

СМЕНА 1 • НЕДЕЛЯ 1 • УРОК 5

Продуктовая матрица

Что продавать, чтобы точно купили

Финал брифа Недели 1. Закрываем «что я продаю». Лестница из 4 ступени вместо одной ставки на флагман.

4 ступени • 7 форматов

3 кейса

Маргарита Квартальнова

ЧТО ПОЛУЧИТЕ ЗА УРОК

Матрица из 4 ступени. Со стартовым выбором.

Разберём 7 форматов, 4 ступени лестницы и 3 критерия выбора первого продукта. На выходе матрица для вашей ниши и понятный план, с чего стартовать.



Узнаете форматы

7 категорий продуктов с реальными ценниками. Поймёте, какой формат подходит именно вам по 4 параметрам, работа, кейсы, команда, время.



Нарисуете матрицу

4 ступени в лестнице. Входной, основной, премиум, подписка. С ценами и сегментами ЦА из Урока 3.



Выберете стартовый

3 критерия выбора первого продукта, охват, теплота, ресурсы. Никакой угадки и фантазии.

Как адаптировать **этот урок под себя**

Без матрицы не закроется экономика Урока 7, не соберётся пирамида Урока 6, не выберутся каналы и контент-план Недели 2. Под продукт за 1500 ₽ и продукт за 200К ₽ контент и трафик разные.

 **Есть товарный бренд.** Собираете лестницу вокруг существующего продукта. Где входной, где основной, где премиум.

 **Есть личный бренд.** Раскладываете экспертизу на 4 ступени разной цены и формата.

 **Нет товарного бренда.** Прикидываете матрицу для выбранной ниши. Стартуете с того, что собирается быстрее.

 **Нет личного бренда.** Считаете, какой формат вам по силам по 4 параметрам диагностики.

КОМАНДА НЕДЕЛИ 1

7 агентов брифа. Сегодня финал

Команда стоит у вас с Урока 2. Здесь активируем **Продуктовую матрицу**, последний агент Недели 1. Соберёт лестницу из ваших данных портретов ЦА и конкурентов.

УРОК 2



Карта ниши

5 параметров плюс фильтр ИИ. Карта ниши на одну страницу.

УРОК 3



3 портрета клиента

Три портрета покупателя, боли и триггеры покупки.

УРОК 4



10 конкурентов

Матрица 10 конкурентов с отзывами, дыры рынка, свободная полка.

УРОК 5 • СЕГОДНЯ



Продуктовая матрица

Лестница из 4 ступеней с ценами под Трек А или В.

УРОК 6



Карта проекта

Пирамида бренда 7 уровней и выбор трека А или В.

УРОК 7



Дорожная карта 12 недель

Главная цель, метрики, экономика и план по 12 неделям.

КЕЙС ИЗ ПРАКТИКИ

Психолог, 80K подписчиков. Запуск меньше 1 млн при плане 8

Что было

80 000 подписчиков. Большой блог, узнаваемый эксперт, лояльная аудитория.

Средний чек 60 000 ₽. Один основной курс, упор на флагман.

План на запуск 8 млн ₽. Цифра, под которую считали воронку и команду.

Что получилось

Меньше 1 млн ₽ выручки. В 8 раз меньше плана.

Проблема не в воронке. Не в трафике. Не в эксперте.

Проблема в смыслах. То, как объясняли ценность, не попадало в боль аудитории. Прыгали с холодной аудитории сразу в чек 60К.

Большой блог не равно большие продажи. Если на лестнице одна ступень и высоко, доходят единицы.

Продюсер сделал **одну вещь**

Поставил входной интенсив. Недорогой. Не вместо основного, а перед ним.

20%

Купили входной

От охвата в сторис. Не холодные, тёплая прогретая база.

10-20%

Перешли в основной

Из тех, кто прошёл входной. Уже купили один раз, увидели результат.

8 млн

План выполнили

Та же ниша. Тот же эксперт. Те же подписчики. Другая система продуктов.

Дело было не в эксперте и не в трафике. Дело было в **лестнице**.

