

ОТ ИНТЕРЕСА 👍 ОТ ИИ К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ

Три волны: тёплые → их знакомые → новые люди.
Начинаем с тех, кто уже сказал «интересно»

У вас есть план развития из урока 19. Вы знаете, что делать с продуктом. Но кто будет пользоваться тем, что вы улучшите?

Помните урок 07? Вы уже показали людям

Кто-то ответил «о, прикольно». Кто-то спросил «когда готово?». Кто-то просто лайкнул. Эти люди — ваш стартовый капитал. Продукт готов, страница есть — пора вернуться к ним.

«Если построишь — они придут» в интернете не работает. Ваш сайт — дом в лесу без дороги. Никто не знает адрес.

БЛОК Б

ЧТО УЖЕ ЕСТЬ

Тёплый список и почему «интересно» ≠ «пользуюсь»

БЛОК В

ТРИ ВОЛНЫ

Формула приглашения и кейсы

БЛОК Г

ПРАКТИКА

Персональные приглашения и план



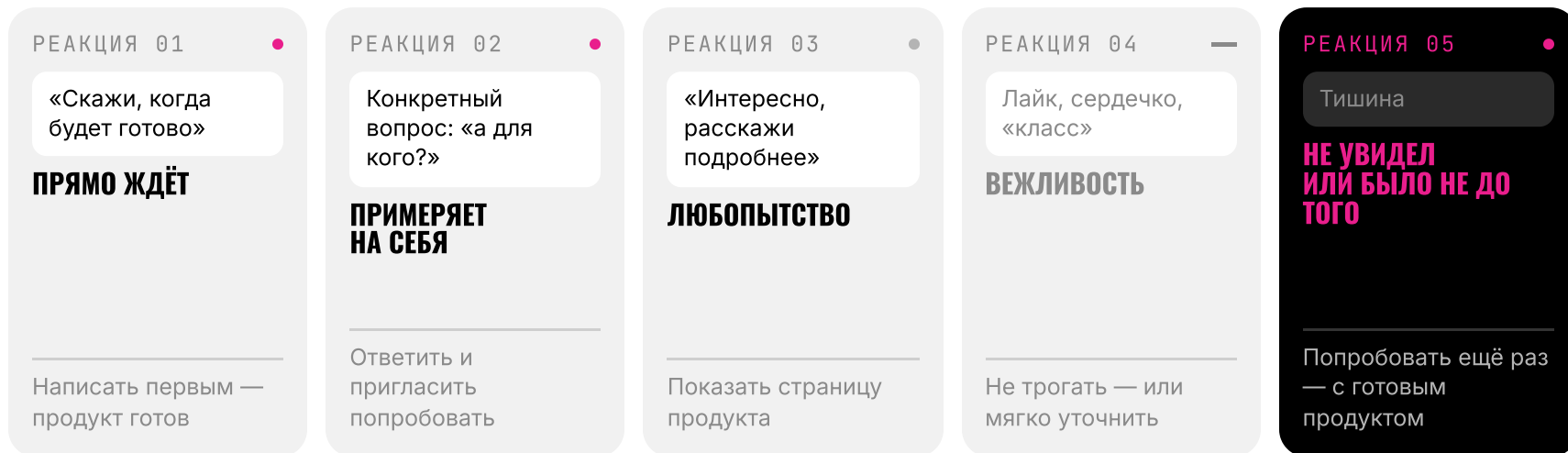
«ИНТЕРЕСНО» — НЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ



«ИНТЕРЕСНО» — ЭТО

РАЗРЕШЕНИЕ НАПИСАТЬ

Вы уже не на нуле



Возьмите телефон, откройте тот пост с анонсом, посмотрите, кто отреагировал. Запишите имена — это ваша первая волна.

