

ПОЯСНЕНИЕ К ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ

Ключевые принципы для аудитории

- Выгода, а не свойства. Не «у нашего телефона 8Гб памяти», а «вместите все фото и видео вашей семьи».
- Простота. Минимум текста, максимум визуалов.
- Эмоции + Логика. Сначала вовлекаем эмоционально, потом подкрепляем логически.
- Четкий призыв к действию. Скажите зрителю, что делать дальше.

Какую структуру выбрать

Если сомневаетесь — начните с универсальной.

Если продаете товар для людей (косметика, курсы, бытовая техника) — используйте структуру для покупателей (B2C).

Если продаете услугу для бизнеса (ПО, консалтинг, оборудование) — выбирайте структуру для клиентов (B2B).

Вариант 1: Универсальная структура (подходит и для B2C, и для B2B)

1. **Титульный слайд:** [Название продукта/услуги]. Решение для [ключевая выгода аудитории]. Ваше имя/компания/логотип.
2. **Боль или Мечта:** «Вы устали от [проблема]?» или «Вы хотите [желаемый результат]?». Создаем эмоциональный отклик.
3. **Представление решения:** «А что, если есть способ это исправить? Знакомьтесь, [Ваше решение]».

ПОЯСНЕНИЕ К ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ

4. **Как это работает (просто):** 3-4 простых шага, схема или инфографика.
Покажите, что это легко.
5. **Главные преимущества (3 пункта):** Сфокусируйтесь на выгодах.
Используйте иконки. Например: «Экономит время», «Экономит деньги», «Дает уверенность».
6. **Доказательство (кейс или отзыв):** «Вот как [Реальный человек/компания] добился результата с нами». Цифры и факты.
7. **Стоимость и выгода:** Четко представьте цену (или диапазон) и сразу подчеркните, какую ценность за эти деньги получит человек/компания.
8. **Призыв к действию (СТА):** «Купить сейчас», «Заказать консультацию», «Зарегистрироваться». Крупная кнопка и контакты.
9. **Спасибо и контакты:** Вежливое завершение, повторение контактов, ссылки на соцсети.

Вариант 2: Структура для покупателей (B2C-аудитория)

Фокус: эмоции, личная выгода, быстрое принятие решения.

1. **Заголовок-провокация:** «Хватит переплачивать за ЖКУ?» или «Мечтаете о идеальной коже без салонных процедур?». Сразу — боль или желание.
2. **Идеальное «после»:** Визуал, показывающий счастливого человека, который уже использует ваш продукт. Создайте образ счастья благодаря вам.
3. **Магия продукта:** Красивые, «вкусные» фото/видео продукта в действии. Вызываем «хочу!».
4. **3 суперсилы (выгоды):**
 - Для себя: «Экономит вам 5 часов в неделю».

ПОЯСНЕНИЕ К ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ

- *Для семьи:* «Безопасно для детей и животных».
 - *Для кошелька:* «Окупается за 2 месяца».
5. **Воодушевляющие отзывы:** Фото + реальные слова довольных покупателей. Эмоциональные истории.
 6. **Ограниченное предложение (создание дефицита):** «Скидка 20% только до конца недели!» / «Подарок к каждому заказу!».
 7. **Призыв к действию — БЕЗ РИСКА:** «Закажите сейчас и получите бесплатную доставку!» / «Попробуйте с гарантией возврата 30 дней!».
 8. **Простое действие:** Одна большая кнопка «Заказать», телефон, ссылка на сайт. Минимум шагов.

Вариант 3: Структура для клиентов (B2B-аудитория)

Фокус: решение бизнес-проблем, ROI (окупаемость), надежность.

1. **Титульный слайд:** [Название решения]. Повышение [ключевой бизнес-показатель] для [их отрасль]. Ваша компания и логотип.
2. **Вызовы рынка:** «Компании вашего сегмента сталкиваются с ростом затрат на 15% и падением лояльности клиентов». Покажите, что вы понимаете их бизнес-контекст.
3. **Решение:** «Мы помогаем автоматизировать [процесс], чтобы вы могли сосредоточиться на стратегии».
4. **Ключевые преимущества для бизнеса:**
 - *Эффективность:* «Сокращаем время обработки заявки на 70%».
 - *Доходы:* «Помогаем увеличить LTV клиента на 25%».
 - *Масштабирование:* «Растем вместе с вашим бизнесом».



ПОЯСНЕНИЕ К ПРЕЗЕНТАЦИИ ДЛЯ КЛИЕНТОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ

5. **Как это работает (архитектура решения):** Четкая, но не техническая блок-схема. Покажите интеграцию с их текущими процессами.
6. **Кейс успеха (с цифрами):** «Как компания «Альфа» с помощью нашего решения сократила операционные расходы на 40% за 6 месяцев». Диаграммы до/после.
7. **О нас / Почему мы доверяют: 2-3 факта:** «Работаем с 2010 года», «Входим в топ-3 по версии G2», «Логотипы ваших известных клиентов».
8. **Инвестиции и ROI:** Не просто «стоимость 100 000 руб./мес», а «Инвестиция окупается за 4 месяца за счет снижения потерь».
9. **Призыв к действию (следующие шаги):** «Запланируйте 20-минутную демонстрацию для вашей команды», «Скачайте детальное бизнес-предложение».
10. **Спасибо и контакты:** Имя менеджера, должность, прямой телефон, email.