

НЕДЕЛЯ 1 • БРИФ ПРОЕКТА

Стратегия: с ЭТОГО начинается всё

Вот с чего я всегда начинаю, и когда сама запускала бренды, и когда помогаю другим. Прежде чем брать любой ИИ-инструмент, надо понять, а что вообще строим. Это Неделя 1. С неё всё держится.



Первый этап Лагеря

5 блоков стратегии

Первый урок Недели 1

Без стратегии любой ИИ-инструмент в холостую.

✗ Без стратегии

Когда нет стратегии, происходит вот что. Контент про всё подряд. Не понятно, какие нейросети нужны и для чего. Каждое решение — на ощупь, по совету, по тренду. Прямо посмотрела у кого-то Reels, понравилось, сделала, а зачем — непонятно. Через два месяца оказывается, что вложились не туда.

✓ Со стратегией

Понятно, для кого вы работаете, чем отличаетесь, какой контент нужен и какие нейросети под это подойдут. Любое решение проверяется через стратегию: подходит — делаем, нет — отбрасываем.

Что вы поймёте

1

Зачем нам стратегия и почему она первый этап

Без неё нельзя осознанно выбрать ни нейросеть, ни формат контента, ни рекламный канал. Сначала стратегия, потом инструменты.

2

Из чего строится стратегия — 5 блоков

Ниша, аудитория, конкуренты, свои атрибуты, позиционирование. Эти данные соберём на этой неделе с помощью ИИ-агентов, в следующих уроках.

3

Как 5 блоков складываются в готовую модель

Пирамида бренда. Что в неё входит, как с ней жить дальше и какие решения проверяются через стратегию.

ЗАЧЕМ НАМ СТРАТЕГИЯ

СПИКЕР

Майя Драган

место под видео при монтаже

Что стратегия **даёт по факту**

Стратегия — это не презентация в красивых слайдах. Это рабочий документ, который отвечает на конкретные вопросы каждый день.



Фокус

Что делать сейчас, а от чего отказаться. Не распыляться на 10 направлений одновременно.



Выбор инструментов

Какие нейросети, какие площадки, какой формат контента. Решения принимаются под стратегию, а не наугад.



Свой голос

Как звучите вы, а не средний бренд по рынку. Любой ИИ-агент получает контекст и выдаёт ваш стиль, а не общий.

Один раз разобрались здесь и дальше не нужно каждую неделю заново думать, что делать. Это, на самом деле, и есть главная ценность стратегии. Раз — и у вас опора.

Какой проект вы берёте в Лагерь

Прежде чем строить стратегию, выберите один из двух треков. От этого зависят все следующие уроки и задания.

СПИКЕР

Майя Драган*место под видео при монтаже*

Трек А — Товарный бренд

У вас есть товар или услуга, которую вы продаёте через маркетплейсы или офлайн. Карточки, упаковка, фото, отзывы, реклама.

Подходит, если: продаёте на WB/Ozon, запускаете первый продукт, шьёте, печёте, делаете руками, у вас бренд одежды, посуды, косметики, аксессуаров или техники.



Трек В — Личный бренд

Вы — эксперт. Продаёте свои знания, услуги, консультации, обучение. Контент в блоге, лендинг услуг, личное лицо бренда.

Подходит, если: коуч, наставник, врач, психолог, дизайнер, маркетолог, бьюти-мастер, фотограф, тренер, начинаете упаковывать свою экспертизу.

