

БЛОК 1: ОПТИМІЗАЦІЯ КОНВЕРСІЇ (CRO) ЛЕНДІНГІВ ЗА ДОПОМОГОЮ AI

1. Ключові Концепції (Що це?)

- **Проблема з заголовками:** Створення ефективних заголовків та підзаголовків для лендінгів – це надзвичайно енергозатратний процес, який може займати у людини дні. Однак це критично важливо, оскільки є основою лідогенерації.
- **Психологія сканування (Як читає лід):** Люди не читають лендінги; вони їх сканують.
 1. **Заголовок + Підзаголовок:** Лід спочатку читає великий текст, шукаючи обіцянку вигоди.
 2. **Сканування:** Якщо вигода цікава, він сканує інші підзаголовки.
 3. **Ціна (Офер):** Він опускається вниз до ціни.
 4. **Пошук причини "НЕ КУПИТИ":** Якщо ціна влаштовує, лід починає активно шукати причину *не купити*.
- **"Клейми" (Claims):** Лід шукає "булшит" – твердження (claims), які виглядають як перебільшення або неправда. Наприклад, якщо ви обіцяєте "клонувати співробітника" і "стати розумнішим" – друге твердження виходить за рамки і викликає недовіру.
- **Функція заголовка:** Правильний заголовок обіцяє вигоду і миттєво викликає бажання ("Захотіли?").
- **Типи заголовків:** Існує багато типів (сторітелінг, пряма обіцянка, прямий офер, проблема-рішення), і вибір правильного типу виснажує ментальний ресурс.

2. Методології та Фреймворки (Як це працює?)

Фреймворк: Генерація та Калібрування Заголовків через AI

1. **Збір Даних:** Робиться повний скріншот цільової сторінки (навіть якщо вона дуже довга).
2. **Завантаження в AI:** Зображення лендінгу завантажується у чат з AI "співробітником".
3. **Ініціалізація:** Дається команда AI "вивчити сторінку, але поки нічого не робити".
4. **Постановка Задачі (Перша ітерація):** Дається чіткий промпт із зазначенням мети та стилю.
 - *Приклад промпту:* "Я завантажив тобі сторінку категорії 'Стейки Карпат' і хочу оптимізувати її під збір лідів. Згенеруй 4 альтернативні заголовки... Один в стилі Дена Кеннеді, один в стилі Гері Хелберта, один в стилі Девіда Огілві і один Пері Белчера. Ціль – підвищення конверсії".
5. **Калібрування (Оцінка першого результату):** Перший результат від AI, як і від людини, зазвичай посередній. Необхідно дати зворотний зв'язок.
6. **Уточнення Задачі (Друга ітерація):** Спікер уточнив, що це сторінка категорії, а не лендінг.
 - *Приклад промпту-уточнення:* "Давай зробимо заголовок, який би спонукав більше дослідити позицію на цій сторінці. Його ціль не закрити на щось, а затримати його подовше на сайті".

7. **Розширення Задачі (Третя ітерація):** Можна попросити змодельовати класиків або надати інший стиль.
- *Приклад промпту:* "Візьми, змодельуй під топ-10 найкращих заголовків з директ-респонс маркетингу... і згенеруй мені заголовки".
 - *Приклад промпту:* "Давай ще в стилі Девіда Огілві 10 потужних заголовків".

Фреймворк: "Навчання" AI-співробітника (Корекція помилок)

1. **Виявлення Галюцинації:** AI робить помилку (наприклад, пише, що "Стейки Карпати" з регіону Карпат, хоча це лише бренд).
2. **Аналогія з Людиною:** Це ідентично тому, як новий співробітник (маркетолог) робить помилку через незнання УТП (Унікальної Торгової Пропозиції) продукту.
3. **Процес "До-навчання":**
 - **Для AI:** Ви завантажуєте файл (PDF, TXT) з коректною інформацією (наприклад, УТП, позиціонування) у розділ "файли" вашого AI-проекту (співробітника).
 - **Для Людини:** Ви додаєте навчальну "тарілку" (модуль) в Sintegrom про УТП.
4. **Архітектура AI-Співробітника:** AI-проект ("папочка") – це співробітник з конкретною роллю. Він має два компоненти:
 - **Інструкції:** Роль, місія, обов'язки, що *робити*, а що *не робити* (напр., "Завжди закінчуй лист фразою 'З вірою в тебе'", "Пропускай привітання 'Привіт'").
 - **Файли (База Знань):** Контекстна інформація, яку AI має знати (напр., Аватар клієнта, УТП продукту).

3. Практичні Приклади та Аналогії

- **Приклад "Intergrom":** Обіцянка "Клонуйте вашого найкращого співробітника, масштабуйте ваш бізнес". Клієнт сканує, не бачить ціни, бачить "отримай демо", а потім шукає "булшит", наприклад, твердження "ви ще й станете розумнішим", яке є причиною не купити.
- **Приклад "Стейки Карпат":** Офер "Візьми стейк рибай і отримай два ножа безкоштовно".

