфорт/Эстетика»):**

- Лид  $\rightarrow$  «визуал + смета» (предоставить 2–3 визуала/палитры) — SLA предоставления материалов  $\leq 48$  ч.
- «Визуал + смета»  $\rightarrow$  **замер  $\geq 50\%$** .
- Замер  $\rightarrow$  договор  $\geq 45\%$ ; в договоре фиксируются **сроки с буфером/неустойкой**.

**Воронка B1 (B2B — «Service-Pro», СТО/шиномонтаж):**

- Лид  $\rightarrow$  **короткий техбриф** (сбор исходных: площадь/высоты/нагрузки) — **первичный расчёт  $\leq 48$  ч**.
- Техбриф  $\rightarrow$  согласованное ТЗ  $\leq 5$  рабочих дней.
- ТЗ/КП  $\rightarrow$  договор  $\rightarrow$  старт работ  $\leq 10$  дней; **0 дней простоя** по вине подрядчика — целевая операционная метрика.

**Воронка C1 (УК/ТСЖ — «Tender-Kit»):**

- Лид  $\rightarrow$  **тендер-досье  $\leq 4$  часа** (полный пакет документов + чек-лист соответствия).
- Досье  $\rightarrow$  техвстреча/on-site  $\leq 5$  дней; решение/договор — с KPI и SLA в приложении.

Сквозные качественные KPI:

- **NPS** по закрытым проектам; **жалобы жителей  $\leq 2\%$**  (для C1); **win-rate по тендерам (C1)** и **upsell-rate  $\geq 15\%$**  на доп. узлы/ворота (B1).

---

### 7.2. SLA по сервису и постпродаже (регламенты и ответственные)

Стандарт реакции на обращения:

- **≤ 48 часов** — время реакции на сервисные обращения; канал: единая точка входа (почта/CRM-тикет), с дублем в мессенджер для срочных случаев.

#### План пост-сервисных осмотров:

- Проверка через **30 дней** и **180 дней** после монтажа (документируется чек-листом и фотоотчётом).

#### Цели удержания и качества:

- **Пролонгация сервиса ≥ 60%** (продление гарантийных обязательств/доп-сервисов по регламенту), **NPS на уровне отрасли или выше.**

#### Коммуникационный протокол (B1/C1):

- **Weekly-апдейты** с KPI/фото/рисками; эскалация: менеджер проекта → руководитель направления → директор.

---

### 7.3. Дашборд и мониторинг (архитектура данных и визуализация)

#### Структура дашборда:

- **Воронки:**
  - B2C: лид → смета → замер → договор → монтаж → отзыв/кейс.
  - B2B/C: лид → техбриф → ТЗ/КП → договор → старт → закрытие → NPS.
- **SLA-карта:** «ответ ≤15 мин», «смета ≤24/48 ч», «тендер-досье ≤4 ч», «реакции ≤48 ч», «монтаж за 1 день» (A1).
- **Контент-KPI:** CTR объявлений/первых экранов, конверсия форм (калькулятор vs короткая форма), доля заявок с календарём брони.
- **Репозиторий артефактов** (виджет загрузок/переходов): PDF «что входит/не входит», тендер-досье, визуалы/узлы, кейсы.

#### Сбор данных и автоматизации:

- **CRM-воронки с автотриггерами:** отправка сметы/визуалов/досье; напоминания о замере и брони; follow-up с кейсами/отзывами.
- **Ретаргетинг по интересам** (сегменты/состояние CJM) и автописьма с привязкой к артефактам (таблица «входит/не входит», календарь, визуалы, тендер-пакет).

---

### 7.4. Система экспериментов и приоритизация (A/B, ICE)

#### Тестовые гипотезы первого экрана:

- Вынесение **таблицы «входит/не входит»** сразу в hero vs. под первым экраном.
- **Калькулятор-бриф (6 параметров) vs. короткая форма.**
- Встраиваемый **календарь брони** на первом экране vs. отдельный шаг.

