

Шаблоны прогревов

Готовые структуры прогрева по шагам с примерами реплик. Для экспертов Лагеря, кто ведёт блог и хочет мягко подводить аудиторию к предложению. Собираете нужную структуру под свою цель, наполняете своей фактурой, запускаете. **Прогрев через ценность и соучастие, без давления и искусственной срочности.**



Что такое прогрев и зачем он нужен

Прогрев это серия касаний, которая заранее готовит аудиторию к вашему предложению. Зритель проходит путь от «кто это и о чём» до «хочу так же» ещё до того, как вы что-то продали. Работает не давление, а **интерес и доверие**. Человек сам доходит до желания, потому что видел ваш метод, кейсы и живую историю. Продажа после прогрева становится продолжением разговора, а не холодным «купите».

Главный принцип Лагеря. Греем через пользу и соучастие, а не через страх упустить. Никаких «осталось 2 места» и «только сегодня», если это неправда. Есть реальная дата или реальный лимит, называем честно, это факт, а не давление. Искусственная срочность бьёт по доверию, которое вы собирали всю серию.



СТРУКТУРА 1

Трёхдневный прогрев через сторис

Мягкая продажа через соучастие аудитории. Три дня ведут зрителя от контекста к предложению, продажа не выглядит как продажа.

1

День 1. Контекст и сближение с темой

Возвращаете аудиторию в тему через живой повод, не через продукт. Повод это событие или процесс: готовите разбор, собираете эфир, начали новую задачу. Рассказываете, что задумали и почему это вас увлекло. Зритель входит в историю как в разговор с товарищем.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Задумал собрать разбор, который давно откладывал. Расскажу по шагам, зачем он мне и что я уже успел подготовить.

2

День 2. Путь и метод через выбор кейса

Показываете кейсы, но переворачиваете демонстрацию. Не «смотрите, что я умею», а «помогите выбрать». Пока зритель выбирает показательный пример, он знакомится с вашими работами и не чувствует продажи. К каждому кейсу подпись, куда смотреть и в чём соль.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Никак не решу, какой кейс показать на эфире. Гляньте со стороны, вам виднее. Голосуйте за вариант, который цепляет сильнее.

3

День 3. Результат и мягкое предложение

Раскрываете ценность метода. Поводом служат отклики и вопросы в директ. Отталкиваясь от них, спокойно объясняете, что результат закономерен, потому что у вас свой подход. Связываете особенность метода с результатом и мягко подводите к предложению отдельным ясным шагом.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Вы завалили меня откликами, спасибо. Результат закономерен, вот почему я так работаю. Если хотите так же, шаг вот сюда.



СТРУКТУРА 2

Прогрев к запуску на неделю

Каркас недели от тёплого прогрева до открытых продаж. Порядок важнее скорости: закрытый эфир на тёплых идёт до публичной записи.

Прогрев



Закрытый эфир



Открытая запись



Открытые продажи

1

Дни 1 и 2. Тёплый прогрев

Возвращаете аудиторию в тему запуска. Даёте пользу, живые истории и контекст, зачем вы это затеяли. Пока без продажи, только интерес и доверие. Сначала работаете с тёплыми, кто давно с вами.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Всю неделю буду показывать, как собираю новый поток. Начну с того, зачем он мне и кому подойдёт.

2

День 3. Закрытый эфир для тёплых

Собираете эфир для тех, кто уже интересовался. Разбираете тему глубже, показываете метод и отвечаете на живые вопросы. Тёплая аудитория покупает первой, поэтому её берёте раньше холодного трафика.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

В четверг проведу закрытый разбор для своих. Приходите, покажу метод изнутри и отвечу на ваши вопросы.

3

День 4. Открытая запись и сбор заявок

Открываете анкету или запись для всех. К этому моменту тёплые уже прогреты эфиром, а новые заходят на готовый интерес. Точки контроля считаете сквозняком, чтобы видеть, где теряете людей.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Открыл запись. Оставьте заявку, если хотите разобрать вашу задачу, я вернусь к каждому лично.

4

Дни 5 по 7. Открытые продажи и честный дедлайн

Ведёте открытые продажи, снимаете возражения конкретикой и кейсами. Основная конверсия проходит в первые сутки, поэтому дожимаете сразу, а не ждёте «раскачки». Дедлайн называете честно, если он реальный.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

*Запись на этот поток закрою в воскресенье, дальше стартуем.
Кто сомневается, напишите, разберём ваш случай.*



СТРУКТУРА 3

Прогрев через контент

Серия рилсов и постов, которая ведёт зрителя по воронке от охвата к предложению. Каждый ролик решает одну задачу.

Охват



Сохранение



Директ



Предложение

1

Ролик 1. Захват через боль или миф

Первый ролик набирает охват. Цепляете зрителя болью аудитории или разрушением привычного убеждения. Задача одна: остановить пролистывание и назвать свою тему.

ПРИМЕР ЗАХОДА

Вам говорили, что для результата нужно больше усилий. На деле мешает совсем другое, сейчас покажу.