Лестница продуктов. 4 ступени

Не меню, где клиент выбирает блюдо. Лестница, где каждый шаг ведёт к следующему. У каждой ступени своя роль и своя цель.

СТУПЕНЬ 1 Входной 990 – 4 990 Р Мини-курс, воркшоп, гайд, интенсив. Цель не заработать. Цель первая оплата и доверие.	СТУПЕНЬ 2 Основной 15 000 – 99 000 Р Курс, наставничество в группе, интенсив. Полная трансформация клиента. 70% дохода.	СТУПЕНЬ 3 Премиум от 100 000 Р Личная работа, VIP-группа, менторство. Мало клиентов, высокий чек. Для лучших из основного.	СТУПЕНЬ 4 Подписка 990 – 4 990 Р / мес Клуб, мембершип, сообщество. Предсказуемый доход без запусков. MRR.
---	---	--	--

7 КАТЕГОРИЙ ФОРМАТОВ

Форматы продуктов и реальные цены

Категория	Что внутри	Цена
Микро-продукты	Гайд, воркбук, чек-лист, методичка	390 – 6 990 ₹
Контентные	Аудиокурс, видеолекция, книга, медитации	990 – 44 000 ₹
Разовые события	Вебинар, мастер-класс, семинар, лекция	990 – 9 900 ₹
Обучающие программы	Марафон, интенсив, курс, воркшоп	3 990 – 149 000 ₹
Групповая работа	Мастермайнд, групповой коучинг, клуб	2 990 – 49 000 ₹
Личная работа	Консультация, коучинг, менторство	5 000 – 500 000 ₹
Мероприятия	Конференция, бизнес-завтрак	3 990 – 50 000 ₹

Цены реальные, по 10+ нишам, которые я вела за 6 лет. Конкретный ваш ценник внутри коридора зависит от ниши и кейсов. Это разберём в следующих слайдах.

4 ВОПРОСА ДИАГНОСТИКИ

Какой формат **подходит вам**

1. Как хотите работать

Массово курс, марафон, клуб. **Малая группа** мастермайнд, воркшоп. **Индивидуально** консультация, менторство.

2. Сколько у вас кейсов

Много курс, наставничество за высокий чек. **Мало, 3-5** воркшоп, интенсив. **Нет** консультации, бесплатные разборы для сбора кейсов.

3. Есть ли команда

Да курс, клуб, конференция. **Нет** наставничество, консультация, гайд. Один продаёшь, один ведёшь.

4. Сколько времени готовы вложить

1-2 недели гайд, воркшоп. **1-2 месяца** интенсив, марафон. **3+ месяца** полноценный курс с трансформацией.

Формат это не «как красиво». Формат это пересечение ваших ресурсов, кейсов и того, как именно вы готовы работать.

СРЕДНИЕ ЧЕКИ ПО НИШАМ

10 ниш РФ. Параллель зарубеж

Ниша	Входной РФ	Основной РФ	Премиум РФ	Зарубеж, ориентир
Психология	1 500 – 3 990 ₹	25 – 59K ₹	100 – 200K ₹	\$200 / \$1 500 / \$5 000+
Фитнес и ЗОЖ	990 – 2 990 ₹	9,9 – 29,9K ₹	50 – 100K ₹	\$100 / \$800 / \$3 000
Маркетинг и SMM	2 990 – 4 990 ₹	30 – 79K ₹	100 – 300K ₹	\$200 / \$2 000 / \$10 000
Финансы	1 990 – 4 990 ₹	29,9 – 69K ₹	150 – 500K ₹	\$200 / \$2 000 / \$15 000
Бизнес и продюсирование	2 990 – 9 900 ₹	49 – 149K ₹	200 – 500K ₹+	\$300 / \$3 000 / \$20 000+
Дизайн и творчество	990 – 2 990 ₹	15 – 39,9K ₹	50 – 120K ₹	\$100 / \$1 000 / \$5 000
Материнство	690 – 1 990 ₹	5,9 – 19,9K ₹	30 – 80K ₹	\$50 / \$300 / \$2 000
Маркетплейсы	1 990 – 4 990 ₹	29,9 – 79K ₹	100 – 300K ₹	\$200 / \$2 000 / \$10 000
Красота и стиль	990 – 3 990 ₹	9,9 – 39,9K ₹	50 – 150K ₹	\$100 / \$1 000 / \$5 000
Языки	1 990 – 4 990 ₹	14,9 – 49K ₹	60 – 150K ₹	\$100 / \$1 200 / \$5 000