#### Методика приоритизации:



- **ICE-оценка** (Impact, Confidence, Ease) для каждой гипотезы; запуск в рамках спринтов (см. Гл.8).
  - Ключевые метрики тестов: **CVR первого экрана, TAT до сметы, % лидов с календарём, % «смета → замер» / «визуал → замер», win-rate тендеров** (для C1).
- 

#### 7.5. Роли, владение метриками и эскалация

- **Маркетинг:** CVR страниц, CTR креативов, стоимость лида, доля лидов с полным брифом; владелец — руководитель маркетинга.
  - **Продажи:** TAT ответа, конверсии «смета→замер→договор», доля кейсов; владелец — руководитель продаж.
  - **Производство/монтаж:** соблюдение календаря, «монтаж за 1 день», фотоотчёты; владелец — производственный менеджер.
  - **B2B-контуры (B1/C1):** SLA, тендер-пакеты, weekly-апдейты; владелец — менеджер проектов B2B/УК.
- 

#### 7.6. North Star и вспомогательные метрики

- **North Star (B2C):** «Доля проектов, прошедших полный путь до кейса» (лид → монтаж → согласованный кейс). Влияет на доверие и органику.
  - **North Star (B2B/C):** «Доля проектов с KPI/SLA без отклонений» + «Tender win-rate».
  - Вспомогательные: TAT ответов/смет/досье; % лидов с календарём; NPS; upsell-rate.
-

## 8. Глава 8. Риски и план внедрения

### 8.1. Карта рисков по сегментам и этапам CJM (с контрмерами)

#### A1 — цена/доплаты, сроки, надёжность:

- Риск «скрытые платежи» → **Таблица «что входит/не входит»** в публичных материалах и в приложении к договору (контр-артефакт №1).
- Риск «затянете сроки» → **календарь-бронь** + правило «монтаж за 1 день при готовом основании» (в hero, КП и договоре).
- Риск «не развалится» → **фото узлов/спецификация (панель 100 мм) + гарантия 10 лет.**

#### A2–A3 — дизайн/герметичность/чистота:

- Риск «не попадёте в стиль» → **2–3 визуала и палитры**, примеры стыков/креплений.
- Риск «конденсат/протечки» → **узлы герметизации, вентиляция/водоотвод** (схемы и фото).
- Риск «шум/грязь» → **регламент чистого монтажа** (выдержка + чек-лист зоны).

#### B1 — простои/инспекции/безопасность:

- Риск «простой постов» → **План без простоя** (ночные/позападные окна, график поставок, отчётность), **SLA в договоре.**
- Риск «документы» → **полный пакет КД/ППР/СРО/ОТ/ПБ** + чек-лист соответствия.

#### C1 — формальные несоответствия/жалобы жителей:

- Риск «не пройдем требования» → **тендер-досье ≤4 ч** (PDF-пакет) + чек-лист соответствия и референсы.
- Риск «жалобы на шум/чистоту» → **регламент чистого монтажа** + план реакций (SLA реакций ≤48 ч).

---

### 8.2. План внедрения на 4–12 недель (спринты, цели, артефакты, контрольные точки)

План ориентирован на быстрое получение эффекта: сначала — **фундамент доверия и конверсии** (артефакты и первые экраны), затем — **высокие сегментные блоки**, затем — **автоматизации и эксперименты**. Все шаги завязаны на KPI из Главы 7 и на конкретные артефакты из Глав 4–6.

#### Спринт 0 (неделя 0–1): Настройка основы и счётчиков

- Задачи: завести CRM-воронки (B2C и B2B/C), сверстать дашборд KPI/SLA, назначить владельцев метрик, сформировать шаблоны писем/чат-ответов.
- Артефакты: CRM-стадии и автотриггеры; дашборд; шаблоны «ответ ≤15 мин», «смета ≤24/48 ч»; чек-листы «готовность основания».
- Контрольные точки: TAT ответа ≤15 мин достигнут в ≥80% случаев; корректность фиксации стадий в CRM.

#### Спринт 1 (неделя 2–3): Фундамент доверия и прозрачности

- Задачи: вынести таблицу «что входит/не входит» на L1/L2/L3 и в КП; собрать блок **фото узлов/100 мм/гарантия 10 лет**; подключить **календарь-бронь**.

