



PDF-ЧЕКЛИСТ / CONVERSION MONSTER

13 точек, где оффер теряет деньги



Проверь, почему клиент не видит ценность, сомневается в цене или откладывает покупку.

[potapov.me / conversion.monster](https://potapov.me/conversion.monster)

Внутри — 13 проверочных вопросов, которые помогают быстро найти слабое место в оффере и усилить продажу без давления.

Не “приёмы”. Система решения.

Продажа редко ломается из-за одного слова на кнопке. Обычно у клиента не собрана цепочка: доверие → ценность → риск → ясность → цена → действие.

Этот материал помогает не украшать слабый оффер, а найти точку, где человек теряет уверенность и откладывает решение.

Когда использовать

Перед запуском рекламы, перед переписыванием первого экрана, перед КП или созвоном — и особенно когда заявки есть, но покупают плохо.

Как использовать за 20 минут

- 01 Открой лендинг, КП, рекламу или сценарий созвона.

- 02 По каждому триггеру поставь статус: есть / слабый / отсутствует.

- 03 Выбери 3 самых слабых места. Не лечи всё сразу.

- 04 Создай видимый элемент: фразу, блок, кейс, бонус, гарантию, дедлайн или сравнение.

- 05 Проверь честность: если элемент нельзя доказать — убери или перепиши.

Кто собрал

Константин Потапов — Senior Python Backend/R&D Engineer и инди-мейкер. 16 лет в разработке, MVP, автоматизации, интеграциях и продуктовых экспериментах. Этот чек-лист собран не для “красивого маркетинга”, а для быстрой проверки оффера перед трафиком.

Критерий готовности

После первого экрана человек должен быстро понять: что он получит, почему тебе можно верить, чем он рискует, если ничего не сделает, и какой следующий шаг.

Архитектура сильного оффера

Не внедряй триггеры как россыпь трюков. У каждого есть место в продаже. Если перепутать порядок, получится давление вместо ясности.

ДОВЕРИЕ

**Взаимность ·
Соцдоказательство · Авторитет**

Почему тебе можно верить.

СВЯЗЬ

Симпатия · Сторителлинг

Почему это звучит по-человечески.

ЦЕННОСТЬ

Бонусы · Детализация

Почему это стоит больше, чем кажется.

РИСК / ЯСНОСТЬ

**Гарантия · Реверсия боли ·
Лёгкость**

Почему безопасно и понятно начать.

РЕШЕНИЕ / ЦЕНА

**Дефицит · Срочность ·
Контраст**

Почему решение нужно принять сейчас и почему цена логична.

Самая частая ошибка

Ставить срочность и дефицит до доверия и ценности. Тогда оффер выглядит не сильным, а тревожным. Сначала объясни ценность. Потом ускорь решение.

Один пример: как триггеры чинят первый экран

Слабый первый экран обычно не выглядит ужасно. Он просто не отвечает на ключевые сомнения клиента — и поэтому человек откладывает решение.

До

“Помогаем бизнесу увеличить продажи с помощью маркетинга и упаковки”. Звучит нормально, но непонятно: кому именно, что будет сделано, почему верить и какой первый шаг.

После

“Пришлите ссылку на лендинг — за 24 часа покажу 3 места на первом экране, где вы теряете заявки: оффер, доверие, визуальный фокус”. Здесь есть лёгкий старт, конкретный результат, срок, ограниченный объём и проверяемая польза до оплаты.

Что изменилось

- Абстрактное обещание заменено на понятное действие.
- Появился первый безопасный шаг: прислать ссылку.
- Результат стал измеримым: 3 правки за 24 часа.
- Доверие строится через пользу до продажи, а не через громкие заявления.

01

ДОВЕРИЕ

Взаимность

Сначала дай человеку реальную пользу. После полученной ценности ему психологически легче сделать ответный шаг.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Бесплатная диагностика, мини-разбор, демо или чек-лист, который решает маленькую боль.
- Полезный контент без немедленного давления: сначала помощь, потом оффер.
- Бонус сверх ожиданий: не “подарок ради подарка”, а маленькое доказательство качества.

Готовый паттерн

Перед покупкой покажи микро-результат: “Вот 3 проблемы, которые уже сейчас съедают заявки”.

Не делай так

Давать мусорную приманку и называть её ценностью.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Что клиент получает от меня ещё до оплаты — и стал бы он за это благодарен?

02

ДОВЕРИЕ

Социальное доказательство

Когда решение непонятно, человек смотрит на других: кто уже доверился, что получил, похож ли он на меня.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Отзывы с контекстом: кто клиент, какая была проблема, что изменилось.
- Кейсы в формате “было → сделали → стало”, а не просто красивые слова.
- Видимый спрос: очередь, лист ожидания, повторные покупки, активность сообщества.