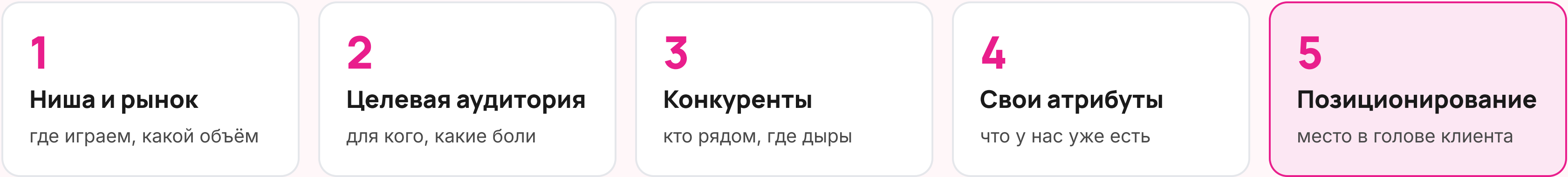


Если своего проекта пока нет — возьмите проект кого-то из знакомых, поработайте на их кейсе. Или скачайте готовый учебный проект под уроком, мы подготовили несколько описаний под оба трека, пройдёте с ним весь Лагерь.

Если есть и товар, и экспертиза — берите то, во что хотите вкладываться ближайшие 2 месяца. Второй трек спокойно пройдёте после, материалы остаются.

5 блоков, которые соберём на этой неделе

Каждый блок — отдельный кусок данных. Мы соберём их с помощью ИИ-агентов в Модуле 1. Чем глубже копнём, тем устойчивее стратегия.



Первые 4 блока — это данные, которые мы собираем. Пятый блок — результат, который рождается из первых четырёх. Это и есть стратегия.

СПИКЕР

Майя Драган

место под видео при монтаже

БЛОК 1 ИЗ 5

Ниша и рынок

«Где мы играем»

С чего вообще начинается стратегия. Какой кусок рынка вы заняли, какой объём этого рынка, куда он движется. Без понимания ниши все следующие шаги в воздухе.

Что соберём:

- ✓ **Размер ниши** — сколько денег и людей в ней крутится.
- ✓ **Подниши и сегменты** — на какие куски делится.
- ✓ **Динамика рынка** — растёт, падает, стоит на месте.
- ✓ **Тренды и сезонность** — куда движется, что в моде.
- ✓ **Барьеры входа** — что нужно, чтобы начать или вырасти.

Инструмент: Агент-аналитик ниши соберёт mind-map по 10 параметрам за 20 минут.

БЛОК 2 ИЗ 5

Целевая аудитория

«Для кого мы делаем»

Самый важный блок. Без понимания человека, для которого вы работаете, любой контент уходит мимо. Здесь уходим от поверхностного «женщины 25-45», прям ничего не говорящего, и копаем глубже. Кто этот человек на самом деле, что его беспокоит, почему он вообще ищет то, что вы предлагаете.

Что соберём:

- ✓ **Портреты** — 3-5 типичных клиентов с именами и ситуациями.
- ✓ **Боли и страхи** — что не даёт спать, чего боятся, что бесит.
- ✓ **Желания и мечты** — каким видят себя через год, чего хотят.
- ✓ **Возражения** — почему не покупают сейчас, что останавливает.
- ✓ **Где они живут** — площадки, привычки, какой контент уже потребляют.

Инструмент: Агент-портретист соберёт глубокие портреты на основе ваших данных и открытых источников.

БЛОК 3 ИЗ 5

Конкуренты

«С кем нас сравнят»

Клиент не покупает в вакууме. Перед покупкой он сравнивает вас с 3-5 другими вариантами. Если не знать, с кем сравнивают, невозможно понять, чем отличаться.

Что соберём:

- ✓ **Карта 10 конкурентов** — кто рядом по нише, цене, формату.
- ✓ **Их сильные стороны** — что у них хорошо, что повторять не нужно.
- ✓ **Слабые места** — где дыры, на чём провисают, что обещают и не дают.
- ✓ **Что говорят клиенты** — отзывы, жалобы, благодарности.
- ✓ **Дыры в рынке** — потребности, которые никто пока не закрывает.

Инструмент: Агент-разведчик соберёт карту конкурентов и найдёт незанятые ниши.

БЛОК 4 ИЗ 5

Свои атрибуты

«Из чего я состою»

Факты о вашем проекте. Что вы умеете, что уже сделали, какие у вас ресурсы, время, навыки. Стратегия должна опираться на реальное, а не на придуманное.