- Артефакты: PDF «что входит/не входит», блок «узлы/спека/гарантия», виджет календаря.
- KPI: рост CVR первого экрана; снижение доли возражений по «доплатам/срокам».

#### Спринт 2 (неделя 3–4): Сегментные блоки A1 и A2–A3

- Задачи: на L1 — «смета ≤24 ч / монтаж за 1 день» + калькулятор-бриф (6 параметров); на L2 — **визуалы/палитры, узлы герметизации, регламент чистого монтажа**.
- Артефакты: формы/калькулятор; галерея визуалов; регламент (выдержка + PDF).
- KPI: «смета → замер ≥ 50%» (A1); «визуал → замер ≥ 50%» (A2–A3).

#### Спринт 3 (неделя 4–6): B2B/УК контуры (B1/C1)

- Задачи: собрать L3: **пакет документов (скачать PDF)**, блок «План без простоя», KPI/SLA, кейсы «0 дней простоя»; автоматизировать отправку **тендер-досье ≤4 ч**.
- Артефакты: тендер-пакет, чек-лист соответствия, шаблон weekly-апдейтов.
- KPI/SLA: первичный расчёт ≤48 ч (B1); тендер-досье ≤4 ч (C1); договор→старт ≤10 дн.

#### Спринт 4 (неделя 6–8): Автоматизации и follow-up

- Задачи: e-mail/мессенджер-цепочки под каждую стадию (смета/визуалы/досье), ретаргетинг по интересам/сегментам, авто-напоминания о замере/броне/дате монтажа.
- Артефакты: набор шаблонов; сегменты ретаргетинга; интеграции с CRM.
- KPI: доля лидов, получивших «правильный» артефакт в 1-е сутки ≥90%; рост CVR «смета→замер»/«визуал→замер».

#### Спринт 5 (неделя 8–12): Эксперименты и масштабирование

- Задачи: запуск A/B по **таблице в hero, калькулятор vs короткая форма, календарь в hero**; ICE-приоритизация гипотез; перенос удачных решений во все страницы/скрипты/КП.
- Артефакты: план экспериментов; шаблоны вариантов; регламент «как фиксировать результаты».
- KPI: прирост CVR первого экрана; сокращение TAT до сметы; рост win-rate (C1).

### 8.3. Ответственности, календарь работ, отчётность и критерии приёмки (KPI/SLA)

#### Матрица RACI (сокращённо):

- **Маркетинг (R/A):** лендинги L1/L2/L3, лид-магниты, ретаргетинг, A/B. **Критерии приёмки:** рост CVR и доли лидов с полным брифом; соблюдение TAT креатива.
- **Продажи (R/A):** TAT ответа ≤15 мин, «смета ≤24–48 ч», качество КП и таблиц, конверсии «смета→замер→договор».
- **Производство/монтаж (R):** календарь, «монтаж за 1 день», фотоотчёт, чистота. **Критерии:** соблюдение дат, регламент «чистого монтажа».
- **B2B/УК-проект (R):** тендер-пакет ≤4 ч, «План без простоя», weekly-апдейты, SLA. **Критерии:** договор→старт ≤10 дн, 0 дней простоя, жалобы жителей ≤2%.

#### Календарь отчётности:

- **Еженедельно:** сводка KPI (воронки, SLA, контент-метрики), статусы задач спринта, риски и меры.
- **Ежемесячно:** ретроспектива А/В, обновление ICE, пополнение репозитория кейсов/артефактов.

**Формальные критерии приёмки спринта:**

- Выпущены артефакты по списку спринта (PDF «входит/не входит», узлы/спека/гарантия, визуалы/палитры, тендер-досье, календарь-бронь, шаблоны писем) и **подключены в CRM-цепочки**.
- Достигнуты целевые **SLA**: ответ  $\leq 15$  мин; смета  $\leq 24/48$  ч; тендер-досье  $\leq 4$  ч; реакции  $\leq 48$  ч.
- Достигнуты целевые **конверсии**: «смета→замер  $\geq 50\%$ », «замер→договор  $\geq 45\%$ » (B2C); для B1/C1 — соблюдение «расчёт  $\leq 48$  ч / договор→старт  $\leq 10$  дн» и «0 дней простоя».