2

Ролик 2. Метод, как иначе

Показываете свой подход. Зритель понимает, что есть другой путь, и сохраняет ролик, чтобы вернуться. Здесь растёт доверие к вам как к эксперту.

ПРИМЕР ЗАХОДА

Тот же результат можно получить проще. Вот три шага, которые я прохожу с каждым, кто приходит.

3

Ролик 3. Кейс и результат

Показываете доказательство: было и стало, реальный путь клиента или на себе. Наглядное до и после работает сильнее всего. Кейсы берёте только настоящие.

ПРИМЕР ЗАХОДА

Покажу, с чего человек начинал и к чему пришёл. Смотрите, что изменилось за это время.

4

Пост-закрепление. Мягкое приглашение

Отдельным постом выносите призыв. Не прячете «приходите» внутрь пользы, а даёте ясный шаг после ценности: куда написать, что нажать, что получить.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Если узнали себя, напишите слово «разбор» в директ. Пришлю, с чего начать именно вам.



СТРУКТУРА 4

Прогрев через историю

Драматургическая арка. Зритель заходит в вашу историю как в серию сериала и возвращается за развязкой. Держит внимание сюжет.

Завязка



Напряжение



Кульминация



Развязка

1

Завязка. Вводите в контекст

Даёте информацию, без которой зритель не поймёт, что происходит: кто вы, какой период проходите, к чему идёте. Начинаете с общего плана, потом уходите в детали. Проговариваете мотивацию, зачем вам это.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Взялся за задачу, которую год обходил стороной. Расскажу, почему решился именно сейчас.

2

Напряжение. Показываете препятствие

Показываете, что мешает дойти до цели: внешнюю сложность и внутреннее сомнение. Напряжение держит зрителя, ему интересно, справитесь или нет. Ведите через смену состояний, монотонный рассказ усыпляет.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

На середине всё чуть не сорвалось. Расскажу, где я застрял и о чём думал в тот момент.

3

Кульминация. Показываете поворот

Момент, когда что-то получилось или сломалось. Действие двигает историю, без него серия стоит на месте. Это поворот сюжета, ради которого зритель досматривает.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

И тут я поменял один шаг, всё сложилось. Покажу, что именно сработало.

4

Развязка. Результат и мягкий переход

Показываете, куда пришли, что поняли и что дальше. Связка до и после с наглядным сравнением работает сильнее всего. Для прогрева здесь мягкое предложение отдельным шагом.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Вот к чему я пришёл и что понял по пути. Кто идёт похожей дорогой, загляните сюда.



СТРУКТУРА 5

Скрытая продажа через пользу и кейсы

Продажа без прямого «купите». Рассказываете, чем занимаетесь и что любите в работе, и пробуждаете желание сделать так же. Призыв выносите отдельно.

1

Базовый принцип. Рассказ вместо призыва

Просто показываете свою работу и то, что в ней цените, без предложения купить. Зритель видит процесс и результат, и у него сам рождается интерес. Никакого давления.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Обожаю этот этап работы. Сейчас покажу, как всё устроено изнутри, редко об этом рассказываю.

2

Формат «умный ход». Результат без потерь

Три шага, которые переворачивают установку зрителя. Показываете желаемый результат, но с потерями, дальше суть вашего метода, и тот же результат уже без потерь. Зритель видит выгоду подхода.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Обычно за такой результат платят временем и нервами. Есть путь короче, вот как я его прохожу.

3

Формат «ценности». Что вы любите в работе

Скрытая реклама под видом личного предпочтения. Называете подход, который любите, объясняете почему, показываете результат. Зритель заражается вашим отношением к делу.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Я всегда выбираю этот способ, и вот почему. Смотрите, что он даёт на выходе.

Финал. Призыв отдельным шагом

Прямой призыв выносите за пределы контента, отдельным элементом после ценности. Не суёте «купите» внутрь пользы. Один понятный шаг: куда прийти зрителю, если тоже так хочет.

ПРИМЕР РЕПЛИКИ

Если откликается, вот куда написать. Разберём вашу задачу и подберём, с чего начать.

✓ Мини-чек-лист хорошего прогрева

- ✓ **Есть повод, а не «сейчас продам».** Каждая цепочка привязана к событию или процессу, рассказ о себе идёт не в лоб.
- ✓ **Аудитория соучаствует, а не смотрит.** Зритель выбирает кейс, голосует, помогает, он вовлечён в результат до предложения.
- ✓ **Метод связан с результатом.** Явно показываете, почему ваш подход даёт такой результат, тогда предложение выглядит закономерным.
- ✓ **Предложение отдельным ясным шагом.** Призыв вынесен за пределы пользы, один понятный шаг: куда написать, что получить.
- ✓ **Честный дедлайн вместо «осталось 2 места».** Есть реальная дата, называете её. Искусственной срочности и дефицита нет.
- ✓ **Кейсы и цифры реальные.** Всё из вашей практики, ничего не выдуманно и не инсценировано.
- ✓ **Тексты чистые.** Без слов-паразитов и вводных, без отрицаний-образов, гендерно-нейтрально, плотно по «Пиши, сокращай».