ТАРГЕТ АУДИТОР КОМПЛЕКСНЫЙ АУДИТ ВОРОНКИ

Онлайн-школа «Пример» · демо-отчёт

Онлайн-образование: удалённые профессии для новичков · Москва и МО

Дата аудита: 29 сентября 2026 · Режим: быстрый (по материалам и автопроверке)
Посадочная: https://demo.targetauditor.ru/

МАРКЕТИНГОВАЯ ГОТОВНОСТЬ

48 / 100

критичные доработки

ФОРМАЛЬНАЯ ГОТОВНОСТЬ

60 / 100

есть пробелы в документах

ВЕРДИКТ: СНАЧАЛА ДОРАБОТАТЬ

Реклама обещает «подбор за 2 минуты», но после клика человек не понимает, кто стоит за подбором и что будет после 4 вопросов. На холодный трафик без доказательств и снятия ценового страха заявка будет стоить в 2–3 раза дороже рынка.

ЧТО СДЕЛАТЬ ПЕРВЫМ

1. Добавить под заголовком строку доверия: «Бесплатно · 4 вопроса · 12 000 человек уже прошли».
2. Поставить перед полем телефона объяснение, что придёт результат подбора, а не звонок продажника.
3. Включить автоответ с результатом подбора и регламент «звонок в течение 15 минут».

СЛАБОЕ ЗВЕНО

Посадочная / сайт / квиз — 40/100

4	4	5	7	31	20
страниц сайта проверено	конкурентов разобрано	источников рынка	проблем с решениями	готовых текстов	постов сообщества

СОДЕРЖАНИЕ

Что внутри отчёта

Как читать оценки

0–49 · КРИТИЧНО | 50–74 · ВНИМАНИЕ | 75–100 · ГОТОВО

Баллы 0–100 по каждому этапу и слою.

✓ ЕСТЬ | ! ПРОВЕРИТЬ | ✗ НЕТ

Статусы в чек-листах: «проверить» — автоматически подтвердить нельзя, нужен ручной контроль.

01. Итог за две минуты . . . 2
02. Что мы проверяли и на чём основаны выводы . . . 3
03. Оценка воронки по этапам . . . 4
04. Переходы между этапами . . . 5
05. Оценка по 12 маркетинговым слоям . . . 6
06. Разбор рекламного объявления . . . 7
07. Роль каждой площадки в воронке . . . 9
08. Сообщество VK: факты и что поправить . . . 9
09. Разбор посадочной страницы . . . 11
10. Форма и обработка заявки . . . 12
11. Совпадение рекламы и посадочной . . . 13
12. Приоритетные проблемы с обоснованием . . . 14
13. Матрица «влияние × усилия» . . . 16
14. Юридика и требования площадок . . . 17
15. Конкуренты и ниша . . . 18
16. Позиционирование и УТП . . . 20
17. Как клиент принимает решение . . . 21
18. Публичное присутствие компании . . . 21
19. Сегменты целевой аудитории . . . 22
20. Лестница Ханта: что говорить на каждой ступени . . . 23
21. Банк возражений с готовыми ответами . . . 24
22. Гипотезы для A/B-тестов . . . 25
23. Экономика запуска и первая связка . . . 26
24. План действий с ответственными и сроками . . . 27
25. Календарь внедрения на 4 недели . . . 28
26. Скрипт первого звонка менеджера . . . 29
27. Путь клиента от рекламы до заявки . . . 30
28. Тексты, заголовки и настройки — копируйте и используйте . . . 31
29. Чек-лист перед запуском рекламы . . . 32
30. Методология, источники и ограничения . . . 33

01 · РЕЗЮМЕ ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЯ

Итог за две минуты

Решение по запуску, главные находки и что сделать в первую очередь. Детали и доказательства — в разделах ниже.

Связка «подбор профессии за 2 минуты» рабочая, но теряет людей между кликом и телефоном: не хватает доверия, ясности следующего шага и скорости ответа.

48 /100	60 /100	55 /100
МАРКЕТИНГОВАЯ ГОТОВНОСТЬ критичные доработки	ФОРМАЛЬНАЯ ГОТОВНОСТЬ есть пробелы в документах	СОВПАДЕНИЕ РЕКЛАМЫ И ПОСАДОЧНОЙ требует внимания

РЕШЕНИЕ ПО ЗАПУСКУ — СТОП: сначала исправить

Сначала 4 правки на посадочной и в форме (2–3 дня работы), затем тест на 15 000 ₽ по одной связке.

Вердикт аудита: **СНАЧАЛА ДОРАБОТАТЬ**

Ключевые находки

- Посадочная — слабое звено (40/100): первый экран не объясняет, кто проводит подбор и что будет после него.
- Переход «ответы → телефон» рвётся: телефон просят без объяснения, зачем он нужен.
- Обработка заявок в личном Telegram без CRM — главный невидимый источник потерь.

Быстрые победы — сделать за 1–2 дня

→ Добавить под заголовком строку доверия: «Бесплатно · 4 вопроса · 12 000 человек уже прошли».

→ Поставить перед полем телефона объяснение, что придёт результат подбора, а не звонок продажника.

→ Включить автоответ с результатом подбора и регламент «звонок в течение 15 минут».