Эти коридоры собраны по моей практике, более 10 ниш, 6 лет работы, 300+ млн ₹ оборота. Не вилка-фантазия, а реально средние цифры рынка.

Входной. 990 – 4 990 ₽

Что это и зачем

Мини-курс, воркшоп, гайд, короткий интенсив. Цель не заработать, цель первая оплата.

Когда человек один раз заплатил и получил результат, он психологически свой. В основной идёт уже не как холодный.

Конверсия в основной

15-30% из прошедших входной. Против **1-2%** из холодных. Разница в 10-15 раз.

«Мой эксперт не хочет дешёвый продукт, это обесценивает».

Что отвечаю

Входной это не дешёвый курс. Это **тест-драйв**. Когда человек пробует и получает результат, он сам приходит за дорогим. Без входного у эксперта остаётся 80К подписчиков и 1 млн вместо 8.

Основной. 15 000 – 99 000 ₽

Формат

Курс, наставничество в группе, длинный интенсив. 4-8 недель, чёткая структура, заявленный результат.

Здесь происходит **полная трансформация клиента**. Не «попробовали», а «прошли путь и получили результат».

Главное

Это 70% дохода. Ради этого продукта существует вся лестница, и входной, и премиум, и подписка.

Если не получается этот продукт, не получается ничего. С него начинается экономика проекта.

Возражение

«У меня нет курса, я только консультирую». Тогда основной у вас это пакет консультаций или короткое наставничество 1-1. Главное, чек 15-99К и заявленный результат, не отдельная разовая встреча.

Премиум. от 100 000 ₽

Формат и кому

Личная работа, VIP-группа, менторство. 3-5 клиентов, высокий чек, глубокая включённость.

Для **лучших из ступени 2**. Тех, кто уже прошёл основной, увидел результат и готов идти дальше.

Когда запускать

Когда у вас есть **3-5 результатов клиентов** из основного. Без них продавать премиум сложно.

Премиум подкармливает экономику в моменты, когда основной идёт медленно. 5 клиентов × 100K = 500K без массового запуска.

Частая ошибка

Запускать премиум первым, без основного. Это работает только если у вас уже есть кейсы из прошлых проектов. Иначе клиенту не за что платить 200K, кроме как за обещания.

Подписка. 990 – 4 990 ₽ в месяц

Формат

Клуб, мембершип, сообщество, библиотека контента.

Регулярные эфиры, чат, доступ к базе материалов.

Это про **предсказуемый доход без запусков**. MRR, регулярная выручка, не пиковые цифры раз в квартал.

Когда запускать

Когда у вас есть **50+ выпускников основного курса**. Им есть куда возвращаться, у них уже есть привычка платить вам.

Без базы выпускников клуб становится постоянной донаборной воронкой, что съедает ресурс и эмоционально выматывает.

Подписка обычно идёт **четвёртой**, после того как основной стабильно продаётся. Это надстройка, не фундамент.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ ВМЕСТЕ

