

# РАБОТА С ТЕПЛОЙ И ХОЛОДНОЙ АУДИТОРИЕЙ

Практическое руководство для партнеров

Как давать человеку полезность, приглашать без давления и передавать объяснение системе

## ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП

Партнер не продает и не доказывает. Партнер дает человеку полезность и приглашает в готовую систему. Система объясняет и закрывает вопросы.

## ГЛАВНОЕ УСЛОВИЕ РЕЗУЛЬТАТА

Регулярность превыше всего. Не редкие всплески активности, а ежедневные качественные действия создают поток контактов, просмотров и решений.

## Содержание

- 1. Зачем нужен единый алгоритм
- 2. Главный принцип работы партнера
- 3. Почему нельзя продавать, доказывать и оправдываться
- 4. Полезность и лид-магнит: что именно мы даем человеку
- 5. Три маршрута Innovate
- 6. Работа с теплой аудиторией
- 7. Работа с холодной аудиторией
- 8. Готовые сообщения и ответы
- 9. Отказы и принцип Батута
- 10. Оформление профиля
- 11. Ежедневный алгоритм и регулярность
- 12. Учет действий и статистика
- 13. Типичные ошибки
- 14. Чек-листы партнера
- 15. Итоговый стандарт Innovate

# 1. Зачем нужен единый алгоритм

Многие партнеры сталкиваются с одинаковой ситуацией: знакомые не отвечают, отказываются, говорят, что устали от сетевого бизнеса, или начинают спорить. После нескольких таких контактов новичок делает опасный вывод: «теплая аудитория не работает», «людям ничего не нужно», «я не умею приглашать».

В большинстве случаев проблема не в аудитории и не в самом предложении. Проблема начинается тогда, когда партнер слишком рано начинает объяснять проект, защищать его, спорить с человеком, оправдываться или отправлять слишком много информации. Простой контакт превращается в тяжелую продажу, к которой новичок не готов.

## ЗАДАЧА ЭТОГО ДОКУМЕНТА

Дать каждому партнеру один понятный и воспроизводимый алгоритм: найти подходящего человека, проверить актуальность, получить разрешение и передать ему полезный обучающий материал.

# 2. Главный принцип работы партнера

## ЕДИНАЯ ФОРМУЛА

НАЙТИ → ПРОВЕРИТЬ АКТУАЛЬНОСТЬ → ПОЛУЧИТЬ РАЗРЕШЕНИЕ → ДАТЬ ПОЛЕЗНОСТЬ → ДОГОВОРИТЬСЯ О ПРОСМОТРЕ → СДЕЛАТЬ ПОВТОРНОЕ КАСАНИЕ

Роль партнера — не продать Innovate и не убедить каждого. Роль партнера — найти тех, кому тема может быть актуальна, и пригласить их в профессионально подготовленную систему.

## Что делает партнер

- Находит подходящего человека.
- Начинает нормальный человеческий диалог.
- Выясняет, актуальна ли тема дополнительного дохода, онлайн-бизнеса или создания собственного актива.
- Получает разрешение отправить информацию.
- Коротко объясняет, какую полезность получит человек.
- Направляет человека в один выбранный маршрут.
- Уточняет, удалось ли посмотреть материал.
- Фиксирует результат и продолжает ежедневную работу.

## Что делает система

- Вызывает интерес и раскрывает идею.
- Последовательно объясняет модель.
- Показывает инструменты, продукт, формат работы и путь новичка.
- Отвечает на основные вопросы внутри марафона и материалов.
- Подводит человека к осознанному решению.

## ВАЖНО

Марафон и воронка уже созданы именно для того, чтобы закрывать вопросы человека. Партнеру не нужно организовывать отдельную презентацию или пытаться объяснить систему своими словами.

## 3. Почему нельзя продавать, доказывать и оправдываться

Когда человек еще не проявил интерес, длинные объяснения воспринимаются как давление. Партнер начинает защищать проект, доказывать, что «сейчас все по-другому», спорить с прошлым опытом человека и оправдываться. Чем больше он пишет, тем сильнее сопротивление.