Главный риск	Бюджет уйдёт на клики любопытных: без ответа «кто вы и сколько это стоит» до телефона дойдут единицы.
Слабое звено	**Посадочная / сайт / квиз** — 40/100. Первый экран повторяет оффер рекламы, но не отвечает, кто организатор, бесплатен ли подбор и что произойдёт после ответов. Блока кейсов и гарантий нет.
Ожидаемый эффект	Прогноз: конверсия посадочной в заявку с 2–3% до 5–7%, цена заявки ниже на 30–45%. Ориентир, подтверждается тестом.

02 · ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ

Что мы проверяли и на чём основаны выводы

Все выводы опираются на эти материалы. Если какие-то данные не переданы — это отмечено в ограничениях в конце отчёта.

Ниша	Онлайн-образование: удалённые профессии для новичков
Регион	Москва и МО
Продукт / оффер	Подбор онлайн-профессии и курсы от 2 990 ₽/мес
Стоимость	от 2 990 ₽ в месяц
Целевое действие	Пройти подбор в чат-боте и оставить телефон
Температура аудитории	холодная — не знает о продукте
Стадия по Ханту	1 — осознаёт проблему
Источник трафика	VK Реклама, Яндекс Директ
Площадки рекламы	VK Реклама, Яндекс Директ (Поиск, РСЯ)
Формат размещения	VK: универсальная запись, лента; Яндекс: Поиск, РСЯ
География, бюджет, показатели	Москва и МО, 30 000 ₽ на 14 дней
Посадочная	https://demo.targetauditor.ru/
Форма и обработка заявки	Квиз в чат-боте VK: 4 вопроса → телефон. Заявки падают в Telegram менеджеру, CRM нет.
Ключевые запросы (Поиск)	какую онлайн профессию выбрать; удаленная профессия с нуля; курсы онлайн профессий для начинающих

Рекламные тексты, которые проверяли

VK Реклама

Не знаешь, какую онлайн-профессию выбрать? Пройди мини-подбор за 2 минуты и узнай, какое направление подходит именно тебе. Без опыта — тоже подходит. Кнопка: Узнать подробнее

Яндекс Директ · Поиск, РСЯ

Подбор онлайн-профессии за 2 минуты
Бесплатный тест из 4 вопросов
Узнайте, какая удалённая профессия подходит вам. Без опыта. План старта — сразу после теста.

4	4	5	7	31
страниц сайта проверено автоматически	конкурентов разобрано	источников рыночных данных	проблем найдено и описано	готовых текстов и ответов

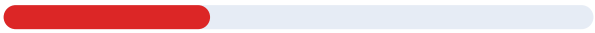
Факты, на которые опирается аудит

Источник	Что конкретно видно
Реклама	Первая строка — вопрос «Не знаешь, какую онлайн-профессию выбрать?», кнопка «Узнать подробнее».
Сайт	H1: «Найди свою онлайн-профессию за 2 минуты»; блоков кейсов, FAQ и гарантий нет.
Форма	Форма: имя и телефон, без чекбокса согласия на обработку данных.
Сайт	Найдена Яндекс Метрика, пиксель VK Рекламы не установлен.
Рынок	По открытым кейсам 2025–2026, заявка на бесплатный подбор в EdTech в VK стоит 150–450 ₽.

03 · ВОРОНКА

Оценка воронки по этапам

Каждое звено оценено от 0 до 100. Ниже 50 — доработка обязательна, 50–74 — требует внимания, 75+ — готово к масштабированию.

Рекламный креатив Первый контакт: объявление в ленте		**62**/100
Сообщество VK Группа, меню, сообщения сообщества		не участвует
Посадочная / сайт / квиз Страница, где принимают решение		**40**/100
Форма заявки Поля, согласие, кнопка отправки		**50**/100
Обработка заявки Скорость ответа, CRM, звонок		**35**/100

Слабое звено воронки: Посадочная / сайт / квиз — 40/100

Первый экран повторяет оффер рекламы, но не отвечает, кто организатор, бесплатен ли подбор и что произойдёт после ответов. Блока кейсов и гарантий нет.

Рекламный креатив 62/100

Вопрос в первой строке цепляет холодную аудиторию, «2 минуты» снижает порог. Но кнопка «Узнать подробнее» не обещает конкретного результата.

Что мешает

- Кнопка «Узнать подробнее» не говорит, что будет после клика
- Не сказано, что подбор бесплатный
- Нет цифры-доказательства (сколько человек уже прошли подбор)

Что уже работает

+ Вопрос в первой строке попадает в боль «не знаю, с чего начать»
+ «Без опыта — тоже подходит» снимает главный страх

Сообщество VK

Реклама ведёт сразу на сайт, сообщество в этой связке не участвует.

Посадочная / сайт / квиз 40/100

Первый экран дублирует рекламу и ведёт в квиз, но не отвечает, кто организатор, сколько стоит обучение после подбора и что человек получит на выходе.

Что мешает

- Нет блока «кто мы» и цифр доверия на первом экране
- Нет кейсов выпускников с результатами
- Нет FAQ: «это бесплатно?», «будут ли звонить?»
- 9 из 14 изображений без описаний

Что уже работает

+ Понятный главный заголовок с выгодой «за 2 минуты»
+ Есть блок «Как это работает» из трёх шагов

Форма заявки 50/100

Короткая форма из двух полей — плюс. Но нет согласия на обработку данных, а кнопка не обещает результата.