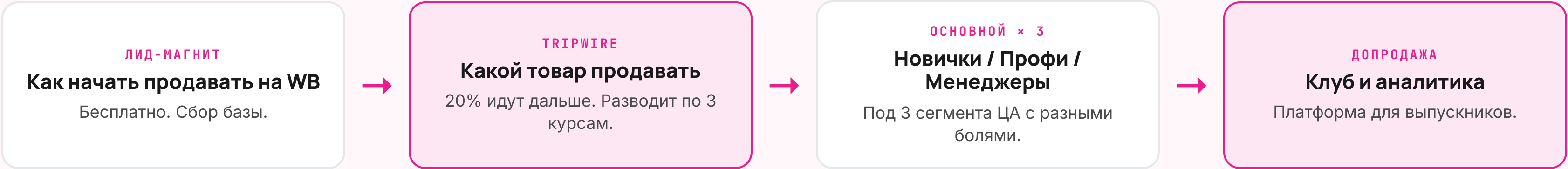
Полная лестница в цифрах

ВХОДНОЙ Мини-интенсив 990 Р Первая оплата. Доверие. Воронка в основной.	ОСНОВНОЙ Курс 8 недель 49 900 Р 70% дохода. Трансформация. Сбор кейсов под премиум.	ПРЕМИУМ Менторство 1-1 250 000 Р 3-5 клиентов из выпускников основного. Глубокая работа.	ПОДПИСКА Клуб выпускников 2 990 Р / мес Возвращает выпускников. MRR. Без запусков.
---	---	--	--

«У меня уже есть продукт и он нормально продаётся, зачем мне лестница».

Сколько людей хотели купить, но не купили. Входной это второй шанс для тех, кому 50К дорого. Премиум это дополнительные деньги с лучших клиентов. Лестница увеличивает выручку **без нового трафика**.

Полная лестница в большой нише



Что важно понимать

Три курса одновременно сложно, нужна **большая команда**. Для старта так не делайте. Но **принцип тот же**, лестница, где каждый шаг ведёт к следующему. Tripwire разводит трафик по нужному курсу, основной даёт результат, клуб возвращает выпускников.

ЕСЛИ У ВАС ТОВАР

Товарная матрица. Две модели на выбор

У товаров матрица строится по-разному. Зависит от логики бренда. Покажу два рабочих варианта.

МОДЕЛЬ 1 • ОДИН ГЕРОЙ × РАЗМЕРЫ

ТОPLASH

Реальные данные с WB. 112K отзывов, supplier rating 4.9.

Один продукт-герой, сыворотка для ресниц и бровей, в 4 размерах от 1.5 до 6 мл. Вокруг него сопутка и бандлы.

Роль	Продукт	Цена
Вход	Керлер	486 ₺
Тест	Сыворотка 1.5 мл	1 615 ₺
Флагман	Сыворотка 2 мл	1 690 ₺
Сопутка	Тушь или гель бровей	1 039 ₺
Премиум	Сыворотка 6 мл	3 479 ₺
Бандл-макси	Сыворотка + тушь + гель	4 374 ₺

Подойдёт если у вас один сильный продукт и понятная нишевая аудитория.

МОДЕЛЬ 2 • СУББРЕНДЫ ПО АУДИТОРИИ

Victoria’s Secret

Зрелый бренд, 3 суббренда под разные аудитории и потребности.

Не один продукт в разных размерах, а целые миры под разные аудитории. У каждого свой ассортимент.

Суббренд	Кому	Что
PINK	студентки, молодёжь	спорт, лаунж, базовое бельё
Victoria's Secret	основная аудитория	бельё, комплекты, купальники
VS Beauty	кросс-сейл всем	парфюм, мисты, лосьоны

Подойдёт если бренд уже большой и нужно охватить несколько аудиторий, не теряя ядро.

С КАКОГО ПРОДУКТА НАЧАТЬ

3 критерия выбора стартового

1

Охват

Меньше 500 в сторис.

Наставничество 5-10 человек, если есть 3-5 результатов. Нет результатов, основной 30-50К, собирай кейсы.

500+. Можно масштабировать, курс или интенсив, выбирай по ресурсам.

2

Теплота

Холодные. Входной за 990-2990 ₽. Пусть попробуют. Не продавайте дорого тем, кто вас не знает.

Тёплые. Сразу основной. Уже доверяют, не тяните.

3

Ресурсы

Нет команды, не делайте курс на 200 человек. Начните с малого.

5 человек × 100 000 ₽ = 500 000 ₽.
Для старта отлично. Масштаб после системы.

Стартовый продукт это **не самый красивый**, а тот, который вы реально дотащите до результата при текущих охватах, теплоте и ресурсах.