Готовый паттерн

Ставь доказательство рядом с местом сомнения: цена, результат, срок, риск.

Не делай так

Публиковать отзывы без результата, роли клиента и конкретики.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Какие 3 доказательства покажут: похожие люди уже прошли этот путь?

03

ДОВЕРИЕ

Авторитет

Люди охотнее верят тому, кто выглядит компетентным и может показать следы реального опыта.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Цифры, опыт, запущенные проекты, клиенты, публикации, сертификаты — только честные.
- Ссылки на исследования, практику рынка, признанные источники.
- Единый образ эксперта: речь, фото, материалы, оформление, тон.

Готовый паттерн

Не “я эксперт”, а “вот что я уже сделал, вот как думаю, вот почему это работает”.

Не делай так

Надувать статус вместо демонстрации компетентности.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Что честно покажет, что я не случайный человек в этой теме?

04

связь

Симпатия

Покупают не у логотипов, а у людей. Лицо, путь, голос и ценности снижают внутреннее сопротивление.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Покажи лицо, историю, мотивацию и рабочий процесс.
- Пиши живым человеческим тоном, без корпоративного тумана.
- Найди общие точки с клиентом: контекст, боль, язык, ценности.

Готовый паттерн

На первом экране должно быть понятно: кто говорит и почему ему можно доверять.

Не делай так

Прятаться за безликим “мы” там, где клиенту нужен человек.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Что должно стать видимым, чтобы человек почувствовал: “они свои”?

05

РЕШЕНИЕ

Дефицит

Ценность растёт, когда доступ действительно ограничен: мало мест, конечная партия, редкий формат, личное время.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Лимит мест, слотов, клиентов, экземпляров или созвонов.
- Бонусы только первым покупателям или участникам запуска.
- Лист ожидания перед открытием доступа.

Готовый паттерн

Ограничение должно вытекать из реальности продукта: времени, команды, качества, партии.

Не делай так

Фальшивый “последний шанс” каждую неделю.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Какое честное ограничение уже существует или должно быть введено?

06

РЕШЕНИЕ

Срочность

Без дедлайна решение расползается. Срочность — это нехватка времени, а не нехватка количества.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Последний день покупки, брони или заявки.
- Сезонное предложение, поток, запуск, окно набора.
- Бонус, цена или формат, привязанные к конкретной дате.

Готовый паттерн

После дедлайна должно что-то реально исчезать: цена, бонус, доступ, место или формат.

Не делай так

Дедлайн без последствий. Клиент быстро видит ложь.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Что именно исчезнет после дедлайна?

07

РИСК

Гарантия

Самый прямой способ усилить оффер — снять риск. Клиент покупает легче, когда понимает, что не останется один с ошибкой.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Возврат в понятный период или при понятных условиях.
- Доработка, поддержка или сопровождение при выполнении правил.
- Оплата по этапам в дорогих услугах.

Готовый паттерн

Гарантия должна отвечать на главный страх клиента, а не украшать страницу.

Не делай так

Гарантировать то, на что ты не влияешь.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Как снять главный страх и не сломать экономику продукта?

08

ЦЕННОСТЬ

Бонусы

Один и тот же продукт воспринимается дороже, если ценность разложена на ядро и дополнительные выгоды.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Отдели обязательное ядро от желательных дополнительных элементов.
- Вынеси скрытую работу, шаблоны, поддержку и разборы в отдельные бонусы.
- Свяжи бонусы со сроком, тарифом или лимитом.

Готовый паттерн

Бонус не должен спасать слабый продукт. Он должен усиливать уже понятную ценность.

Не делай так

Скидка вместо усиления ценности.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Что уже есть в продукте, но клиент не воспринимает как отдельную ценность?

09

ЦЕННОСТЬ

Детализация

Чем больше конкретных деталей в процессе и результате, тем выше воспринимаемая ценность.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Опиши этапы работы, артефакты, сроки и точки контроля.
- Покажи дорожную карту проекта или процесс “изнутри”.
- Замени “качественно” на список видимых действий.

Готовый паттерн

Детализация превращает невидимую работу в понятную цену.

Не делай так

Общие слова: “под ключ”, “индивидуально”, “качественно”.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Какие скрытые действия клиент не видит и потому не ценит?