Между интересом и использованием — пропасть

ПРИЧИНА 01

ЗАБЫЛ

Ваш анонс — одно из 200 сообщений в день. Это нормально

ПРИЧИНА 02

ПРОДУКТА НЕ БЫЛО

Тогда были слова.
Теперь работающая штука — другой разговор

ПРИЧИНА 03

НЕ ПОНЯЛ, ЧТО ДЛЯ НЕГО

Анонс был общий — теперь можно показать конкретно

ПРИЧИНА 04

НЕ БЫЛО ПОВОДА

Ему не пригодилось.
Но может знать того, кому нужно

ПРИЧИНА 05

НУЖЕН ТОЛЧОК

Личное сообщение — это толчок. Пост в ленте — нет

Без второго касания интерес умирает. «Интересно» — разрешение написать. Не больше, но и не меньше.

Не «где искать людей», а «в каком порядке»

ВОЛНА 01 • СРАЗУ

ТЁПЛЫЕ

Те, кто видел анонс и отреагировал

30–50% конверсия

ВОЛНА 02 • ПОСЛЕ 5–10

ЧЕРЕЗ НИХ

Знакомые ваших первых пользователей

15–30% конверсия

ВОЛНА 03 • ПОТОМ

НОВЫЕ

Люди, которые вас ещё не знают

3–10% конверсия

Ошибка — начинать с третьей волны. Искать незнакомых, когда рядом есть те, кто уже сказал «интересно». Каждая волна разогревает следующую.

Они ждали — теперь готово

ТОГДА • АНОНС, УРОК 07

«Я делаю сервис записи»

Слова без доказательств

«Когда будет готово — скажу»

ОБЕЩАНИЕ

СЕЙЧАС

Сервис записи работает — вот ссылка

Скриншоты, путь в 3 шага, кнопка

Готово. Вот.

ВЫПОЛНЕНО

Не новый пост — личное сообщение. Не «зацени мой проект», а «помнишь, я показывал? Готово. Попробуй».

Напоминание + новость + конкретика + выход

ХОРОШЕЕ СООБЩЕНИЕ

«Привет, Аня! Помнишь, я показывала идею с онлайн-записью для мастеров? Ты тогда спрашивала, когда можно попробовать. Сделала — вот ссылка. Клиент сам выбирает время, тебе приходит уведомление. Если не подойдёт — скажи честно, мне важно.»

Это про Аню, а не про вас

01 • НАПОМИНАНИЕ

Привязка к прошлому разговору

02 • НОВОСТЬ

«Сделала» — продукт готов, это событие

03 • КОНКРЕТИКА

Не «крутой сервис», а что именно даёт

04 • ВЫХОД

«Скажи честно» — нет давления

ПЛОХО

«Я запустилась! Посмотри и расскажи друзьям!»

Не всех сразу — приоритеты

ПРИОРИТЕТ 01

01

**ЗАДАВАЛИ
ВОПРОСЫ**

Уже думали «а подойдёт ли мне»