4. Інструменти та Тактики

- **Інструмент: Awesome Stream Recorder:** Плагін для браузера, який дозволяє зробити повний скріншот сторінки, навіть якщо вона дуже довга (він сканує її).
- **Тактика (AI Співробітники):** Сприймайте AI-чати (проекти) як ваших віртуальних співробітників, а папки – як процеси або ролі.
- **Тактика (Тестування):** Якщо ви не розумієте, який заголовок кращий, єдиний спосіб – це A/B тест.
- **Тактика (Аватар):** Можливо (але спікер скептичний) показати згенеровані заголовки AI-Аватару клієнта і спитати, який спрацює краще.

5. Застереження та Анти-Патерни (Чого НЕ робити)

- **Анти-Патерн (Масовий запит):** Не просіть AI написати одразу 20 заголовків. Йому буде важко. Краще попросіть 5.
 - **Анти-Патерн (Сліпа довіра):** Якщо ви не експерт у темі (напр., у заголовках), ви не зможете вибрати найкращий варіант з тих, що запропонував AI.
 - **Анти-Патерн (Галюцинації):** AI може вигадувати факти ("галюцинувати"). Ви маєте помічати це і виправляти, завантажуючи коректні дані.
-

БЛОК 2: АВТОМАТИЗАЦІЯ СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ ТА НАВЧАННЯ

1. Ключові Концепції (Що це?)

- **Контент-Цикл:** У маркетингу потрібно постійно створювати контент. AI та плагіни кардинально прискорюють цей цикл.
- **Асинхронна комунікація:** Заміна традиційних Zoom-дзвінків на записані відео-повідомлення (Loom) для надання зворотного зв'язку або проведення ревію.
- **Автоматизація Баз Знань:** Використання AI для миттєвого перетворення будь-якого відео (вашого чи чужого) на готовий навчальний модуль для співробітників.

2. Методології та Фреймворки (Як це працює?)

Фреймворк 1: Рерайтинг YouTube-відео у Facebook-пост (з Glasp)

1. **Вибір Відео:** Знаходимо релевантне відео на YouTube (напр., інтерв'ю Андрія Федоріва).
2. **Транскрибація:** Використовуємо плагін **Glasp** для отримання повної текстової транскриптації відео. Glasp також може робити AI-summary.
3. **Завантаження в AI:** Копіюємо транскрипцію і вставляємо її в AI-співробітника (напр., "Контент-копірайтер").
4. **Структуризація:** Даємо AI завдання структурувати "потік свідомості" з інтерв'ю.
 - *Приклад промπτу:* "Розбий це інтерв'ю на 10 ключових концепцій".
5. **Генерація Контенту:** Вибираємо одну концепцію і даємо завдання на рерайтинг.
 - *Приклад промπτу:* "Напиши зараз в моєму стилі Facebook-пост про 7-й пункт (напр., 'Куди котиться світ і де шанс України') з посиланням на це інтерв'ю. Розпиши ключову ідею. Зроби пост цікавим, корисним і щоб викликав позитивну реакцію".
6. **Публікація:** AI генерує готовий пост.

Фреймворк 2: Створення Навчальних Модулів (з Loom та AI)

1. **Запис Знань:** Спікер (експерт) записує навчальний урок або зворотний зв'язок за допомогою **Loom** (який записує екран та обличчя).
2. **Отримання Артефактів:** Loom автоматично генерує два артефакти:
 - Високоякісне відео (з очищенням від шумів).
 - Повну текстову транскриптацію.

3. **Завантаження Відео:** Відео завантажується у систему навчання (напр., Sintegrom).
4. **Завантаження Тексту в AI:** Транскрибація копіюється і вставляється у спеціалізованого AI-співробітника – **"Створювач карт Sintegrom"**.
5. **Автоматизація Педагогіки:** Цей AI-агент має інструкцію (промпт) автоматично генерувати:
 - Кілька (напр., 4) варіанти назви для навчального модуля.
 - Короткий конспект (summary) відео.
 - Кілька (напр., 3) питань для перевірки засвоєння знань.
 - **"Контрольні ключі"** (детальні правильні відповіді на ці питання).
6. **Результат:** Замість того, щоб людина (напр., асистент) витратила день на прослуховування відео та написання питань, AI робить це за хвилину і часто краще.

Фреймворк 3: Швидке Наповнення Базы Знань (з YouTube)

1. **Ідентифікація Пробілу:** Ви розумієте, що співробітники чогось не знають (напр., "Що таке social proof?").
2. **Пошук на YouTube:** Знаходите на YouTube експертне відео на цю тему.
3. **Glasp + AI:** Використовуєте Glasp для транскрибації, вставляєте в "Створювач карт".
4. **Готово:** AI миттєво створює конспект, питання та контрольні ключі. Новий навчальний модуль готовий.