### Что происходит при неправильной переписке

- Человек чувствует, что его решение не уважают.
- Возникает ощущение навязывания.
- Партнер теряет уверенность и начинает писать еще больше.
- Информация подается кусками, без структуры и логики.
- Человек спорит уже не с идеей, а лично с партнером.
- Теплый контакт может превратиться в конфликт.

### Фразы, которые усиливают сопротивление

#### НЕ НУЖНО ПИСАТЬ

*«Ты не понимаешь, потому что не смотрела. Посмотри — и все поймешь.»*

#### НЕ НУЖНО ПИСАТЬ

*«Сейчас все автоматизировано, это совсем другой уровень, ты просто не знаешь.»*

#### НЕ НУЖНО ПИСАТЬ

*«Ты зря отказываешься, здесь совсем другие деньги.»*

#### НЕ НУЖНО ПИСАТЬ

*«Я все равно тебе объясню, потому что ты пока не понимаешь возможности.»*

#### ПРАВИЛЬНАЯ УСТАНОВКА

Не убеждаем. Не преследуем. Не оправдываемся. Не спорим. Не доказываем. Предлагаем полезность, уважаем ответ и переходим к следующему контакту.

## 4. Полезность и лид-магнит: что именно мы даем человеку

На первом касании мы не предлагаем регистрацию, покупку пакета или немедленное решение. Мы даем человеку полезность — закрытое бесплатное обучение, где он может разобраться, как создается актив, как устроена партнерская модель и какие инструменты позволяют новичку начать без самостоятельных презентаций.

**Лид-магнит — это не просто ссылка. Это конкретная ценность, которую человек получает после регистрации:**

- структурированное обучение вместо случайных объяснений в переписке;
- понимание, как можно создавать актив через интернет;
- пошаговый маршрут для новичка;
- разбор модели без необходимости сразу принимать решение;
- возможность самостоятельно оценить, подходит ему направление или нет.

### КЛЮЧЕВОЙ СМЫСЛ СООБЩЕНИЯ

Не «приходи на марафон», а «я могу дать тебе закрытое бесплатное обучение, где подробно показывают, как новичку создать актив через интернет».

Именно полезность снижает сопротивление. Человек не чувствует, что его сразу пытаются завербовать. Он получает возможность изучить материал и принять решение самостоятельно.

## 5. Три маршрута Innovate

Человеку не нужно отправлять все материалы сразу. Выбирается один маршрут, который лучше соответствует его ситуации.

### Маршрут 1. Прямой эфир / марафон

Подходит более теплому человеку, который готов подключиться в конкретное время и пройти обучение вместе с группой.

#### ПРИМЕР

*«Во вторник начинается закрытое бесплатное обучение о том, как новичку создать через интернет актив и дополнительный доход. Там все объясняется пошагово, без необходимости самому проводить презентации. Тебе сейчас актуальна такая информация?»*

### Маршрут 2. Воронка из 4 шагов Первой волны

Это основной и уже проверенный маршрут. Человек знакомится с идеей постепенно, в удобном темпе. Внутри есть запись марафона.

#### ПРИМЕР

«У нас есть закрытый бесплатный маршрут из четырех шагов. В нем показывают, как новичку создать актив через интернет, какие инструменты используются и с чего начать. Можно пройти в своем темпе. Отправить описание?»

### Маршрут 3. Запись марафона

Подходит человеку, который проявил интерес, но не может присутствовать на прямом эфире.

#### ПРИМЕР

«Могу дать запись закрытого обучения. Там за три дня подробно разбирают, как устроена модель создания актива и что конкретно делает новичок. Посмотришь в удобное время. Отправить?»

#### ПРАВИЛО

Один человек — один маршрут. Не перегружайте его тремя ссылками и несколькими вариантами одновременно.

## 6. Работа с теплой аудиторией

Теплая аудитория — это друзья, родственники, коллеги, бывшие клиенты, знакомые, подписчики и люди, с которыми уже было общение. Они ожидают личного отношения, поэтому нельзя отправлять всем одинаковое безличное сообщение.

