



команда роста на аутсорсе  
для системного улучшения ключевых метрик

## Шаблон воронки продаж Хармози: от контента к прибыли

Визуальный шаблон для проектирования вашей воронки по методологии Алекса Хармози

### Общая схема воронки Хармози

Методология Алекса Хармози фокусируется на создании простой, но мощной воронки продаж, которая выстраивает доверие и демонстрирует ценность на каждом этапе. Его подход доказал свою эффективность, принеся компании Gum Launch сотни миллионов долларов. Ключевая идея: не продавать «в лоб», а вести клиента от первого контакта до покупки через последовательное решение его проблем и демонстрацию вашей экспертизы.

Воронка состоит из четырех основных этапов, каждый из которых имеет свою уникальную цель и набор инструментов. Понимание этой структуры позволит вам построить эффективную систему привлечения и конвертации клиентов.

### Визуальная блок-схема воронки Хармози

Этап	Цель этапа
1. Привлечение внимания	Захватить интерес целевой аудитории и получить их контактные данные в обмен на полезный контент.
2. Лид-магнит	Предоставить быструю ценность, решить небольшую проблему клиента и продемонстрировать вашу экспертизу, углубляя доверие.
3. Назначение встречи	Предложить целевой аудитории следующий логический шаг (бесплатную консультацию/аудит) для более глубокого погружения в их проблему.
4. Продажа	Представить основное, дорогое решение (Grand Slam Offer) на встрече, демонстрируя полную картину решения проблемы клиента.

### Детализация этапа 1: Привлечение внимания

<b>Цель этапа</b>	Захватить интерес целевой аудитории и получить их контактные данные в обмен на полезный контент.
<b>Типы контента</b>	Видео (обучающие, развлекательные, кейсы), статьи (блог-посты, лонгриды), посты в соцсетях, подкасты, инфографика.
<b>Каналы распространения</b>	Социальные сети (ВКонтакте, Telegram, YouTube, TenChat), блоги, email-рассылки, платная реклама (Яндекс Директ, VK Реклама).

## Примеры 'крючков' и тем

- 'Почему 90% рекламных кампаний для дизайнеров интерьера проваливаются?' (Giga Digital Marketing Agency).
- '5 ошибок, убивающих прибыль в логистике' (для B2B).
- 'Как создать свой первый Telegram-бот за 3 дня' (для онлайн-школы программирования).
- 'Секреты Facebook Ad Targeting: от новичка до профи за 40 минут' (YouTube).

## Детализация этапа 2: Лид-магнит

### Цель этапа

Предоставить быструю ценность, решить небольшую проблему клиента и продемонстрировать вашу экспертизу, углубляя доверие. Получить контактные данные для дальнейшего взаимодействия.

### Идеи для лид-магнитов

- Чек-листы: 'Чек-лист внедрения CRM-маркетинга', 'Чек-лист по брошенным корзинам', 'Чек-лист SEO для производителей' (Completo).
- Шаблоны: 'Шаблон договора с подрядчиком' (для юридической фирмы).
- Мини-курсы/Интенсивы: '3-дневный интенсив 'Создай своего первого Telegram-бота''.
- Калькуляторы: 'Калькулятор экономии при внедрении WMS-системы'.
- Инструкции: 'Инструкция по настройке Email-Outreach' (Completo).

### Примеры призывов к действию

- 'Скачайте бесплатный чек-лист и узнайте, как удвоить конверсию вашего сайта!'
- 'Получите доступ к 3-дневному мини-курсу по Python прямо сейчас!'
- 'Напишите слово СИСТЕМА в комментариях, и я вышлю пошаговый план по привлечению клиентов!' (для коротких видео).

## Детализация этапа 3: Назначение встречи

### Цель этапа

Предложить целевой аудитории следующий логический шаг (бесплатную консультацию/аудит) для более глубокого погружения в их проблему и квалификации клиента.