ПРИОРИТЕТ 02

02

**«СКАЖИ,
КОГДА ГОТОВО»**

Дали прямое разрешение написать

ПРИОРИТЕТ 03

03

**САМИ ИЗ
ЦЕЛЕВОЙ**

Попробуют реально, не из вежливости

ПРИОРИТЕТ 04

04

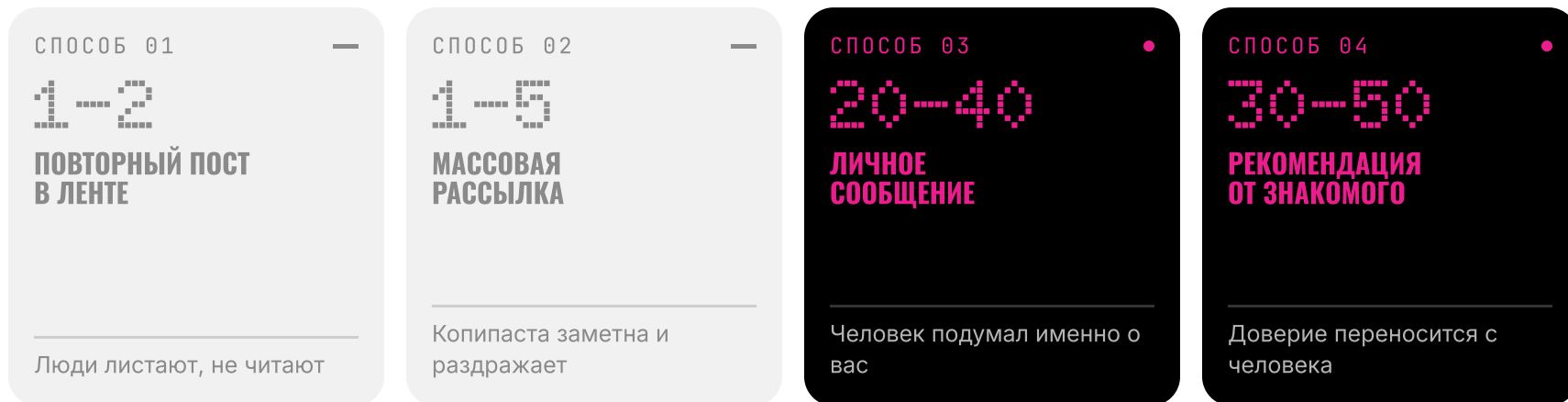
**ЗНАЮТ МНОГИХ
ИЗ ЦА**

Мост к тем, кому нужно

Друзья и родственники, которые лайкнули, — не приоритет. Мама скажет «красиво», подруга зарегистрируется из вежливости. Вам нужны люди с реальной потребностью.

Одно личное сообщение = двадцать постов в ленте

Из ста человек попробуют — в зависимости от способа:



Superhuman: основатель лично звонил каждому из первых 3900 пользователей по 30 минут. Не рассылка — личный звонок. Итог: оценка \$825 млн.

Не проси пользоваться. Проси познакомиться.

ДВА РУКОПОЖАТИЯ

«Аня, ты попробовала запись — как тебе? Есть кто-то из твоих знакомых мастеров, кому тоже может пригодиться? Я бы лично написала и показала.»

Доверие передаётся: незнакомый мастер доверяет вам, потому что доверяет Ане

ПОЧЕМУ РАБОТАЕТ

Самый мощный канал после личного контакта

ОШИБКА

Просить друзей пользоваться самим — вежливые регистрации, нулевое использование

ЦЕЛЬ

3–5 знакомств → 1–3 реальных пользователя

Первые пользователи — не клиенты. Они соучастники.

«Ищу 10 первых пользователей — тех, кто попробует до всех остальных. Бесплатно. Взамен — честное мнение и влияние на то, что я буду менять.»

РЫЧАГ 01

«ПЕРВЫЕ 10»

Статус. Люди хотят быть первыми, не сотым в очереди

РЫЧАГ 02

**БЕСПЛАТНО
+ ВЛИЯНИЕ**

Нулевой риск и ощущение важности

РЫЧАГ 03

**ДЕДЛАЙН
«ДО ПЯТНИЦЫ»**

Без него «посмотрю потом» =
никогда

Slack нашёл 10 команд и вручную помогал каждой дойти до 2000 сообщений. Не гнались за миллионами — помогли десяти. Те десять привели следующие сто.

Сделайте за человека — он станет пользователем

КЕЙС • STRIPE

COLLISON INSTALLATION

Основатели не отправляли ссылку «зарегистрируйся» — приходили и настраивали платежи за 10 минут

Название — по фамилии основателей

ВАШ ВАРИАНТ

«Давай я за 10 минут настрою тебе онлайн-запись. Покажу, как работает. Бесплатно.»

Не «попробуй мой продукт», а «я сделаю это за тебя прямо сейчас»

МАСШТАБ

ПЕРВЫЕ 5–10

Это тактика для первых пользователей. Не для тысячи

И это нормально

Когда тёплые истощены — выходите за круг

ШАГ 01

НАБЛЮДАТЬ

Подписаться и смотреть, о чём говорят

2–3 ДНЯ

ШАГ 02

ПОМОГАТЬ

Отвечать на вопросы, делиться опытом

1 НЕДЕЛЯ

ШАГ 03

СТАТЬ СВОИМ

Тем, кого узнают по имени

1–2 НЕДЕЛИ

ШАГ 04

УПОМЯНУТЬ

Когда контекст позволяет — в ответ на вопрос

МОМЕНТ

Сначала дайте, потом предложите. Не наоборот. Кинуть ссылку без контекста = спам = бан.