3. Практичні Приклади та Аналогії

- **Асинхронне Рев'ю (Loom):** Замість того, щоб призначати Zoom-дзвінок маркетологу "Васі", спікер записує Loom, де проходиться по сайту і вказує на помилки ("Тут погана назва", "Тут помилки в блозі", "В підвалі поплили цифри"). Потім кидає лінк Васі в Телеграм.
- **Loom для Рев'ю Реклами:** "Вася" (PPC-спеціаліст) тричі на тиждень записує рев'ю рекламних кампаній у Loom замість Zoom-дзвінка. Спікер може слухати це в машині, вночі, на прогулянці з собакою.
- **Loom для Продажів:** Спікер найняв підрядника по сайтам, який єдиний замість PDF з прайсом записав персоналізоване Loom-відео. Це дозволило донести цінність до оголошення ціни, що запобігло патерну "пошуку причин не купити".

4. Інструменти та Тактики

- **Інструмент: Glasp:** Платний (бл. \$10) плагін для Chrome, який транскрибує та узагальнює YouTube-відео.
- **Інструмент: Loom:** Сервіс (платний, бл. \$10) для запису екрану та відео, створює хмарне посилання для асинхронної комунікації. Має вбудовану транскрибацію. Дозволяє залишати коментарі та реакції у відео.
- **Інструмент: "Створювач карт Sintegrom":** Внутрішній AI-агент (співробітник), натренований на конкретний промпт для створення навчальних матеріалів з транскриптів.
- **Тактика (Переклад):** Якщо YouTube-ролик англійською, а ви не знаєте мови, Glasp та AI можуть його транскрибувати та перекласти.

5. Застереження та Анти-Патерни (Чого НЕ робити)

- **Анти-Патерн (AI Контент-Ферми):** З'явилося багато низькоякісного контенту, згенерованого AI. Заголовки виглядають ідеально ("прямо те, що треба"), але всередині – 20 хвилин "води".
 - **Анти-Патерн (Один Копірайтер):** Не можна створювати одного AI-співробітника "Копірайтер". Потрібно мінімум два: **Sales Copywriter** (для реклами, лендінгів; ціль – продаж/клік) та **Content Copywriter** (для блогів; ціль – навчання, цінність). Це різні цілі та різні стилі.
-

БЛОК 3: СТРУКТУРА ТА УПРАВЛІННЯ ВІДДІЛОМ ПРОДАЖІВ

1. Ключові Концепції (Що це?)

- **Три Процеси:** Відділ продажів – це не моноліт, а три окремі бізнес-процеси.
 - **Рекрутинг:** (Має найбільший вплив на дохід).
 - **Навчання / Онбординг:** (Система "клонування" продавців; критична для масштабування та уникнення вигорання).
 - **Управління:** (Операційна діяльність).
- **Спеціаліст vs. Менеджер:** Продавець – це **спеціаліст** (працює руками), а не менеджер (який керує людьми).
- **Проблема Продавців:** Продавці за своєю природою схильні прикрашати дійсність, тобто **брехати**. Це частина психотипу, який дозволяє їм "вішати лапшу на вуха" клієнтам.
- **"Силовий" vs "Інтелектуальний" Менеджмент:**
 - **Тімлід (Сержант):** Використовує **силовий менеджмент**. Його задача – стояти над "солдатами" і примушувати їх працювати (кричати, змушувати).
 - **Керівник (Генерал):** Використовує **інтелектуальний менеджмент**. Його задача – *проектувати* системи мотивації, стратегії (як Ігор). "Сержант" ніколи не придумає систему сам.

2. Методології та Фреймворки (Як це працює?)

Процес 1: Рекрутинг (Лідогенерація Кандидатів)

1. **Створення Вакансії:** Використовуйте AI (GPTs) для написання вакансії. Можна просто надиктувати голосом деталі, і AI напише текст.
2. **Фільтрація (Анти-Патерн):** Не обробляйте відгуки самі. Це "найгірша робота у світі". 80-90% відгуків – "сміття" (люди з "драконами на аватарках").
3. **Рішення (Сорсер):** Найміть не HR в штат, а зовнішнього "**сорсера**" (рекрутера).
4. **Задача Сорсера:** Його задача – продзвонити сотні відгуків, відфільтрувати неадекватних і допустити до співбесіди (або наступного етапу) лише релевантних.
5. **Автоматизація Інтерв'ю (Sintegrom):** Сорсер може направити кандидата на "3D резюме" – автоматизоване відео-інтерв'ю в Sintegrom.

6. **Ключовий Етап:** Сорсер має *подзвонити* і **"продати"** кандидату ідею пройти це автоматизоване інтерв'ю. Просто кинути посилання не спрацює – люди злякаються.