10

ЯСНОСТЬ

Реверсия боли

Негатив часто цепляет сильнее мечты. Продаёт не страх сам по себе, а ясное избавление от конкретной проблемы.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Выпиши боли клиента его языком, без маркетинговой косметики.
- Покажи цену бездействия: деньги, время, нервы, упущенные заявки.
- Свяжи каждую боль с механизмом решения.

Готовый паттерн

Формула: “сейчас у вас X, из-за этого Y, мы меняем Z”.

Не делай так

Пугать ради страха и давить на уязвимость.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

От какого плохого сценария клиент на самом деле хочет уйти?

11

ЯСНОСТЬ

Лёгкость

Люди выбирают путь, который кажется быстрым и понятным. “Легко начать” часто сильнее, чем “дешево”.

КАК ВНЕДРИТЬ

- Убери лишние шаги в покупке, оплате, записи и старте.
- Покажи первый быстрый результат.
- Дай шаблоны, инструкции, сопровождение или готовую структуру.

Готовый паттерн

Сильный оффер не только обещает результат, но и показывает лёгкий первый шаг.

Не делай так

Обещать невозможное и продавать магию вместо процесса.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Где клиенту сейчас тяжело начать, продолжить или понять следующий шаг?

12

связь

Сторителлинг

История показывает героя, проблему, решение и результат — и клиент примеряет этот путь на себя.

КАК ВНЕДРИТЬ

- История личной трансформации: почему ты вообще этим занимаешься.
- Истории клиентов с живой ставкой, а не сухие цифры.
- Структура: герой → проблема → решение → результат.

Готовый паттерн

Хорошая история не “украшает”. Она объясняет, почему решение стало неизбежным.

Не делай так

Кейс как набор цифр без человека и конфликта.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

Какая история покажет: “это про меня, и выход существует”?

13

ЦЕНА

Контраст

Мозг оценивает цену через сравнение. Правильный контраст делает основной оффер понятнее и выгоднее.

КАК ВНЕДРИТЬ

- 2–3 тарифа с ясной разницей, без ловушки выбора.
- Дорогой премиум-формат как якорь.
- Сравнение с альтернативами: бездействие, найм, ручная работа, потерянные заявки.

Готовый паттерн

Цена должна стоять не в пустоте, а рядом с ценой проблемы и ценой альтернатив.

Не делай так

Случайные тарифы, которые плодят сомнение.

ТОЧКА ПРОВЕРКИ

С чем клиент должен сравнить предложение, чтобы цена стала понятной?

Финальный аудит оффера

Отмечай “есть” только если элемент реально видит клиент: на странице, в рекламе, переписке, КП или на созвоне.

Как читать результат

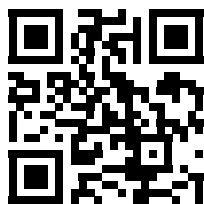
0–4 слабых триггера — оффер держится. 5–8 — есть утечки, трафик будет дорогим. 9+ — сначала чинить упаковку, потом лить рекламу.

Триггер	Вопрос проверки	Статус
Взаимность	Что клиент получает от меня ещё до оплаты — и стал бы он за это благодарен?	есть / слабый / нет
Социальное доказательство	Какие 3 доказательства покажут: похожие люди уже прошли этот путь?	есть / слабый / нет
Авторитет	Что честно покажет, что я не случайный человек в этой теме?	есть / слабый / нет
Симпатия	Что должно стать видимым, чтобы человек почувствовал: “они свои”?	есть / слабый / нет
Дефицит	Какое честное ограничение уже существует или должно быть введено?	есть / слабый / нет
Срочность	Что именно исчезнет после дедлайна?	есть / слабый / нет
Гарантия	Как снять главный страх и не сломать экономику продукта?	есть / слабый / нет
Бонусы	Что уже есть в продукте, но клиент не воспринимает как отдельную ценность?	есть / слабый / нет
Детализация	Какие скрытые действия клиент не видит и потому не ценит?	есть / слабый / нет
Реверсия боли	От какого плохого сценария клиент на самом деле хочет уйти?	есть / слабый / нет
Лёгкость	Где клиенту сейчас тяжело начать, продолжить или понять следующий шаг?	есть / слабый / нет
Сторителлинг	Какая история покажет: “это про меня, и выход существует”?	есть / слабый / нет
Контраст	С чем клиент должен сравнить предложение, чтобы цена стала понятной?	есть / слабый / нет

Хочешь увидеть, где первый экран теряет заявки?

Пришли ссылку на лендинг — получишь 3 правки первого экрана за 24 часа: оффер, доверие, визуальный фокус. Без воды, без декоративного шума, без “и так нормально”.

conversion.monster



Открой с телефона

Больше о проектах и опыте: potapov.me