## 9. Глава 9. Артефакты и автоматизации для масштабирования

### 9.1. Обязательные артефакты: состав, формат, точки встраивания

#### 1) PDF «Что входит / не входит».

**Назначение:** обнуляет страх «скрытых платежей», ускоряет принятие решения.

**Состав:** двумерная таблица «входит»/«не входит»; идентичная версия — на сайте, в КП и приложением к договору.

**Где применяется:** hero/первый экран (как сводка), блок FAQ, раздел условий в КП, приложение к договору.

#### 2) Чек-лист «Готовность основания» (PDF).

**Назначение:** повышает долю монтажей «за 1 день», снижает возвраты/переносы.

**Где применяется:** автоответ на лид A1, финальный экран L1, приложение к КП; используется в скрипте «готовность площадки».

#### 3) Фото узлов + спецификация материалов (панель 100 мм) + гарантия 10 лет.

**Назначение:** визуальное доказательство долговечности/качества; закрывает возражения «не развалится».

**Где применяется:** L1/L2 (блок «узлы/герметизация»), КП (раздел «Материалы и узлы»), письма после сметы.

#### 4) Галерея кейсов «рядом с вами» (по сегментам).

**Назначение:** социальное доказательство + локальная релевантность.

**Где применяется:** лендинги, письма-фоллоуап, КП; для B2B/C — кейсы «0 дней простоя».

#### 5) Регламент «чистого монтажа» (выдержка + полный PDF).

**Назначение:** снижает тревогу по шуму/грязи, формализует ожидания; критично для A2–A3/C1.

**Где применяется:** L2/L3 (блок сервиса), КП (раздел «Регламенты»), договор (Приложение).

#### 6) Тендер-досье (PDF) для B2B/УК.

**Состав:** КД/ППР/СРО/ОТ/ПБ + чек-лист соответствия и референс-лист.

**SLA:** отправка в течение ≤4 часов с момента запроса.

**Где применяется:** L3 (кнопка «Скачать тендер-досье»), письма первичного касания, КП B2B/УК.

#### 7) «Визуал + смета» для A2–A3 (2–3 визуала/палитры).

**Назначение:** снятие риска «не попадёте в стиль», «потечёт».

**Где применяется:** L2 hero, письма по заявке, КП (Приложение с визуалами).

#### 8) Календарь-бронь монтажной бригады.

**Назначение:** фиксирует дату, снимает страх «затянете сроки».

**Где применяется:** L1/L2/L3 (виджет), КП (таймлайн), договор (приложение с датой и буфером).

#### 9) Памятка ухода + гарантийный паспорт.

**Назначение:** снижает нагрузку на сервис, повышает NPS/пролонгацию.

**Где применяется:** финальный шаг CJM, пост-письмо, раздел «Сервис» в КП/лендинге.

#### 10) Калькулятор-смета (6 параметров).

**Назначение:** ускоряет сбор исходных данных, повышает качество смет и лидов.

**Где применяется:** второй блок L1, параллельный тест «калькулятор vs. короткая форма».

---

### 9.2. Автоматизации: CRM-триггеры, цепочки коммуникаций, ретаргетинг

CRM-воронки и стадии.

- **B2C:** лид → смета → замер → договор → монтаж → отзыв/кейс.
- **B2B/С:** лид → техбриф → ТЗ/КП → договор → старт → закрытие → NPS.  
**Назначение:** единая операционная картина и контроль конверсий на каждом шаге.

#### Автотриггеры (по событиям):

- Создан лид (A1): автоответ ≤15 мин + чек-лист основания + СТА «Смета ≤24 ч».
- Создан лид (A2–A3): письмо «Визуал + смета» (запрос палитры/фото фасада), слоты для выезда.
- Создан лид (B1/C1): бриф на исходные (площадь/нагрузки) / кнопка «Скачать тендер-досье».
- Смета/визуал/досье отправлены: напоминание через 24–48 ч, письмо с кейсами/узлами.
- Забронирована дата: серия напоминаний, чек-лист подготовки, регламент «чистой зоны».

#### SLA/KPI в шине автоматизаций:

- «Ответ ≤15 мин», «Смета ≤24/48 ч», «Тендер-досье ≤4 ч», «Реакции ≤48 ч» — как триггеры задач/эскалаций и виджеты дашборда.