Процес 2: Онбординг (Система "Клонування")

- **Філософія:** Найбільша помилка власника – вважати, що продавець "сам якось розбереться". Він не розбереться. Ви *зобов'язані* його навчити. Якщо він не знає продукт і "плаває" у відповідях, клієнт піде, і це *ваша* провина, а не продавця.
- **Обов'язкові Блоки Навчання (Карти в Sintegrom):**
 1. **Продукт:** (Напр., "Продукти та Воронки Рівень 1"). Сюди входить *все*: що таке стейки (багато хто їх не їв), чим відрізняються від парного м'яса, логістика, класичні vs альтернативні, суха vs волога витримка, супутні товари (вино, морепродукти) .
 2. **Посада ("Цифровий Клон"):** Що має знати саме продавець. Сюди входить: УТП компанії, аватари клієнтів, де лежать скрипти, графік роботи, система мотивації, правила підготовки до нарад з тімлідом (знати свої цифри *до* зустрічі) .
 3. **Системи (CRM):** Окрема карта про те, як працювати в CRM-системі (як заповнювати картки, ставити наступну дію, писати коментарі).
 4. **Корпоративна Культура:** Базові правила роботи. Правила поведінки в Zoom (не їсти, бути вчасно, мати 2 інтернет-канали), субординація (не писати CEO голосові, йти до тімліда), дисципліна, пунктуальність.
 5. **Методологія Продажів (Straight Line):** Велика (на місяць) універсальна карта по системі Джордана Белфорда. Вчить як продавати: тональності, скрипти, патерни. Ця карта дає +20-50% до каси.
- **Фреймворк Онбордингу (Терміни та Контроль):**
 1. **Етап 1 (До виходу):** ~2 тижні. Кандидат проходить ключові карти (Продукт, Посада, Культура) **безкоштовно**.
 2. **Мотивація:** Як бонус за проходження – "бокс м'яса".
 3. **Етап 2 (Перший місяць):** Виходить на роботу, отримує ставку. Паралельно проходить CRM-карту та Straight Line.
 4. **Метод Контролю 1 (Відео-завдання):** Тести – погано, вони перевіряють *ознайомлення*, а не *розуміння*. Sintegrom використовує **відео-завдання**.
 - *Приклад:* "Дивлячись в камеру, не підглядаючи, назвіть 10 класичних стейків" або "Поясни різницю між Рібай та Нью-Йорк".
 5. **Метод Контролю 2 (Дедлайни):** В системі є дедлайни. Якщо прострочено – менеджер отримує сповіщення.
 6. **Метод Контролю 3 (Прив'язка до ЗП):** (Жорсткий метод, не по КЗпП України). Правило: 100% інтеграція (проходження карт) на кінець місяця. Якщо ні – зарплата *нараховується*, але *не виплачується*. "Гроші лежать, але ми не можемо їх виплатити, поки не виконаєш домовленість".

Процес 3: Операційне Управління (Робота Тімліда)

1. **Система Керування:** Ви (власник) маєте створити систему, по якій тімлід (ТЛ) буде працювати, і навчити його.

2. **Щоденна Рутинна ТЛ:** ТЛ *кожен день* має поговорити з *кожним* своїм продавцем (макс. 8 людей).
3. **Фокус Оцінки:** ТЛ оцінює **Зусилля** (кількість і якість) та **Результат** (каса).
4. **Щоденна Ставка:** Ставка продавця платиться не за вихід, а за **Зусилля**.
5. **Процес Оцінки:**
 - ТЛ: "Скільки в тебе було розмов?" Продавець: "20". (Це *Кількість*).
 - ТЛ слухає вибірково розмови. (Це *Якість*).
 - ТЛ: "Твоя Кількість – 4/5 (мав 30), а Якість – 2/5 (тональність в перших 4 секундах не та)".
 - **Стандарт Якості:** "5" – це ідеальне виконання по карті "Straight Line".
 - **Результат:** "Середній бал – 3. Це твоя ставка за сьогодні (напр., 600 грн)".
6. **Роль Контролера (Аудит):**
 - Окрема людина (\$300-400/міс).
 - **Задача 1 (Тональність):** Слухає дзвінки. 80% успіху – це *тональність* (впевненості, секрету, раціональності), яку AI поки не розуміє.
 - **Задача 2 (Аудит ТЛ):** Перевіряє, чи ТЛ *дійсно* провів усі щоденні зустрічі (перевіряє їхні Excel-звіти, дивиться записи планерок).
 - **Повноваження:** Нульові. Контролер не штрафує, не кричить. Він лише **сигналізує** вищому менеджеру ("Генералу"), що "там херня відбувається".
7. **Фреймворк "Академія Тімлідів" (Масштабування):**
 - **Проблема:** В Україні помилково вважають, що менеджмент – це інтуїція або нагорода за стаж.
 - **Рішення:** Менеджмент – це професія. Ви маєте створити свою "академію".
 - **Процес:**
 1. Створюється "**Карта Тімліда**" – тренінг з управління (постановка цілей, контроль, прийняття рішень).
 2. Серед продавців знаходиться кандидат з психологічною схильністю до управління (напр., "Аня").
 3. Він проходить "Карту Тімліда".
 4. Під нього формується нова команда з 8 продавців.