### Форматы встреч

- Бесплатная стратегическая сессия: 'Разработаем план роста вашего бизнеса на 6 месяцев'.
- Бесплатный аудит: 'Проведем аудит вашей рекламной кампании и найдем точки роста'.
- Бесплатная консультация: 'Ответим на ваши вопросы по внедрению CRM-системы'.

### Примеры офферов для назначения встречи

- 'Запишитесь на бесплатный аудит вашей логистики и узнайте, как сэкономить до 20% на издержках!'
- 'Получите бесплатную 30-минутную стратегическую сессию по масштабированию вашего онлайн-бизнеса!'
- 'Забронируйте бесплатную консультацию с нашим экспертом по внедрению CRM и получите персональный план!'

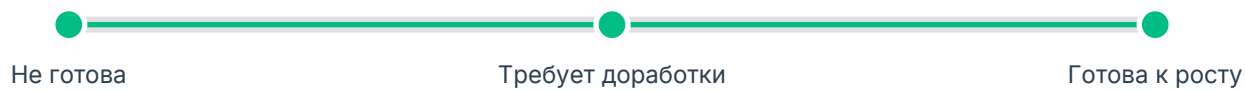
## Детализация этапа 4: Продажа

<b>Цель этапа</b>	Представить основное, дорогое решение (Grand Slam Offer) на встрече, демонстрируя полную картину решения проблемы клиента и снимая все возможные риски.
<b>Что продавать</b>	Основной продукт или услуга, сформулированные как Grand Slam Offer (неотразимое предложение). Это не просто товар, а комплексное решение, которое делает отказ от него нелогичным для клиента.
<b>Ключевые элементы продающей презентации</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ясное понимание боли клиента: Обозначьте проблему клиента его же словами ('Выручка не растет', 'хроническая боль в спине').</li><li>- Четкий желаемый результат: Опишите, кем станет клиент после покупки ('Прогнозируемый рост выручки на 30%', 'живу без боли, полон энергии').</li><li>- Мост между 'до' и 'после': Ваш продукт как единственное эффективное решение.</li><li>- Железобетонные гарантии: Например, 'Если вы не окупите стоимость наших услуг за 3 месяца, мы вернем деньги и доработаем кампанию бесплатно'.</li><li>- Ценные бонусы: Дополнительные услуги или продукты, повышающие ценность предложения (например, шаблон договора при регистрации бизнеса).</li><li>- Снятие рисков: Хармози настаивает, что предприниматель должен взять на себя весь риск, чтобы клиент чувствовал себя уверенно.</li></ul>

## Чек-лист эффективности воронки

- Понятен ли каждый шаг в воронке для клиента?  
Избегайте сложных переходов и неочевидных действий.
- Снимает ли ваш оффер риски для клиента?  
Включены ли гарантии, бонусы, которые делают покупку безопасной?
- Соответствует ли контент лид-магниту?  
Контент должен логично вести к лид-магниту, а лид-магнит — к следующему этапу.
- Есть ли сильный призыв к действию на каждом этапе?  
Каждый шаг должен быть завершен четким и мотивирующим СТА.
- Измеряете ли вы конверсию на каждом этапе?  
Отслеживайте показатели, чтобы выявлять 'бутылочные горлышки' (Kokos.com).
- Решает ли ваш лид-магнит конкретную, небольшую проблему?  
Он должен давать быстрый, ощутимый результат.
- Насколько ваше предложение 'неотразимо' (Grand Slam Offer)?  
Оцените его по формуле ценности Хармози: (Результат мечты × Воспринимаемая вероятность успеха) / (Время ожидания × Усилия и жертвы).
- Отражает ли ваш маркетинг желаемую идентичность клиента?  
Продаете ли вы 'новую версию себя', а не просто продукт?
- Используете ли вы 'Предложение на странице благодарности'?  
Для быстрой монетизации трафика после скачивания лид-магнита или регистрации.
- Насколько хорошо вы знаете свою 'голодную толпу'?  
Есть ли у них сильная боль, покупательская способность и легко ли их таргетировать?

## Оцените готовность вашей воронки к масштабированию



Отметьте, где находится ваша воронка продаж по методологии Хармози после заполнения шаблона.

## Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