#### ФОРМУЛА ТЕПЛОГО СООБЩЕНИЯ

ЛИЧНЫЙ КОНТЕКСТ → ПРИЧИНА ОБРАЩЕНИЯ → ПОЛЕЗНОСТЬ → ПРОВЕРКА АКТУАЛЬНОСТИ → РАЗРЕШЕНИЕ

#### ЕСЛИ ЧЕЛОВЕК РАНЬШЕ ИНТЕРЕСОВАЛСЯ ДОХОДОМ

«Ирина, привет! Вспомнила о тебе, потому что ты раньше интересовалась дополнительным заработком. У нас сейчас открыто бесплатное обучение, где пошагово показывают, как новичку создать актив через интернет. Не знаю, актуальна ли тебе сейчас эта тема. Можно отправить описание?»

#### ЕСЛИ РАНЬШЕ ТЕМУ ДОХОДА НЕ ОБСУЖДАЛИ

«Оля, привет! Я сейчас развиваю новое направление. У нас есть закрытый бесплатный маршрут из четырех шагов, где показывают, как создать собственный актив через интернет и с чего начать новичку. Ты вообще рассматриваешь сейчас дополнительные источники дохода или тема неактуальна?»

«Привет! Могу дать тебе полезное бесплатное обучение о создании актива через интернет. Это не регистрация и не обязательство, а возможность спокойно изучить модель. Актуально отправить описание?»

## 7. Работа с холодной аудиторией

Холодная аудитория — это люди, которые еще не знают партнера лично. Здесь особенно важны уместность, персонализация и отсутствие массового спама.

У обращения должна быть понятная причина: публикация человека, интерес к теме, участие в тематическом сообществе, поиск дополнительной работы, интерес к онлайн-бизнесу или созданию дохода.

### ФОРМУЛА ХОЛОДНОГО СООБЩЕНИЯ

КОНТЕКСТ → РЕЛЕВАНТНЫЙ ВОПРОС → ПОЛЕЗНОСТЬ → РАЗРЕШЕНИЕ → ЛИД-МАГНИТ

### ПОСЛЕ ПУБЛИКАЦИИ О ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

«Добрый день, Марина. Увидела вашу публикацию о поиске дополнительной занятости. У нас есть закрытое бесплатное обучение, где показывают, как новичку создать актив и дополнительный доход через интернет. Без длинной презентации: можно прислать страницу с программой?»

### ИЗ ТЕМАТИЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА

«Алексей, добрый день. Вижу, что вам интересна тема онлайн-бизнеса. Мы проводим бесплатное обучение для новичков о создании партнерского актива: пошагово, с готовыми инструментами и без необходимости самому проводить презентации. Разрешите отправить описание?»

### МЯГКИЙ КОРОТКИЙ ВАРИАНТ

«Добрый день! Увидела, что вам интересна тема дополнительного дохода. Есть полезный бесплатный маршрут из четырех шагов о создании актива через интернет. Можно отправить программу?»

## Что запрещено в холодной аудитории

- Сразу присылать ссылку без разрешения.
- Писать сотням людей один и тот же текст.
- Использовать ложные комплименты и искусственную дружбу.
- Скрывать партнерский характер проекта.
- Обещать легкий доход, быстрые деньги или гарантированный результат.
- Повторно писать после прямого запрета.
- Отправлять длинные голосовые сообщения незнакомому человеку.
- Использовать автоматизацию, похожую на массовый спам.

## 8. Готовые сообщения и ответы

### Разрешение отправить материал

#### ВАРИАНТ 1

«Можно отправить тебе страницу с программой закрытого обучения? Там показывают, как создать актив через интернет. Посмотришь и сама решишь, актуально это или нет.»

#### ВАРИАНТ 2

«У меня есть бесплатный маршрут из четырех шагов с записью марафона. В нем все разложено по шагам для новичка. Отправить?»

#### ВАРИАНТ 3

«Не хочу пересказывать своими словами и превращать переписку в продажу. Могу дать готовое обучение, где все объясняется последовательно. Отправить ссылку?»