3. Практичні Приклади та Аналогії

- **Приклад "Ангеліна":** Знайдена на "смітнику" (WorkUA) "зірка", яка в 19 років, будучи студенткою, рвала всіх по планах і стала тімлідом.
- **Приклад "Няня та Дочка":** Дочка няні проходила 2 навчальні тарілки 3 дні, бо "не було часу" (насправді – не було бажання, сиділа в Instagram).
- **Приклад "Вася":** Співробітник, який 2 місяці не отримував зарплату, бо вперся і не проходив навчання.
- **Приклад "GoldCoach":** Спікер мав 500 лідів на день, але прибуток впав у 3 рази. Причина: продавці не мали скриптів (брехали клієнтам) і був хаос в обробці (хапали новий лід, кидаючи старий).

4. Інструменти та Тактики

- **Інструмент: Sintegrom (Sintegro):** Внутрішня система управління знаннями (LMS) для онбордингу та "клонування" співробітників.
- **Інструмент: Карта "Straight Line":** Готовий імпортований тренінг з продажів (Дж. Белфорт), який дається всім клієнтам Sintegrom.
- **Тактика (Контроль чатів):** Продавці використовують особисті месенджери (це працює краще, ніж чат-боти). Контроль: вони зобов'язані робити скріншоти переписок і кидати тімлід у щоденної планерки.
- **Тактика (Створення контенту):** Тімлід або власник слухає дзвінки, бачить пробіл у знаннях (погано продають Антрекот) і створює нову навчальну "тарілку".

5. Застереження та Анти-Патерни (Чого НЕ робити)

- **Анти-Патерн (AI-Бот для продажів):** Поки що це "херня". Люди ненавидять говорити з ботами (як у ПриватБанку). Спікер не буде це впроваджувати, поки AI-бот не зможе продати щось йому самому.
- **Анти-Патерн (Власник = Тімлід):** Власник (Генерал) не повинен бути тімлідом (Сержантом). Це виснажує, адже продавці постійно брешуть, і ви будете "знімати лапшу з вух" замість думати про стратегію.
- **Анти-Патерн (Плата за навчання):** Не рекомендується платити людям за проходження вступного навчання. Це створює поганий меседж.
- **Анти-Патерн (Універсальний менеджер):** Не можна ставити "інтелектуала" (Ігоря) на "силову" позицію тімліда.

БЛОК 4: НЕЙРОМОДЕЛЬ КЛІЄНТА (СТВОРЕННЯ AI-АВАТАРІВ)

1. Ключові Концепції (Що це?)

- **Нейромодель:** Це окремий AI-чат, який виступає "дзеркалом" ваших клієнтів.
- **Навчання:** Він навчається не на ваших припущеннях, а на *реальній* поведінці, термінології та мисленні ваших клієнтів, зібраних з усього інтернету.
- **Призначення:** Дозволяє радитися з аватарами ваших клієнтів ("Як тобі цей лендінг? А ця реклама?").
- **"Aha-Moment" (Epiphany Bridge):** Ключовий момент, який шукає нейромодель – точка, коли клієнт дивиться на ваш продукт і каже: "Я це хочу".

2. Методології та Фреймворки (Як це працює?)

Фреймворк: 7-етапне Створення Нейромоделі

- **Важливо:** Нейромодель – це **окремий, новий чат**. Не проект.
 - **Логіка:** Нейромодель (головний чат) генерує промпти для збору даних. Ці промпти виконуються в *інших* чатах (AI-СМО або Deep Research), а результати повертаються в головний чат Нейромоделі.
1. **Крок 1: Ініціалізація (Збір даних про ВАС):**
 - Взяти Промпт 1 (День 1) з шаблону.
 - Вставити його у свого **AI-СМО** (або AI-CEO).