Что мешает

- Нет чекбокса согласия на обработку персональных данных
- Не сказано, куда придёт результат подбора

Что уже работает

+ Всего 2 поля — минимальное трение

Обработка заявки 35/100

Заявки падают в Telegram менеджеру без CRM: нет контроля скорости ответа и статусов, часть лидов теряется.

Что мешает

- Нет CRM и статусов заявок
- Нет регламента скорости ответа
- Нет автоответа с результатом подбора

04 · СВЯЗКИ

Переходы между этапами

Даже сильные этапы по отдельности не спасают, если между ними рвётся смысл: человек кликнул на одно обещание, а увидел другое.

Рекламный креатив → Посадочная / сайт / квиз — СЛАБАЯ

Как оценивали	Сравнили обещание объявления («подбор за 2 минуты, без опыта») с первым экраном сайта.
Что не так	Обещание подхвачено, но нет ответа «кто это делает и бесплатно ли» — холодный человек сомневается и уходит.
Что сделать	Под заголовком добавить строку: «Бесплатно · 4 вопроса · результат сразу в сообщении · 12 000 человек уже прошли».

Посадочная / сайт / квиз → Форма заявки РАЗРЫВ

Как оценивали	Проверили, что человек знает о следующем шаге до того, как у него попросят телефон.
Что не так	После ответов внезапно просят телефон без объяснения зачем — ощущение «сейчас начнут продавать».
Что сделать	Перед полем телефона: «Пришлём 3 подходящие профессии и план старта. Звонить не будем, если не попросите».

Форма заявки → Обработка заявки РАЗРЫВ

Как оценивали	Сверили описание обработки заявок с нормами скорости ответа для холодных лидов.
Что не так	Заявка приходит в личный Telegram, ответ зависит от занятости менеджера; лид остывает за 15–30 минут.
Что сделать	Автоответ с результатом подбора сразу + звонок в течение 15 минут в рабочее время; заявки — в бесплатную CRM.

05 · МАРКЕТИНГОВЫЕ СЛОИ

Оценка по 12 маркетинговым слоям

Радар показывает баланс: провалы по отдельным слоям объясняют, почему реклама кликается, но не превращается в заявки.



Слой	Оценка	Почему такая оценка
Продукт и позиционирование	58/100	Продукт понятен в общих чертах, но неясно, что человек получает после подбора и сколько стоит путь.
Целевая аудитория	55/100	Широкая «без опыта» аудитория без выделенных сегментов — объявление говорит со всеми сразу.

Слой	Оценка	Почему такая оценка
Этап воронки и температура	**45**/100	Холодный трафик сразу ведут к телефону; нет промежуточного касания (результат подбора в сообщениях).
Оффер и ценность	**60**/100	«Подбор за 2 минуты» — сильный бесплатный первый шаг, но слово «бесплатно» спрятано.
Тон и стиль (Tone of Voice)	**70**/100	Дружелюбный разговорный тон подходит аудитории 22–35.
Визуальная композиция	**52**/100	Первый экран перегружен фоном, кнопка теряется на мобильном.
Медиаконтент и фото	**40**/100	Нет реальных фото выпускников и преподавателей — только стоковые изображения.
Совпадение рекламы и посадочной	**50**/100	Обещание рекламы подхвачено заголовком, но не подкреплено доказательствами.
Тексты и заголовки	**58**/100	Заголовки конкретные, подзаголовки общие («лучшие профессии будущего»).
Призыв к действию	**44**/100	«Узнать подробнее» и «Получить подбор» не говорят, что будет после клика.
Обещание и его подтверждение	**38**/100	Обещание «подходит без опыта» не подтверждено ни одним кейсом.
Юридика и требования площадок	**50**/100	Политика есть, но нет согласия у формы; лицензия для платных программ не указана.

06 · РЕКЛАМА

Разбор рекламного объявления

Шесть критериев, по которым объявление либо останавливает скролл и приводит нужного человека, либо сливает бюджет на случайные клики.

Критерий	Оценка	Комментарий
Зацеп (первая строка и визуал)	**72**/100	Вопрос о выборе профессии попадает в боль холодной аудитории и останавливает скролл.
Оффер и выгода	**60**/100	«Подбор за 2 минуты» — хорошо, но не сказано «бесплатно» и что будет на выходе.
Призыв и следующий шаг	**42**/100	«Узнать подробнее» — самая слабая кнопка: не обещает результата. Лучше «Пройти подбор».
Понятность за 3 секунды	**68**/100	Текст читается за 3–4 секунды, лишних слов почти нет.
Доказательства и доверие	**30**/100	Ни цифр, ни отзывов, ни имени школы — холодному человеку не за что зацепиться.
Соответствие площадке и правилам	**75**/100	Формат ленты VK, без запрещённых обещаний дохода.

VK Реклама: разбор объявления

VK РЕКЛАМА

58 /100 — готовность для этой площадки

Можно тестировать после двух правок: слово «бесплатно» в первую строку и кнопка «Пройти подбор» вместо «Узнать подробнее».