Что соберём:

- ✓ **Опыт и экспертиза** — сколько лет, в чём сильны, что доказано.
- ✓ **Продукт или услуга** — что конкретно продаёте, формат, цена.
- ✓ **Кейсы и результаты** — что уже было, цифры, истории.
- ✓ **Ресурсы** — сколько времени, денег, людей в команде.
- ✓ **Ограничения** — что точно нельзя или нет ресурса делать.

Инструмент: Агент-инвентарь поможет собрать всё в одну картину без иллюзий.

БЛОК 5 ИЗ 5

Позиционирование

«Место в голове клиента»

Самый сильный блок. Рождается из первых четырёх. Это короткая фраза, которая отвечает: кому, что, и чем мы отличаемся. По ней клиент за 5 секунд понимает, нужно ему или нет.

Формула:

Мы помогаем **[кому]** решить **[какую боль]**, делая **[что]**, в отличие от **[конкурентов]**, потому что **[наше отличие]**.

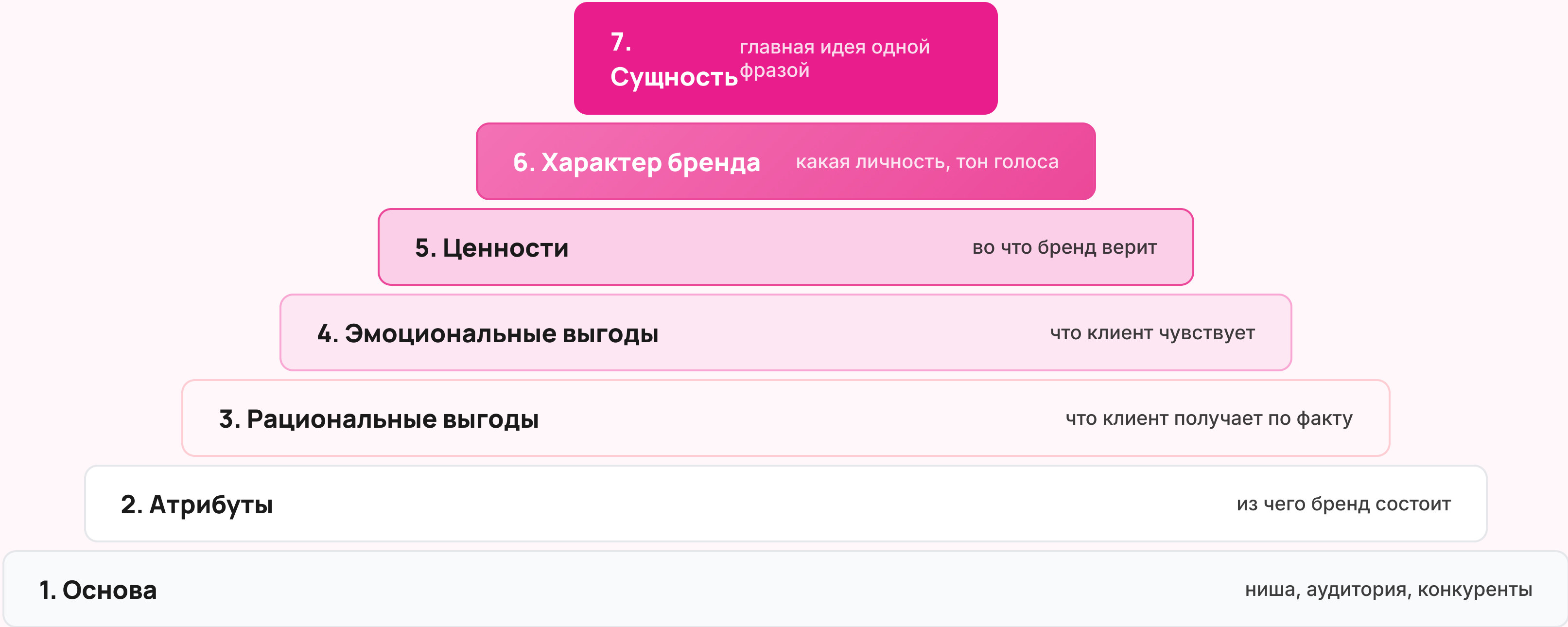
Трек В: «Я помогаю женщинам 35+ выстроить питание без диет, делая индивидуальную программу на 3 месяца, в отличие от нутрициологов-универсалов, потому что специализируюсь только на возрастной перестройке гормонального фона».