- AI-СМО згенерує "протокол передачі" – стислий опис вашої компанії.
 - Скопіювати цей протокол і вставити його у **чат Нейромоделі**.
2. **Крок 2: Карта Питань та Сумнівів:**
- Взяти Промпт 2 (День 2) і вставити його в **чат Нейромоделі**.
 - Нейромоделі згенерує детальний промпт для **Deep Research**.
 - **! Відкрити новий чат**, активувати Deep Research, вставити згенерований промпт.
 - Deep Research задасть уточнюючі питання.
 - Скопіювати ці питання, повернутися в **чат Нейромоделі** і попросити на них відповісти.
 - Скопіювати відповіді, повернутися в **чат Deep Research** і віддати йому.
 - Отримати результати Deep Research, скопіювати їх і вставити в **чат Нейромоделі**.
3. **Крок 3: Карта Позитиву ("Aha-Moment"):**
- Взяти Промпт 3 (День 3) і вставити в **чат Нейромоделі**.
 - Він згенерує новий промпт для Deep Research (пошук позитивних відгуків).
 - Повторити *весь* процес з Кроку 2 (новий чат Deep Research, питання-відповіді, повернення результатів) .
4. **Крок 4: Карта Болей та Скарг (Негатив):**
- Взяти Промпт 4 (День 4) і вставити в **чат Нейромоделі**.
 - Він шукатиме негатив (зазвичай на інших сайтах, ніж позитив).
 - Повторити процес Deep Research.
5. **Крок 5: Голос Клієнта (Термінологія):**
- Взяти Промпт 5 (День 5) і вставити в **чат Нейромоделі**.
 - Він шукатиме, *якими словами* клієнти описують свої потреби (напр., термінологія прораба vs термінологія власника квартири).
 - Повторити процес Deep Research.
6. **Крок 6: Приховані Мотиви:**
- Взяти Промпт 6 (День 6) і вставити в **чат Нейромоделі**.
 - Він шукатиме те, що люди хочуть, але не кажуть прямо (напр., "відкати" для менеджерів із закупівель).
 - Повторити процес Deep Research.
7. **Крок 7: Синтез Аватарів:**
- Взяти Промпт 7 (День 7) і вставити в **чат Нейромоделі**.
 - AI проаналізує *всі* зібрані дані з 6 попередніх кроків.
 - На виході він згенерує від 2 до 5 деталізованих аватарів клієнтів (з іменами, історіями, архетипами, мотивацією, бар'єрами та "стоп-словами").

3. Практичні Приклади та Аналогії

- **Приклад Аватарів:** AI згенерував спікеру 3 аватари:
 - **Олександр:** Власник сервіс-центру в Києві. "Досвідчений прагматик". Обікся на підрядниках. "Червоні ганчірки" (стоп-слова): "пафосний жаргон", "революція", "магія".
 - **Анна:** Львів. "Амбітна ентузіастка". Любить: "хайпово", "вау-ефект", "кейси", емодзі. "Червоні ганчірки": "довгий ПДФ", "треба думати".

- **Макс:** Чикаго. "Фанат даних, оптимізатор". Любить: "Value-based bidding", "ML-Feed". "Червоні ганчірки": "магія під ключ", "без прозорості".
- **Приклад Використання:** Спікер закидає скріншот лендінгу і питає: "Проаналізуйте".
 - **Олександр (Прагматик):** Каже, що обіцянки (напр., CPL, ROAS) – це утопія, і він не буде це впроваджувати.
 - **Анна (Ентузіастка):** Каже: "Прикольно, я так хочу. Але тексту багато, мало картинок".

4. Інструменти та Тактики

- **Інструмент: Command+Shift+5 (Mac):** Вбудована функція macOS для створення скріншотів (в буфер обміну або файл) та запису екрану .
- **Тактика (Deepest Dive):** Для кроків 2-6, щоб отримати найкращі дані, запускайте згенерований Deep Research промпт не тільки в ChatGPT, а в усіх доступних AI (Gemini, Claude, Perplexity, DeepSeek, Kimi, Zed, Mistral) і згодовуйте Нейромоделі *всі* результати .
- **Тактика (B2B):** Для дуже великих B2B клієнтів (напр., з чеком \$500k) можна створити окрему Нейромодель *на кожного клієнта*.
- **Тактика (Використання):** Використовуйте Нейромодель для аналізу лендінгів, рекламних оголошень, оферів. AI-аватари не тільки дадуть фідбек, а й запропонують *переписані* версії оголошень спеціально для них.

5. Застереження та Анти-Патерни (Чого НЕ робити)

- **Анти-Патерн (B2B Аватари):** Якщо у вас B2B з різними ЛПР (директор, фінансист) або різні країни, можливо, одна Нейромодель не спрацює. Але спробуйте спочатку згенерувати одну – можливо, вона сама їх сегментує.
- **Анти-Патерн (Сліпе впровадження):** Не потрібно вносити *всі* правки, які просять аватари. "Олександр" (прагматик) може вимагати нереалістичних гарантій ("зростання в 3-6 разів"), які ви не можете дати на лендінгу.
- **Анти-Патерн (AI і корупція):** AI (ChatGPT) має вбудовані обмеження і відмовиться обговорювати "сірі" схеми, як-от "відкати".

БЛОК 5: БІЗНЕС-ОРАКУЛ (СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ)

1. Ключові Концепції (Що це?)

- **Бізнес-Оракул:** Це AI-інструмент, що дає "погляд з гелікоптера" на вашу індустрію.
- **Аналогія з Венчурним Фондом (VC):** VC-аналітики бачать ринок згори і можуть попередити "машину" (ваш стартап) про "пробку" чи "тупик" (ризик) заздалегідь .
- **Перевага AI:** Людський аналітик (ціною \$300k-\$1M/рік) сильний трьома речами: 1) утримання фактів, 2) пошук взаємозв'язків, 3) досвід. AI має всі три, але в незрівнянно більшому масштабі . 80-90% даних для цього – публічні.