### После отправки ссылки

#### ОБЯЗАТЕЛЬНО

«Первый материал занимает немного времени. Когда тебе удобнее начать — сегодня или завтра?»

Это не давление. Это договоренность о следующем шаге. Без нее ссылка чаще всего теряется в переписке.

### Повторное касание

#### ЕСЛИ ОБЕЩАЛ ПОСМОТРЕТЬ

«Привет! Получилось открыть первый материал? Мне важнее честная реакция, чем положительный ответ.»

#### ЕСЛИ НЕ ПОСМОТРЕЛ

«Поняла. Тема пока остается актуальной или лучше к ней не возвращаться?»

#### ЕСЛИ ССЫЛКА ПОТЕРЯЛАСЬ

«Продублировать ссылку или пока отложим?»

## Если спрашивают: «Это сетевой?»

### ЧЕСТНЫЙ ОТВЕТ

*«Да, в основе есть партнерская модель. Но я не предлагаю тебе сейчас зарегистрироваться или что-то покупать. Я предлагаю бесплатное обучение, где можно спокойно понять, как все устроено, и самостоятельно решить, подходит это тебе или нет.»*

## 9. Отказы и принцип Батута

Отказы — естественная часть любой воронки. Они не означают, что вы выбрали неправильный путь или не способны получить результат. Они показывают, что вы действительно совершаете действия и входите в контакт с рынком.

### ПРИНЦИП БАТУТА

Отказ не должен придавливать вас к земле. Он должен стать точкой отталкивания и вернуть вас в действие с большей собранностью, энергией и точностью.

### Как использовать отказ правильно

- Записывайте яркие отказы, игнорирование и негатив в Бортжурнал Innovate.
- Не прокручивайте отказ как личное унижение. Превращайте его в топливо для следующего действия.
- После отказа сразу выполните еще одно качественное приглашение, чтобы не закреплять остановку.
- Если отказ демотивирует надолго, воспринимайте это как тревожный звонок: необходимо восстановить внутреннюю опору и вернуться к дневной норме.
- После серии отказов не бросайте работу. Пересмотрите тексты, выбор аудитории, оформление профиля и точность предложения, затем продолжите.
- Доказывайте прежде всего себе и результатом, а не спором в переписке.

### Личная установка Александра

Я радуюсь отказам. После игнорирования или резкого ответа меня буквально заряжает мысль: «Ты не поверил, отказал. Благодарю. Теперь у меня еще больше уверенности и желания это сделать». Отказ становится не тормозом, а вызовом. Он усиливает мою потребность продолжать, наращивать действия и однажды показать реальный результат.

### ВНУТРЕННЯЯ ФРАЗА ПОСЛЕ ОТКАЗА

«Ты не поверил и отказал. Благодарю. Я не буду спорить. Я продолжу работать и докажу результатом, что способен это сделать».

Важно: принцип Батута не означает преследовать человека, возвращаться к нему с упреками или пытаться унижить его. Граница человека сохраняется. Ваш ответ на отказ — не спор, а собственная дисциплина и результат. Позже, если общение возобновится естественно и это будет уместно, можно спокойно показать, что у вас получилось, без злорадства и давления.



## Правильные ответы на отказ

### ЕСЛИ ЧЕЛОВЕК СКАЗАЛ «НЕТ»

*«Поняла, спасибо, что ответила. Тогда не буду отвлекать этой темой.»*

### ЕСЛИ ЧЕЛОВЕК РЕЗКО НЕГАТИВЕН

*«Понимаю. Больше предлагать не буду. Спасибо, что сказала прямо.»*

### ЕСЛИ ЧЕЛОВЕК ИГНОРИРУЕТ

*«Привет! Продублирую один раз: тема бесплатного обучения по созданию актива еще актуальна или лучше закрыть вопрос?»*

Если после одного повторного касания ответа нет, контакт закрывается. Энергия направляется не на преследование, а на следующих людей и выполнение дневной нормы.

## 10. Оформление профиля

Перед началом приглашений партнер должен привести профиль в порядок. Получатель почти всегда заходит на страницу и оценивает, кто ему написал.