Правила и лимиты площадки

- Текст 196 символов — укладывается в лимит, но первая строка обрезается в ленте на телефоне после ~90 символов
- Маркировка: креатив нужно зарегистрировать в ОРД через кабинет (erid)
- Формулировок, которые модерация отклоняет («лучший», «гарантия»), нет

Что мешает на этой площадке

– Кнопка «Узнать подробнее» не говорит, что будет дальше

– Нет цифры или факта, почему подбору можно доверять

Готовые правки

→ Первая строка: «Бесплатный подбор онлайн-профессии за 2 минуты — без опыта»

→ Кнопка: «Пройти подбор» · подпись: «4 вопроса, результат сразу в сообщениях»

Яндекс Поиск: разбор объявления

ЯНДЕКС ПОИСК

64 /100 — готовность для этой площадки

Запросы «какую онлайн профессию выбрать» закрыты заголовком, запрос «с нуля» — нет; добавьте отдельную группу.

Правила и лимиты площадки

- Заголовок 1 — 35 символов, в лимите; ключ «онлайн-профессия» есть
- Текст 92 символа — длиннее лимита текста Поиска, хвост обрежется
- Быстрые ссылки и уточнения не переданы — проверьте в кабинете

Что мешает на этой площадке

– Нет отдельного объявления под запрос «удалённая профессия с нуля»

– Текст длиннее лимита

Готовые правки

→ Заголовок 1: «Удалённая профессия с нуля — подбор за 2 минуты»

→ Текст: «Бесплатный тест из 4 вопросов. План старта сразу после ответа. Без опыта»

Яндекс РСЯ: разбор объявления

ЯНДЕКС РСЯ

52 /100 — готовность для этой площадки

В РСЯ человек не ищет профессию: нужен визуал с человеком и выгода крупно, сейчас креатив повторяет поисковое объявление.

Проверьте скриншоты: Скриншот №3 похож на поисковое объявление, а не на баннер РСЯ — проверьте, тот ли креатив загружен.

Правила и лимиты площадки

- Изображение 1080×607 — подходит для РСЯ
- Текста на картинке много — на маленьких форматах не читается

Что мешает на этой площадке

– Нет «зацепки» для холодного человека — только описание теста

Готовые правки

→ Заголовок: «Работать из дома? Узнайте, какая профессия подойдёт вам»

→ На изображении — человек с ноутбуком и одна фраза: «Подбор за 2 минуты»

07 · КАНАЛЫ

Роль каждой площадки в воронке

VK и Яндекс приводят разных людей: одни ещё не думали о покупке, другие уже ищут. У каждого канала своя задача, своё сообщение и своя метрика — иначе бюджет делится вслепую.

Площадка	Задача в воронке	С каким сообщением заходить	KPI	Доля бюджета
VK Реклама аудитория: холодная	Формирует спрос: показывает идею удалённой профессии тем, кто ещё не ищет	Бесплатный подбор за 2 минуты — без обязательств	Цена старта подбора ≤ 60 ₽	50% — основной объём холодной аудитории
Яндекс Поиск аудитория: тёплая	Собирает горячий спрос: люди уже ищут, какую профессию выбрать	Ответ на запрос + план старта сразу после теста	Цена заявки ≤ 450 ₽	35% — самые тёплые заявки
Яндекс РСЯ аудитория: тёплая	Догоняет посетителей сайта и расширяет охват похожими	Напоминание: «Вы начали подбор — осталось 2 вопроса»	Возврат на сайт, цена заявки ≤ 500 ₽	15% — ретаргетинг и похожие

Одно ли обещание во всех каналах

ОБЕЩАНИЯ РАСХОДЯТСЯ

В VK обещание — «узнай, что подходит именно тебе», в Яндексе — «план старта сразу после теста», на сайте — «найди профессию за 2 минуты». Три разные формулировки одного оффера.

Как выровнять: Сделать общим ядром «Бесплатный подбор онлайн-профессии за 2 минуты + план старта» — в обоих каналах и на первом экране.

08 · СООБЩЕСТВО VK

Сообщество VK: факты и что поправить

Холодный клиент почти всегда заходит в сообщество перед заявкой. Данные профиля и постов загружены напрямую из VK API — это факты, а не впечатление.

1 284	3	12 дн.	410	1,59%
подписчиков	постов за 30 дней	с последнего поста	ср. просмотров поста	реакций от просмотров

Сообщество	**«Пример» — подбор онлайн-профессии (демо)** · https://vk.com/targetauditor_demo
Статус	**не заполнен**
Описание	Помогаем выбрать онлайн-профессию ❤ Курсы SMM, дизайна и ассистентов (68 симв.)
Тематика	Образование

Сайт в профиле	https://demo.targetauditor.ru
Город	Москва
Обложка	есть
Сообщения сообществу	включены
Контакты	**не указаны**
Ссылки	Сайт школы
Товары / услуги	не подключены
Верификация	нет

Закреплённый пост

Закреплённого поста нет — новый посетитель не видит, с чего начать и что ему предлагают.

Последние посты (проверено 20)

Дата	Пост	Просмотры	Реакции
17.09.2026	Какая профессия подойдёт интроверту? Разбираем 5 вариантов удалённой работы.	520	12
05.09.2026	Скидка 20% на курс SMM до конца недели!	310	2
01.09.2026	(без текста — фото/видео)	280	4
22.08.2026	История Анны: из администратора салона в SMM-специалисты за 3 месяца.	640	19

Оценка сообщества

Что видит новый посетитель: Название и обложка есть, но статус пустой, закрепа нет — непонятно, что делать новому человеку.

Сообщество живое (3 поста за месяц, 410 просмотров на пост), но не продаёт: нет закрепа с бесплатным подбором, в описании нет выгоды и следующего шага, контакты не указаны.