2. Методології та Фреймворки (Як це працює?)

Фреймворк: 7-етапне Створення Бізнес-Оракула

- **Важливо:** Оракул – це **окремий, новий чат**. Логіка роботи (головний чат + багато Deep Research) така ж, як у Нейромоделі.
- 1. **Крок 1: Ініціалізація (Збір даних про ВАС):**
 - Взяти Промпт 1 (День 1) з шаблону.
 - Вставити його у свого **AI-СЕО**.
 - Скопіювати згенерований "протокол передачі" і вставити його у **чат Оракула**.
- 2. **Крок 2: Конкурентна Розвідка:**
 - Взяти Промпт 2 (День 2) і вставити в **чат Оракула**.
 - Він згенерує промпт для Deep Research, який шукає конкурентів на 3-х рівнях: **1) Ваша країна** (напр., Україна), **2) Найближчий сусід** (напр., Польща), **3) Глобальний тренд** (напр., США або Корея) .
 - ! Перевірте промпт і *додайте вручну* вашу "трендову" країну (напр., Корею), якщо AI її пропустив.
 - Повторити повний процес Deep Research (новий чат, питання-відповіді, повернення результатів).
- 3. **Крок 3: Сканування Майбутнього (Тренди):**
 - Взяти Промпт 3 (День 3) і вставити в **чат Оракула**.
 - Він шукатиме *нові* можливості та загрози (патенти, наукові статті, аносовані стратегії великих компаній).
 - Повторити процес Deep Research.
- 4. **Крок 4: Медіа-Поле та Наративи:**
 - Взяти Промпт 4 (День 4) і вставити в **чат Оракула**.
 - Це *критичний* крок: AI шукає, які **наративи** (думки) ЗМІ та корпорації *свідомо закладають* в голови людей, щоб підвести їх під потрібне рішення в майбутньому.
 - Повторити процес Deep Research.
- 5. **Крок 5: Зовнішнє Середовище (Регулятори):**
 - Взяти Промпт 5 (День 5) і вставити в **чат Оракула**.
 - Він шукатиме зміни в законах, регуляціях, економічних факторах, які можуть вбити або створити бізнес.
 - Повторити процес Deep Research.
- 6. **Крок 6: Грошові Потоки (Фінансовий Сканер):**
 - Взяти Промпт 6 (День 6) і вставити в **чат Оракула**.
 - Логіка: "Слідуй за розумними грошима". VCs інвестують туди, де очікують x10-x100 через 5-8 років.
 - AI шукатиме M&A (злиття та поглинання), інвестиційні раунди у вашій ніші.
 - Повторити процес Deep Research.
- 7. **Крок 7: Синтез:**
 - Взяти Промпт 7 (День 7) і вставити в **чат Оракула**.
 - AI проаналізує всі 6 масивів даних і створить "**Стратегічну Карту**" майбутнього.

Фреймворк: Оновлення Оракула

1. Після Синтезу (Крок 7) Оракул сам згенерує для вас **"Промпт Оновлення"**.
2. Раз на місяць (або квартал) копіюйте цей *короткий* промпт.
3. Запустіть його в **новому чаті Deep Research**, додавши поточну дату.
4. Цей промпт націлений точково знайти *лише нові* події за останні 30 днів (нові злиття, нові закони, нові тренди).
5. Скопіюйте результати і вставте їх у свій **головний чат Оракула** з поміткою "Оновлення на [Місяць]".

3. Практичні Приклади та Аналогії

- **Приклад "Трампа"**: Перша кампанія Трампа використовувала 7000 різних креативів, щоб кожному сегменту (напр., "реднеку з Алабами" чи "афроамериканцю з Нью-Йорка") показувати те, що він хотів бачити.
- **Приклад "Google Ads"**: Оракул знайшов наратив, що Google підводить ринок до ідеї, що "AI знає краще", і в майбутньому інтерфейс Ads матиме лише 2 поля: "Адреса сайту" та "Номер картки".
- **Приклад "Cookie-банер"**: Оракул знайшов ризик для стартапу, який оптимізує cookie-банери. З'ясувалося, що ЄС планує скасувати ці банери. Це дозволило стартапу завчасно почати "півот" (зміну позиціонування), щоб не "врізатися в айсберг".
- **Приклад "TikTok-Навчання"**: Оракул (Фінансовий Сканер) знайшов тренд: VCs інвестують мільйони в EdTech-стартапи, які поєднують TikTok (кліпову увагу) з навчанням, створюючи персоналізовану AI-стрічку навчальних відео.
- **Результат Оракула (Вивід)**: Оракул дає:
 1. **Стратегічну карту** (ризик, можливості).
 2. **3 "Блакитних Океани"** (нові ніші) та ідеї продуктів для них (напр., "Одноденний інтенсив по AI для реклами").
 3. **Шаблони промптів** для подальшої роботи з Оракулом (напр., "Дай 3 сценарії виходу на ринок [X]").