Трек А: «Я делаю кружки и тарелки ручной работы для тех, кому надоела одинаковая заводская посуда из маркетплейсов, в отличие от масс-маркета, потому что каждая вещь авторская, и утренний кофе из неё превращается в маленький ритуал».

Попробуйте прямо сейчас собрать одну фразу по своему проекту, даже черновую. Это будет ваш первый прицел.

Пирамида бренда – 7 уровней

Как все 5 блоков складываются в одну наглядную модель. Снизу вверх — от данных к смыслу.



5 направлений, которые опираются на стратегию

Когда стратегия готова, на неё ложится вся ваша работа с клиентом. Сайт, контент, презентации, боты, аналитика — каждое направление берёт из стратегии своё ТЗ.



Сайт

Лендинг услуг, карточки маркетплейса, страница о вас. Тексты, дизайн, структура.

ИЗ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И ХАРАКТЕРА БРЕНДА



Контент

Reels, посты, сторис, рассылки, ИИ-аватар. Через него вас находят — это и есть ваш трафик.

ИЗ ПОРТРЕТОВ ЦА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ



Презентации

Упаковка для ваших выступлений, эфиров, личных продаж. Структура, тон, визуал.

ИЗ ХАРАКТЕРА БРЕНДА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ



Боты и воронки

Автоматизация: ответы в Direct, цепочки писем, сбор заявок, прогревы. Что делается без вас.

ИЗ БОЛЕЙ ЦА И ВОЗРАЖЕНИЙ



Аналитика

Что работает, а что нет. Метрики, дашборды, проверка гипотез, корректировка курса.

ИЗ ЦЕЛЕЙ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Все 5 направлений вы соберёте за обе смены Лагеря. На этом слайде показано, почему стратегия идёт первой — каждое из 5 берёт из неё своё ТЗ. Не сходится — либо лишнее, либо стратегия не та.

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

Подготовьтесь к следующим урокам

Что сделать:

- 1 Выберите свой трек, А или В. Запишите одной фразой, какой проект вы берёте в Лагерь.
- 2 Накидайте список из 3-5 конкурентов, которых сами знаете. На следующих уроках расширим до 10.
- 3 Запишите 3 вопроса, на которые хотите получить ответ через стратегию. С ними и заходим в следующие уроки, это станут вашими личными вопросами к агентам.

СПИКЕР

Майя Драган*место под видео при монтаже*

Памятка

💡 **Если застряли:** не сидите долго над одним блоком. Пропустите, соберёмся вместе с агентами.

🕒 **Время:** 30-45 минут

ИТОГ УРОКА

Теперь вы знаете из чего строится стратегия

СПИКЕР

Майя Драган

место под видео при монтаже

5

блоков данных в стратегии: ниша, ЦА, конкуренты, атрибуты, позиционирование

7

уровней пирамиды бренда: от основы (ниша, ЦА, конкуренты) до большой идеи одной фразой

1

ответ на главный вопрос: почему стратегия идёт первой

Вы только что увидели стратегию целиком. Большинство проектов работают вслепую годами — вы разобрали это за один урок. В следующем уроке — первый агент в деле. Он соберёт карту вашей ниши по 10 параметрам. Прямо за 20 минут то, на что обычно уходит несколько дней. Вот тут и начинается интересное.

К следующему уроку →