Появитесь в правильный момент

ГДЕ ИСКАТЬ

Поиск в Telegram: «не могу записаться», «надоело звонить»

Чаты районов: «Подскажите, где...»

Комментарии в VK и Instagram

Отзывы 1–2 звезды у конкурентов на Картах и 2GIS

КАК ЭТО ВЫГЛЯДИТ

В чате района: «Подскажите парикмахера, чтобы записаться онлайн, а не дозваниваться»

«У мастера Анны как раз появилась онлайн-запись — вот ссылка»

2–4 Ч живёт крик о помощи. Через неделю — поздно

Человек уже хочет решение — вы не продаёте, а появляетесь в правильный момент.

Когда первые 10–15 есть — включайте систему

ОХОТА 01

ПЕРЕХВАТ

Негативный отзыв о конкуренте → предложить альтернативу

Не ругать конкурента — «у меня по-другому»

ОХОТА 02

БАРТЕР

Микро-блогеру 500–5000 подписчиков — доступ за обзор

Отвечают на сообщения, конверсия выше

ОХОТА 03

ПОСТ-ИСТОРИЯ

«Вот что я сделал и почему» — в Telegram, VK

Историю читают, характеристики пролистывают

СИСТЕМА 01

КРОСС-ПРОМО

У вас запись, у кого-то курс для мастеров — рекомендуете друга друга

Обмен доверием, бесплатно

СИСТЕМА 02

КЛУБ ПЕРВЫХ

Чат для первых пользователей: обратная связь, идеи, причастность

Становятся адвокатами — рассказывают сами

Контекст + польза + лёгкость + выход

ЭЛЕМЕНТ 01

КОНТЕКСТ

Тёплым: «Помнишь, я показывала...»

Новым: «Видела, что ты искала...»

ЭЛЕМЕНТ 02

ПОЛЬЗА

Тёплым: что изменилось с момента анонса

Новым: что это даст конкретно тебе

ЭЛЕМЕНТ 03

ЛЁГКОСТЬ

«Посмотри за 1 минуту»

«Попробуй за 30 секунд»

ЭЛЕМЕНТ 04

ВЫХОД

«Скажи честно, если не подойдёт»

«Если ничего — без проблем»

Разница между хорошим и плохим сообщением одна: первое — про человека, второе — про вас.

Персональные приглашения и план

После этого урока вы откроете Claude и скажете `/lesson-20`

ШАГ 01

01

Claude прочитает анонс из урока 07 и персоны из урока 02, спросит имена и реакции

ШАГ 02

02

Напишет каждому персональное сообщение по формуле из четырёх элементов

ШАГ 03

03

Даст шаблон второй волны и найдёт 10–20 сообществ для третьей

ШАГ 04

04

Создаст таблицу: кто, из какой волны, попробовал ли, вернулся ли

Claude пишет тексты, но каждое сообщение персональное, не копипаста. Вы проверяете: звучит как ваше сообщение или как рассылка? Если второе — перепишите своими словами.



КОНТЕКСТ + ПОЛЬЗА + ЛЁГКОСТЬ + ВЫХОД

ТЁПЛЫЕ → ЧЕРЕЗ НИХ → НОВЫЕ



ЛИЧНОЕ СООБЩЕНИЕ = ДВАДЦАТЬ ПОСТОВ

Три недели назад была идея. Сейчас — **продукт с пользователями**

Первые пользователи пришли. Кто-то попробовал и ушёл, кто-то вернулся. У вас есть таблица — кто, из какой волны, вернулся ли. На последнем уроке оглянемся на то, что вы построили, и разберём метод, который останется с вами.

УРОК 21

ПРОДУКТОВАЯ ФИЛОСОФИЯ: ПОДХОД НА ВСЮ ЖИЗНЬ

Оглянуться на то, что построили. Осознать метод. Четыре пути дальше.