Что уже работает

+ Включены сообщения — можно вести трафик в диалог
+ Посты-истории учеников собирают больше всего просмотров

Что поправить в сообществе

→ Статус: «Бесплатный подбор онлайн-профессии за 2 минуты ↓»
→ Закреп: кейс Анны + кнопка «Пройти подбор» на квиз
→ Описание: 3 строки — для кого, что получит, как начать; ссылка на политику ПДн
→ Добавить контакт менеджера и включить виджет приветствия в сообщениях
→ Публиковать 2–3 поста в неделю: истории учеников дают в 2 раза больше просмотров, чем акции

09 · ПОСАДОЧНАЯ СТРАНИЦА

Разбор посадочной страницы

Автоматическая проверка страницы (без AI) плюс экспертная оценка первого экрана: понимает ли человек за 5 секунд, что ему предлагают.

Тест 5 секунд: первый экран

Вопрос	Ответ есть?	Что понимает человек
Что это?	✓ ДА	Понятно: подбор онлайн-профессии через короткий тест.
Для кого?	✓ ДА	Для новичков без опыта — сказано в подзаголовке.
Почему сейчас?	✗ НЕТ	Нет причины действовать сейчас: ни бонуса за прохождение, ни ограничения.
Что сделать дальше?	✗ НЕТ	Неясно, что будет после 4 вопросов и зачем в конце нужен телефон.

Вывод по первому экрану. Заголовок оставить. Добавить строку доверия (бесплатно, 4 вопроса, число прошедших), фото реального куратора и объяснение, что результат придёт в сообщении.

Что нашла автопроверка страницы

Адрес	https://demo.targetauditor.ru/
Платформа	Tilda
Заголовок вкладки	«Пример» — подбор онлайн-профессии за 2 минуты
Главный заголовок H1	Найди свою онлайн-профессию за 2 минуты
Кнопки и призывы	Пройти подбор бесплатно · Получить подбор · Написать в Telegram
Формы	2 пол. (Ваше имя, Телефон), **без согласия**
Контакты	+7 999 000-11-22, Telegram
Аналитика	Яндекс.Метрика (98765432)
Не найдено	VK Пиксель / Top.Mail.Ru, Google Analytics / GTM, Коллтрекинг (Calltouch / Roistat / Comagic)
Мобильная адаптация	есть meta viewport
Соединение	HTTPS

Смысловые блоки посадочной

Какие блоки, влияющие на решение, найдены на странице. Отсутствующие — кандидаты на добавление.

Блок	Статус	Где нашли / что добавить
Отзывы клиентов	✓ ЕСТЬ	Отзывы учеников: «Через 3 месяца взяла первого клиента» — Анна
Кейсы и результаты	✗ НЕТ	Не найден на проверенных страницах — добавьте, если он важен для решения клиента.
Цены и тарифы	✓ ЕСТЬ	Стоимость обучения от 2 990 ₽ в месяц

Блок	Статус	Где нашли / что добавить
Ответы на вопросы (FAQ)	✗ НЕТ	Не найден на проверенных страницах — добавьте, если он важен для решения клиента.
Гарантии	✗ НЕТ	Не найден на проверенных страницах — добавьте, если он важен для решения клиента.
О компании / эксперты	✓ ЕСТЬ	О школе (на странице https://demo.targetauditor.ru/about)
Как это работает / этапы	✓ ЕСТЬ	Шаг 1: ответьте на 4 вопроса. Шаг 2: получите 3 подходящие профессии
Бесплатный первый шаг (лид-магнит)	✓ ЕСТЬ	Пройти подбор бесплатно
Документы, лицензии, сертификаты	✗ НЕТ	Не найден на проверенных страницах — добавьте, если он важен для решения клиента.
Контакты и адрес	✓ ЕСТЬ	Контакты: +7 999 000-11-22, Telegram
Срочность / ограничение предложения	✗ НЕТ	Не найден на проверенных страницах — добавьте, если он важен для решения клиента.

Проверенные страницы сайта: 4

Страница	Заголовок H1	Форм
«Пример» — подбор онлайн-профессии за 2 минуты https://demo.targetauditor.ru/	Найди свою онлайн-профессию за 2 минуты	1
Цены https://demo.targetauditor.ru/prices/	Тарифы	1
О школе «Пример» https://demo.targetauditor.ru/about/	О школе	0
Политика https://demo.targetauditor.ru/policy/	Политика обработки персональных данных	0

10 · ФОРМА И ЗАЯВКА

Форма и обработка заявки

Здесь теряется больше всего денег: заявку оставили, но её не увидели, не перезвонили вовремя или переспросили то, что клиент уже написал.

Форма короткая, но не объясняет ценность шага и не собирает согласие. Обработка заявок держится на одном человеке.

Где человек бросает форму

- Телефон просят без объяснения, зачем он нужен
- Нет чекбокса согласия — часть людей настораживается
- После отправки нет страницы благодарности с результатом

Чек-лист обработки заявки

Пункт	Статус	Комментарий
Уведомление менеджеру о новой заявке	✓ ЕСТЬ	Приходит в Telegram.
Заявка сохраняется в CRM со статусом	✗ НЕТ	CRM нет — заявки теряются в переписке.
Автоответ клиенту сразу после заявки	✗ НЕТ	Результат подбора не отправляется автоматически.
Ответ в течение 15 минут	! ПРОВЕРИТЬ	Не измерялось — проверьте тестовыми заявками.
Цель «заявка» в Метрике и VK Рекламе	! ПРОВЕРИТЬ	Метрика есть, цель на отправку формы не подтверждена.