### Вариант 1. Привести существующий профиль в порядок

- Поставить качественную реальную фотографию.
- Понятно написать, кто вы и чем занимаетесь.
- Скрыть или удалить откровенно странные публикации, бессмысленные игровые репосты и визуальный мусор.
- Добавить содержательные посты о жизни, ценностях, развитии и работе.
- Закрепить пост-знакомство или рассказ о новом направлении, но без конкретики.
- Показать живого человека, а не рекламную витрину.

### Вариант 2. Создать отдельный профессиональный профиль

- Не начинать приглашения в первый же день.
- Опубликовать 8–12 нормальных материалов.
- Добавить личную историю и знакомство.
- Показать реальные интересы и путь человека.
- Размещать полезные мысли и кейсы без громких обещаний.

### ВАЖНО

Пустой новый профиль может вызывать больше недоверия, чем старый живой аккаунт. Новый профиль должен быть сначала наполнен и только потом использоваться для контактов.

## 11. Ежедневный алгоритм и регулярность

### ГЛАВНОЕ ПРАВИЛО

РЕГУЛЯРНОСТЬ ПРЕВЫШЕ ВСЕГО. Результат создают не редкие эмоциональные рывки, а ежедневные действия по одному алгоритму.

### Подготовка

- Оформить профиль.
- Составить список минимум из 30 теплых контактов.
- Определить 3–5 категорий холодной аудитории.
- Для каждого человека понимать причину, почему тема может быть ему актуальна.
- Подготовить одну ссылку на выбранный маршрут.
- Создать таблицу учета действий и результатов.

### Пример ежедневной нормы

- 5 персональных обращений к теплой аудитории.
- 10 аккуратных обращений к холодной аудитории.
- 5 повторных касаний с теми, кто уже проявлял интерес.
- 1 содержательная публикация, история или полезный комментарий.
- Фиксация всех действий и отказов в конце дня.

Количество можно адаптировать, но нельзя отменять сам принцип ежедневной активности. Лучше 5 качественных приглашений каждый день, чем 50 сообщений один раз в месяц.

### Ежедневный цикл

1. Найти релевантных людей.
2. Написать короткое персональное сообщение.
3. Показать полезность обучения.
4. Получить разрешение.
5. Отправить один подходящий маршрут.
6. Договориться, когда человек начнет смотреть.
7. Сделать одно повторное касание.
8. Зафиксировать результат.
9. После отказа применить принцип Батута и продолжить дневную норму.

## 12. Учет действий и статистика

Партнер не должен оценивать себя по реакции двух знакомых. Приглашения — это воронка. Часть людей не ответит, часть откажется, часть согласится посмотреть, и только некоторые пройдут материал до конца.

### Условный пример воронки, а не обещание результата:

- 30 корректных обращений.
- 15 ответов.
- 5 разрешений отправить материал.
- 3 человека начали смотреть.

- 1–2 человека дошли до полного изучения.
- Кто-то принимает решение, а кто-то нет.

## Что нужно измерять

- Количество найденных релевантных людей.
- Количество персональных обращений.
- Количество ответов.
- Количество разрешений отправить информацию.
- Количество вошедших в марафон или маршрут из 4 шагов.
- Количество начавших просмотр.
- Количество прошедших обучение.
- Количество принятых решений.
- Количество отказов и реакцию на них.
- Выполнение дневной нормы.

### СМЫСЛ СТАТИСТИКИ

Отказ — это не оценка вашей личности. Это одна цифра внутри воронки. Чем спокойнее вы считаете действия, тем меньше зависите от эмоций.

## 13. Типичные ошибки

### Ошибка 1. Сразу объяснять весь проект

Человек еще не заинтересовался, а партнер уже перегружает его информацией. Решение: показать полезность и направить в готовую систему.

### Ошибка 2. Спорить после отказа

Отказ превращается в конфликт. Решение: поблагодарить, применить принцип Батута и продолжить работу.

### Ошибка 3. Отправлять ссылку без разрешения

Ссылка воспринимается как спам. Решение: сначала спросить.