#### Ретаргетинг:

- Сегменты по состоянию CJM (просмотрел «что входит/не входит», открыл «узлы/гарантию», загрузил «тендер-досье», выбрал дату в календаре) — персональные креативы/письма с тем же артефактом.

### 9.3. Портфолио и тендерные материалы для B2B/УК

#### Портфолио кейсов:

- Для каждого сегмента — минимум **3 релевантных кейса**; формат: краткая сводка (контекст → решение → результат), фото «до/после», показатели (для B1 — «0 дней простоя»).
- Точки применения: лендинги, КП, письма-фоллоуап, «репозиторий артефактов» в CRM/дашборде.

#### Tender Kit (C1/B2B):

- Содержимое: КД/ППР/СРО/ОТ/ПБ, чек-лист соответствия, референс-лист; **SLA: ≤4 ч**.
- Размещение: L3 (кнопка «Скачать»), письма на первом касании, раздел «Документы» в КП.

## 10. Приложения

### 10.1. Шаблоны лендингов: L1 / L2 / L3 — полные каркасы с микротекстами и артефактами

#### L1 — A1 «Практичный гараж/навес»

**Цель:** скорость, прозрачность стоимости, надёжность.

**Каркас страницы:**

1. **Hero**
    - Заголовок/обещание: «Смета ≤24 ч. Монтаж за 1 день (при готовом основании). Без доплат».
    - Кнопка: «**Рассчитать смету за 24 часа**».
    - Артефакты в первом экране: иконки «**панели 100 мм**», «**гарантия 10 лет**», «**фикс-смета**».
  2. **Калькулятор-бриф (6 параметров)** / быстрая форма (для А/В-теста). Цель — быстро собрать исходные данные на смету ≤24 ч.
  3. **Блок «Что входит / не входит»**
    - Краткая таблица + ссылка на PDF-приложение (идентичная версия — в КП и договоре).
  4. **Фото узлов и спецификация**
    - 3–5 «крупных планов» (каркас/стыки/крепёж) + пометка «панель 100 мм», **гарантия 10 лет**.
  5. **Календарь-бронь даты**
    - Виджет + правило «монтаж за 1 день при готовом основании».
  6. **Кейсы «рядом с вами»**
    - 3 кейса с адресом/датой/фото «до/после».
  7. **FAQ**
    - Блок вопросов: цена/сроки/основание/доплаты.
  8. **Финальный СТА + лид-магнит**
    - СТА: «Получить смету сегодня» и/или «Рассчитать смету за 24 часа».
    - Лид-магнит: **чек-лист «Готовность основания» (PDF)**.
- 

#### L2 — A2–A3 «Комфорт/Эстетика»

**Цель:** дизайн без протечек, тишина/чистота монтажа, визуальные подтверждения.

1. **Hero**
  - «Эстетичные конструкции без протечек и шума».
  - СТА: «**Получить визуал + смету**».
2. **Галерея визуалов/палитр**
  - 2–3 варианта + образцы материалов.
3. **Узлы герметизации / вентиляция / водоотвод**
  - Схемы узлов + короткие подсказки по обслуживанию.
4. **Регламент «чистого монтажа» (выдержка)**
  - «Тихие часы/защита фасада/уборка» — вынести как обещание с ссылкой на PDF.

5. **Календарь с буфером/неустойкой**  
— Закрепить обязательность сроков.
  6. **Кейсы «эстетика и аккуратность»**  
— Крупные планы **стыков/креплений**.
- 

### **L3 — B1/C1 (B2B/УК)**

**Цель:** «без простоя», документы, SLA/отчётность.

1. **Неро (две роле-версии)**  
— B1: «Смонтируем без простоя. Документы в полном объёме».  
— C1: «Тендер-досье за 4 часа. План интеграции в строй-график. SLA сервиса».  
— CTA: «Запросить тендер-досье / техбриф».
  2. **Тех-блок: документы/расчёты/модульность**  
— ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ; расчёт нагрузок; модульность.
  3. **«План без простоя»**  
— Ночные/поэтапные окна, график поставок, ответственность.
  4. **Тендер-досье + чек-лист соответствия (скачать PDF)**  
— SLA выдачи: ≤4 часа.
  5. **KPI и SLA**  
— Реакции ≤48 ч; требования к сервису; контроль жалоб жителей.
  6. **Кейсы «0 дней простоя»**  
— Фото-отчёты/референсы.
- 