Регламент скорости ответа. Автоответ с результатом подбора — сразу; звонок или сообщение менеджера — в течение 15 минут в рабочее время; заявки после 21:00 — до 10:00 следующего дня.

11 · СВЯЗКА РЕКЛАМА → ПОСАДОЧНАЯ

Совпадение рекламы и посадочной

Главная причина дорогих заявок — реклама обещает одно, а первый экран показывает другое. Сравниваем обещание и то, что человек видит после клика.

55 /100
СОВПАДЕНИЕ

Обещание в рекламе
Подбор онлайн-профессии за 2 минуты, подходит без опыта.

Что видит человек на посадочной
Тот же заголовок и кнопка квиза, но без объяснения результата, бесплатности и организатора.

Разрывы

- Не сказано, что подбор бесплатный
- Неясно, что человек получит в конце
- Нет доказательств, что «без опыта» работает

Как склеить

- → Повторить «бесплатно» в заголовке или подзаголовке
- → Показать пример результата подбора
- → Добавить кейс новичка рядом с кнопкой

12 · НАХОДКИ И РИСКИ

Приоритетные проблемы с обоснованием

Отсортированы от критичных к желательным. У каждой — факт, влияние на деньги, готовое решение и способ проверить результат.

КРИТИЧНО	**1. Первый экран не объясняет, кто проводит подбор и что будет после**	Посадочная / сайт / квиз
Что видно	На первом экране только заголовок и кнопка; нет названия школы, цифр доверия и описания результата подбора.	
Почему это важно	Холодный человек не понимает, кому отдаёт телефон — 60–80% уходят с первого экрана.	
Что сделать	Добавить под заголовком строку доверия и короткое описание результата подбора.	
Готовый вариант	**«Бесплатно · 4 вопроса · 12 000 человек уже прошли. В конце — 3 подходящие профессии и план первых шагов в сообщении».**	
Как проверить	Конверсия первого экрана в старт квиза выросла на 30%+ (цель Метрики start_quiz).	
Срок	1–2 дня	
Уверенность	**Высокая** — Видно на сайте и в тексте страницы; типовая причина потерь на холодном трафике.	

КРИТИЧНО	**2. Телефон просят без объяснения, зачем он нужен**	Форма заявки
Что видно	Форма из двух полей без пояснения; кнопка «Получить подбор».	
Почему это важно	Страх «начнут названивать» — до половины прошедших квиз не оставляют контакт.	
Что сделать	Объяснить, что придёт результат, и дать выбор канала связи.	
Готовый вариант	**«Куда прислать результат? Telegram / WhatsApp / SMS. Звонить не будем, если не попросите».**	
Как проверить	Доля отправивших форму среди дошедших до неё — выше 55%.	
Срок	1–2 дня	
Уверенность	**Высокая** — Форма проверена автоматически, пояснения нет.	

ВЫСОКИЙ **3. Заявки уходят в личный Telegram без CRM** — Обработка заявки

Что видно	По описанию обработки: заявки приходят менеджеру в Telegram, CRM не используется.
Почему это важно	Нет контроля скорости ответа и статусов; остывшие лиды не догреваются — теряется 20–40% заявок.
Что сделать	Подключить бесплатную CRM (Битрикс24 / amoCRM, тариф на 1 пользователя) и автоответ.
Готовый вариант	**Сценарий: заявка → карточка в CRM → автоответ с результатом → задача менеджеру «позвонить в течение 15 минут».**
Как проверить	Время первого ответа ≤ 15 минут, доля дозвонов ≥ 70%.
Срок	3–5 дней
Уверенность	**Средняя** — По описанию процесса; скорость ответа не измерялась.

ВЫСОКИЙ **4. Нет кейсов выпускников — обещание «без опыта» не подтверждено** — Посадочная / сайт / квиз

Что видно	На 4 проверенных страницах нет блока кейсов; отзыв один, без фото и результата.
Почему это важно	Главное возражение «а у меня получится?» остаётся без ответа.
Что сделать	Добавить 3 кейса: кем был → что изучил → первый доход/клиент через N месяцев.
Готовый вариант	**«Анна, 29 лет, была администратором. Через 3 месяца обучения SMM — первый клиент на 15 000 ₽/мес».**
Как проверить	Глубина просмотра до блока кейсов ≥ 40%, рост конверсии в заявку.
Срок	3–5 дней
Уверенность	**Высокая** — Автопроверка не нашла кейсов ни на одной странице.

ВЫСОКИЙ **5. Нет согласия на обработку персональных данных у формы** — Форма заявки

Что видно	У формы на главной нет чекбокса и текста согласия.
Почему это важно	Риск отклонения модерацией и штрафа по 152-ФЗ.
Что сделать	Добавить отдельный неотмеченный чекбокс со ссылкой на согласие.
Готовый вариант	☐ **«Даю согласие на обработку персональных данных» (ссылка на отдельный документ согласия).**
Как проверить	Объявления проходят модерацию без отклонений.
Срок	3–5 дней
Уверенность	**Высокая** — Проверено автоматически по HTML формы.