Лестница не значит снизу вверх

С чего начать

Можно с премиума. Небольшая аудитория, несколько продаж за высокий чек, быстрые деньги и кейсы. Подходит, если уже есть 3-5 кейсов.

Можно с входного. Холодная аудитория, не готовы платить много, дайте попробовать. Подходит, если охваты есть, доверия мало.

Смотрите, к какому продукту аудитория готова **сейчас**. Обязаловки нет.

Как комбинировать

Последовательно. Входной, через 2-3 недели основной.

Апсейл. Внутри курса предлагаете VIP-пакет.

Даунсейл. Не купили курс, мини-версия за 4 990 ₽.

Одновременно. Несколько продуктов параллельно, как у маркетплейсов. Сложная работа, нужна команда. Для старта **один оффер, один фокус**.

ЕСЛИ НЕ ЗАШЛО

Меняйте ступень, **не нишу**

Главное правило

Помните психолога с 80К подписчиков. Запуск не зашёл, добавили входной, 20% купили, 10-20% перешли в основной, план выполнили.

Не зашёл основной за 60К. Поставьте входной за 5К, соберите покупателей, продайте основной тем, кто уже попробовал.

Маленькие охваты это не блок. 5 человек × 100К = 500К.

Кейс мама-блогер

8 000 подписчиков, контент про ребёнка, хочет запустить рецепты и быт. Прямой прыжок в новую нишу **означает потерю аудитории.**

Нужен мост. Тема «рецепты для детей за 15 минут». Тема про маму, продукт уже в новой нише.

3 фазы перехода. 80/20, один Reels в неделю по новой теме. 60/40, аудитория привыкает. 50/50, запуск продукта. Reels, не сторис. Reels плюс новые люди, сторис только 20% старой базы.

ЧТО ДАЛЬШЕ

А что дальше? Оффер.

Матрица отвечает на вопрос «что я продаю». Оффер отвечает на вопрос «почему это купят именно сейчас».

ФОРМУЛА ОФФЕРА

Продукт + результат для клиента + причина купить сейчас + снятие риска.

Хороший продукт без оффера это «сыворотка для ресниц 2 900 ₽». С оффером это «густые ресницы за 4 недели или возвращаем деньги, до 25 числа со скидкой».

В НЕДЕЛЕ 2

- формула сильного оффера
- гарантии и снятие риска
- дедлайн и причина купить сейчас
- рассрочка и бонусы
- разбор хороших и слабых офферов

ГЛАВНАЯ ФОРМУЛА И ИТОГ

Продукт это **боль аудитории** **с ценником**

Перед каждым запуском спрашивайте, это про талант эксперта или про боль его клиентов. Если про талант, не зайдёт. Если про боль с ценником, купят.

3 вывода урока

- 1** Продуктов должно быть несколько. Это **лестница, а не лотерея**.
- 2** Формат определяют **охваты, ресурсы и кейсы**. Не фантазия.
- 3** Если не зашло, **меняйте ступень, а не нишу**.

Домашнее задание

1. Соберите свою матрицу из 4 ступени. Для каждого ступень, формат, цена, сегмент ЦА из Урока 3.
2. Выберите стартовый продукт по 3 критериям, охват, теплота, ресурсы.
3. Расскажите всё агенту, он соберёт вашу продуктовую матрицу и сохранит её сам.

Бонус Недели 1

Теперь у вас на руках полный бриф проекта. Ниша, ЦА, конкуренты, дорожная карта, пирамида бренда и матрица. Неделя 1 закрыта.

ЕСЛИ ХОТИТЕ ГЛУБЖЕ

Книга для расширения

Одна книга, которая делает этот урок в десять раз глубже.

 РЕКОМЕНДУЮ

\$100M Offers

Алекс Хормози

Формула неотразимого оффера. Как делать предложения от которых клиенту почти невозможно отказаться. Мост от продуктовой матрицы к продажам.

ЧТО ЗАБЕРЁТЕ

- Формула Value Equation для оффера
- Как считать дрим-результат клиента
- Бонусы, гарантии, ограничения, рассрочка
- Как минимизировать риск покупки