### **10.2. Шаблоны коммерческих предложений (B2C / B2B-УК) — развёрнутые «рыбы»**

#### **КП B2C (A1/A2–A3)**

1. **Обложка**  
— Фото реализованного аналога + УТП по сегменту.
  2. **Раздел 1. Фикс-смета**  
— Таблица «**что входит/не входит**» + примечания об опциях.
  3. **Раздел 2. Материалы и узлы**  
— Спек: **панели 100 мм/каркас/крепёж, гарантия 10 лет**.
  4. **Раздел 3. Таймлайн + календарь**  
— Бронь «1 день при готовом основании» + резервные окна.
  5. **Раздел 4. Визуалы/узлы (для A2–A3)**  
— 2–3 визуала; узлы герметизации/водоотвод.
  6. **Раздел 5. FAQ + контакты**  
— Вопросы по цене/срокам/основанию/доплатам.
- 

#### **КП B2B/УК (B1/C1)**



1. **Обложка**  
— Ролевая подача: цель/сроки/ответственный.
2. **Раздел 1. ТЗ и схема модульности, график поставок**  
— Для быстрого согласования этапов.
3. **Раздел 2. Пакет документов**  
— ППР/КД/СРО/ОТ/ПБ + чек-лист соответствия.
4. **Раздел 3. План без простоя / график интеграции**  
— Ночные/поэтапные окна, отчётность, ответственность.
5. **Раздел 4. KPI/SLA и отчётность**  
— В т.ч. **реакции ≤48 ч**, контроль рекламаций жителей.
6. **Раздел 5. Кейсы и референсы**  
— Включая «0 дней простоя».

---

### 10.3. Полная таблица «Что входит / не входит»

#### **Входит:**

— Проект/замер; **каркас/панели 100 мм/крепёж; ворота DoorHan/автоматика** (по пакету); **монтаж «1 день при готовом основании»**; герметизация/обработка узлов; **уборка/вывоз мусора; гарантия 10 лет (паспорт)**.

#### **Не входит (оформлять как опции):**

— Подготовка основания/фундамент; электроподвод/освещение; окраска нестандартных цветов; **доп. окна/остекление; дренаж/ливнёвка**.

**Размещение:** сайт (лендинги L1/L2/L3), КП и Приложение к договору — одинаковая версия таблицы.

---

### 10.4. Регламент «чистого монтажа» (выдержка для сайта/КП/договора)

1. **Защита фасада/мощения** (укрытие, изоляция зоны).
2. **Локальные шумные операции** — только в согласованные часы.
3. **Укрытие материалов** (погодная защита).
4. **Контроль стыков и герметизации** (проверка узлов).
5. **Ежедневная уборка/вывоз мусора**.
6. **Фото-отчёт «до/после» + акт сдачи**.

---

### 10.5. Чек-листы внедрения по сегментам (артефакты, KPI, SLA)

#### **A1 (B2C):**

— Артефакты: «входит/не входит», чек-лист основания, фото узлов/100 мм/гарантия 10 лет, календарь-бронь.

— KPI: ТАТ ответа ≤15 мин; **смета ≤24 ч; смета→замер ≥50%; замер→договор ≥45%; монтаж «1 день»**.

**A2–A3:**

- Артефакты: «визуал + смета» (2–3 варианта), узлы герметизации/водоотвод, регламент чистого монтажа, календарь с буфером.
- KPI: **визуал→замер ≥50%**; сроки визуалов ≤48 ч.

**B1/C1:**

- Артефакты: Tender-Kit (КД/СРО/ОТ/ПБ/ППР + референсы), «План без простоя», чек-лист соответствия.
- SLA/KPI: **тендер-досье ≤4 ч, расчёт ≤48 ч, реакции ≤48 ч**, договор→старт ≤10 дн; контроль жалоб жителей.