СРЕДНИЙ	**6. Кнопка «Узнать подробнее» не обещает результата**	Рекламный креатив
Что видно	В объявлении кнопка «Узнать подробнее».	
Почему это важно	Ниже CTR и больше случайных кликов.	
Что сделать	Заменить на кнопку с действием и выгодой.	
Готовый вариант	**«Пройти подбор бесплатно».**	
Как проверить	CTR объявления выше на 15%+ при той же цене клика.	
Срок	1–2 недели	
Уверенность	**Средняя** — Типовой эффект конкретных CTA в ленте VK.	

СРЕДНИЙ	**7. Не установлен пиксель VK Рекламы**	Посадочная / сайт / квиз
Что видно	На странице найдена только Яндекс Метрика.	
Почему это важно	Нельзя оптимизировать кампанию по заявкам и догонять ушедших ретаргетингом.	
Что сделать	Установить пиксель VK Рекламы и события «старт квиза» и «заявка».	
Готовый вариант	**Пиксель в Tilda: Настройки сайта → Аналитика → VK Реклама; события start_quiz и lead.**	
Как проверить	События видны в кабинете VK Рекламы в течение суток.	
Срок	1–2 недели	
Уверенность	**Высокая** — Счётчик не найден в коде страницы.	

13 · ПРИОРИТИЗАЦИЯ

Матрица «влияние × усилия»

Куда вкладывать силы в первую очередь: левый верхний угол — правки, которые дают больше всего заявок при минимуме работы.



№	Проблема	Влияние	Усилия
1	Первый экран не объясняет, кто проводит подбор и что будет после	высокое	малые
2	Телефон просят без объяснения, зачем он нужен	высокое	малые
3	Заявки уходят в личный Telegram без CRM	высокое	средние
4	Нет кейсов выпускников — обещание «без опыта» не подтверждено	высокое	средние
5	Нет согласия на обработку персональных данных у формы	среднее	малые
6	Кнопка «Узнать подробнее» не обещает результата	среднее	малые
7	Не установлен пиксель VK Рекламы	среднее	малые

14 · ФОРМАЛЬНАЯ ГОТОВНОСТЬ

Юридика и требования площадок

Без этих пунктов объявления отклоняет модерация, а собственник рискует штрафами. Проверка — по сайту и тексту рекламы.

Формальная готовность: **60/100** — «есть» = 1 балл, «проверить» = 0,5, «нет» = 0.

Проверка	Статус	Что нашли и что сделать	Основание
Политика обработки персональных данных	✓ ЕСТЬ	Ссылка найдена: https://demo.targetauditor.ru/policy	152-ФЗ, ст. 18.1
Согласие на обработку ПДн у формы	✗ НЕТ	У формы на главной нет ни чекбокса, ни текста согласия. Добавьте отдельный неотмеченный чекбокс со ссылкой на согласие.	152-ФЗ, ст. 9
Реквизиты продавца (ИНН / ОГРН)	✓ ЕСТЬ	Найдены: ИНН 500100732259	Закон о защите прав потребителей, ст. 9
Публичная оферта / договор	✓ ЕСТЬ	Упоминание оферты или договора найдено.	ГК РФ, ст. 437
Защищённое соединение (HTTPS)	✓ ЕСТЬ	Страница открывается по HTTPS.	Требование площадок
Контакты для связи	✓ ЕСТЬ	+7 999 000-11-22, Telegram	Правила модерации VK / Директа
Уведомление о cookie	! ПРОВЕРИТЬ	Метрика собирает данные, а уведомления о cookie не видно — добавьте баннер со ссылкой на политику.	152-ФЗ
Маркировка рекламы (ОРД, erid)	! ПРОВЕРИТЬ	Проверьте в кабинете VK Рекламы: креатив зарегистрирован в ОРД и получил erid. Для Директа — то же в настройках кампании.	38-ФЗ «О рекламе», ст. 18.1

Проверка	Статус	Что нашли и что сделать	Основание
Лицензия для ниши	! ПРОВЕРИТЬ	Образовательные программы с итоговым документом требуют лицензии; разовые консультации и вебинары — обычно нет. Уточните формат и укажите лицензию или формулировку «информационные услуги».	273-ФЗ «Об образовании», ст. 91
Формулировки в рекламном тексте	✓ ЕСТЬ	Явных запрещённых обещаний (гарантии, «№1», доход) в тексте нет.	38-ФЗ «О рекламе», ст. 5

Риски модерации рекламы

Площадка	Риск	Как исправить
VK Реклама ВЫСОКИЙ	Обещание дохода («зарабатывай от 50 000 ₽») без подтверждения	Говорить про навыки и первые шаги, доход — только в кейсах с оговоркой «результат зависит от усилий».
обе ВЫСОКИЙ	Форма без согласия на обработку персональных данных	Отдельный неотмеченный чекбокс согласия со ссылкой на документ.
VK Реклама СРЕДНИЙ	Креатив без маркировки (erid)	Зарегистрировать креатив в ОРД через кабинет — erid присваивается автоматически.

15 · РЫНОК

Конкуренты и ниша

С кем клиент сравнивает предложение до заявки и чем выделиться. Данные — из свежего веб-поиска 2025–2026; где цифр нет, это указано.