### Ошибка 4. Давать несколько ссылок сразу

Человек не понимает, с чего начать. Решение: выбрать один маршрут.

### Ошибка 5. Не объяснять полезность

Фраза «приходи на марафон» не показывает ценность. Решение: сказать, что человек получит закрытое обучение по созданию актива.

### Ошибка 6. Не договариваться о следующем шаге

Ссылка теряется. Решение: уточнить, когда человек начнет смотреть.

### Ошибка 7. Писать без контекста

Сообщение выглядит массовым. Решение: указать, почему вы обращаетесь именно к этому человеку.

### Ошибка 8. Работать рывками

Нет статистики и потока. Решение: ежедневная норма.

### Ошибка 9. Считать отказ поражением

Партнер останавливается. Решение: журнал отказов, принцип Батута и следующее действие.

### Ошибка 10. Пустой или странно оформленный профиль

Человек не доверяет отправителю. Решение: сначала оформить страницу.

### Ошибка 11. Обещать доход

Это создает завышенные ожидания. Решение: предлагать изучить модель, а не гарантировать результат.

## 14. Чек-листы партнера

### Перед первым сообщением

- ☐ Я понимаю, почему пишу именно этому человеку.
- ☐ Мой профиль выглядит живым и понятным.
- ☐ Я знаю, какую пользу предлагаю.
- ☐ Я не собираюсь сразу присылать ссылку.
- ☐ У меня подготовлен один подходящий маршрут.
- ☐ Я готов спокойно принять отказ и продолжить.

### Перед отправкой ссылки

- ☐ Человек дал разрешение.
- ☐ Я выбрал только один формат.
- ☐ Я коротко объяснил, что получит человек.
- ☐ Я не обещал гарантированный доход.
- ☐ Я договорился, когда человек начнет смотреть.

### После ответа или просмотра

- ☐ Я спросил о реакции, а не начал продавать.
- ☐ Я не спорю с сомнениями.
- ☐ Я не пытаюсь объяснить марафон вместо марафона.
- ☐ Я уважаю прямой отказ.
- ☐ Я фиксирую результат в системе учета.
- ☐ После отказа я выполняю следующее действие.

### Ежедневный чек-лист

- ☐ Проверил профиль.
- ☐ Нашел новых релевантных людей.
- ☐ Сделал обращения к теплой аудитории.
- ☐ Сделал обращения к холодной аудитории.
- ☐ Провел повторные касания.
- ☐ Пригласил заинтересованных в один маршрут.
- ☐ Записал отказы и применил принцип Батута.
- ☐ Зафиксировал результаты.
- ☐ Выполнил дневную норму.

# 15. Итоговый стандарт Innovate

Мы уже создали презентационную систему. Поэтому партнеру не нужно заново изобретать презентацию в личной переписке. Его задача — дать человеку полезность и возможность самостоятельно познакомиться с предложением.

## Три направления, куда мы ведем человека

- На прямой эфир / марафон.
- В воронку из 4 шагов Первой волны, где есть запись марафона.
- На запись марафона, если человек не может присутствовать онлайн.

## Главные правила

- Сначала показать полезность — затем получить разрешение — потом отправить ссылку.
- Один человек — один подходящий маршрут.
- Не продавать, не доказывать и не оправдываться в переписке.
- Не скрывать суть партнерской модели.
- Не пытаться заменить марафон собственными объяснениями.
- Уважать отказ и границы человека.
- Использовать отказ как топливо через принцип Батута.
- Считать действия, а не только регистрации.
- Работать ежедневно. Регулярность превыше всего.

### **ФОРМУЛА INNOVATE**

ПАРТНЕР ДАЕТ ПОЛЕЗНОСТЬ И ПРИГЛАШАЕТ. СИСТЕМА ОБЪЯСНЯЕТ И ЗАКРЫВАЕТ ВОПРОСЫ. РЕГУЛЯРНОСТЬ СОЗДАЕТ РЕЗУЛЬТАТ. После каждого отказа: не спорить, не останавливаться, поблагодарить, записать, сделать вывод и выполнить следующее качественное действие.