4. Інструменти та Тактики

- **Інструмент: Бізнес-Оракул (Чат)**: Окремий чат, який зберігає весь контекст досліджень.
- **Тактика (3 Рівні Сканування)**: Завжди аналізуйте ринок на 3 рівнях: Локальний, Сусідній, Глобальний. Майбутнє вашого ринку – це часто теперішнє глобального ринку.

5. Застереження та Анти-Патерни (Чого НЕ робити)

- **Анти-Патерн (Закрита Інтеграція)**: Якби це була автоматична інтеграція, ви б не побачили промпт для Deep Research і не змогли б додати туди "Корею". Ручний контроль над кожним кроком Deep Research критично важливий для стратегічних інструментів.
 - **Анти-Патерн (Забуття)**: Оракул – це живий інструмент. Його потрібно оновлювати (напр., щомісяця), використовуючи згенерований ним же "Промпт Оновлення".
-

БЛОК 6: (БОНУС) AI ДЛЯ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ЗДОРОВ'Я

1. Ключові Концепції (Що це?)

- **AI-Нутриціолог/Лікар:** Використання AI як персонального аналітика здоров'я, який може обробляти масиви даних, недоступні для аналізу людиною-лікарем.

2. Методології та Фреймворки (Як це працює?)

Фреймворк: Створення Персонального "Health-AI"

1. **Завантаження Даних (Проект):** Створюється окремий проект/чат "Здоров'я".
2. **Дані 1 (Генетика):** Робиться ДНК-тест. Отриманий PDF-звіт на 500 сторінок (який раніше був нечитабельним) завантажується в AI.
3. **Дані 2 (Динаміка):** Завантажуються PDF-файли аналізів крові за останні 3+ роки.
4. **Синтез (Крок 1):** AI аналізує ДНК (генетичні схильності) і *співставляє* їх з *трендами* в аналізах крові (напр., "У вас генетична схильність до [X], і я бачу, що цей маркер у крові 3 роки тримається на нижній межі норми").
5. **Дані 3 (Дослідження):** Використовується Deep Research ("DeepResearch 12 AI") для пошуку *останніх* наукових досліджень у сфері anti-age (напр., нові БАДи, протоколи).
6. **Дані 4 (Ринок):** Використовується Deep Research для пошуку *найкращих виробників* конкретного БАДу на ринку (напр., "знайди найкращий Птеростильбен на Amazon").
7. **Синтез (Крок 2 – Протокол):** AI дається фінальний промпт:
 - *Приклад промпу:* "Ти знаєш мій ДНК і мої аналізи крові. Ось останні дослідження по [X]. Виступи в ролі ендокринолога, нутриціолога та anti-age експерта. Побудуй мені протокол прийому БАДів (ранок, день, вечір) з урахуванням цих даних. Перевір усі на сумісність, щоб я собі не нашкодив".

3. Практичні Приклади та Аналогії

- **Візуальна Діагностика:** Спікер скинув AI фото свого обличчя ("Чому я блідий?") і AI порекомендував БАДи та вітамін С на обличчя.
- **Гостра Проблема:** Спікер натер ногу за кордоном, сфотографував, AI діагностував ризик нариву і порадив конкретний засіб в аптеці (який виявився рецептурним), а потім дав безрецептурний аналог.

4. Інструменти та Тактики

- **Інструмент: ДНК-тест:** (Повний секвенс).
 - **Інструмент: Oura Ring:** Кільце, що відстежує сон та біологічний вік.
 - **Результат:** Завдяки протоколу від AI, біологічний вік спікера за 6 місяців знизився з "мінус 2 роки" до "мінус 6.5 років" від реального.
-

БЛОК 7: ФІНАЛІЗАЦІЯ AI SYNDICATE JOURNAL (АКТ II)

1. Ключові Концепції (Що це?)

- **AI Journal:** Це ваш персональний чат, створений в День 1, який містить вашу "призму" (цілі, бізнес, стиль мислення).

2. Методології та Фреймворки (Як це працює?)

Фреймворк: Синтез Майстермайнду

1. **Накопичення Знань:** Взяти всі конспекти сесій (День 1, 2, 3, 4), які надані в чаті.
2. **Завантаження в Журнал:** Послідовно завантажити (або скопіювати) *всі* ці конспекти у ваш **чат AI Journal**, створений в День 1.
3. **Синтез:** Після того, як *увесь* контент завантажено, вставити в цей же чат фінальний "Промпт Синтезу" (з шаблону).
4. **Результат:** AI з'єднає 4 дні контенту майстермайнду з *вашою персональною призмою*.
5. **Цінність:** Ви отримуєте персоналізований AI-чат техпідтримки. Через 2 місяці, коли виникне проблема, ви можете прийти в цей Журнал, описати її, і AI дасть вам рішення, базуючись на матеріалах курсу *та* вашому особистому контексті.