Онлайн-школа «Профи Старт» (демо) · прямой

Позиционирование	Бесплатный профориентационный тест + платные курсы по 6 направлениям.
Цены	от 3 500 ₽/мес в рассрочку
Сильные стороны	Много отзывов с фото, трудоустройство в договоре.
Слабые стороны	Долгий тест (15 вопросов), агрессивные звонки по отзывам.
Как обыграть	**«4 вопроса вместо 15, результат в сообщении, без звонков» — прямо в креативе.**

«Удалёнка Академия» (демо) · прямой

Позиционирование	Курсы удалённых профессий для мам в декрете.
Цены	4 900–9 900 ₽ за курс
Сильные стороны	Узкий сегмент и сильные истории мам.
Слабые стороны	Мало направлений, нет бесплатного первого шага.
Как обыграть	**Отдельная связка для мам в декрете с бесплатным подбором и кейсом мамы.**

Бесплатные курсы и марафоны блогеров · альтернатива

Позиционирование	Бесплатный контент в обмен на подписку.
Цены	бесплатно
Сильные стороны	Нулевой порог входа.
Слабые стороны	Нет системы и обратной связи, люди бросают.
Как обыграть	**«Бесплатно — только подбор, а дальше — куратор и план до первого дохода».**

Крупные EdTech-платформы · косвенный

Позиционирование	Длинные программы с дипломом и трудоустройством.
Цены	от 60 000 ₽ за программу
Сильные стороны	Бренд и доверие.
Слабые стороны	Дорого и долго для тех, кто «просто попробовать».
Как обыграть	**Позиционирование «попробуй за 2 990 ₽/мес, прежде чем платить 100 000 ₽».**

Что работает в нише сейчас (2025–2026)

- ↑ Короткие квизы и чат-боты вместо длинных тестов: вход в воронку через сообщения VK.
- ↑ Кейсы «было → стало» с цифрами дохода работают лучше обещаний профессии будущего.
- ↑ Сегментные креативы (мамы в декрете, 30+, студенты) дешевле универсальных в 1,5–2 раза.
- ↑ Модерация строже к обещаниям дохода: выигрывают формулировки про навыки и первые шаги.

Типичные ошибки рекламодателей в нише

- – Обещание заработка в креативе — отклонения модерации и нецелевые заявки.
- – Один креатив на всю «широкую» аудиторию.
- – Звонок продажника сразу после теста — люди блокируют номер.
- – Оценка кампании по заявкам первого дня при цикле решения 1–3 недели.

Как клиенты формулируют запрос

«какую профессию выбрать онлайн» · «удалённая работа без опыта» · «профессии для удалёнки с нуля» · «тест на профориентацию бесплатно» · «как начать работать из дома» · «онлайн профессия для мамы в декрете» · «сменить профессию в 30 лет» · «курсы smm с нуля»

Используйте эти формулировки в заголовках, ключевых фразах VK Рекламы и минус-словах Директа.

16 · ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Позиционирование и УТП

Чем проект отличается от конкурентов выше и что сказать в заголовке, чтобы человек выбрал именно вас. Варианты УТП — готовые формулировки; доказательства, которых пока нет, отмечены «собрать».

Как проект подаёт себя сейчас

«Подбор онлайн-профессии за 2 минуты» — бесплатный тест как вход в платные курсы. Отдельного обещания результата нет.

Почему это не отличает от конкурентов

Бесплатный подбор профессии есть у Skillbox и ПрофГида, агрегаторы сравнивают сотни курсов — «подбор» сам по себе не отличает.

Три варианта УТП

УТП 1. Подберём онлайн-профессию и дадим план первых 30 дней — бесплатно и без звонков менеджера

Для кого: Взрослые 25–35 без опыта, боятся навязчивых продаж · **Где использовать:** креатив

Чем подтвердить: собрать: пример плана на 30 дней, 3 отзыва о подборе

УТП 2. Не агрегатор: одно направление, которое подходит именно вам, а не список из 100 курсов

Для кого: Те, кто уже сравнивал курсы и устал от выбора · **Где использовать:** посадочная

Чем подтвердить: Методика подбора из 4 вопросов (на сайте)

УТП 3. Первый заработок на практике во время обучения — с куратором, а не в одиночку

Для кого: Мамы в декрете и люди 35+, которым важна поддержка · **Где использовать:** сообщество

Чем подтвердить: собрать: 3 кейса с суммой первого дохода и сроком

Как отстроиться от конкурентов

- → В отличие от Skillbox — не продаём курс на выходе теста, отдаём план сразу
- → В отличие от агрегаторов — одна рекомендация с обоснованием вместо каталога
- → В отличие от марафонов в Telegram — результат за 2 минуты, а не за 5 дней

Точки роста вне рекламы

- ↑ Сделать результат подбора отдельным PDF-планом — его пересылают друзьям
- ↑ Собрать страницу кейсов с цифрами первого дохода
- ↑ Запустить рассылку в VK для тех, кто прошёл подбор, но не купил

Нужен полный разбор сайта страница за страницей и сайтов конкурентов — запустите аудит «Сайт и конкуренты» в кабинете Таргет Аудитора.

17 · РЕШЕНИЕ КЛИЕНТА

Как клиент принимает решение

Что человек думает на каждом этапе и что ему показать, чтобы он дошёл до заявки. Помогает распределить креативы по прогреву.

Средний путь от первого клика до покупки в нише: **14 дн.** Оценивайте кампании с учётом этого срока, а не только по заявкам первого дня.

Этап	Длится	Что думает клиент	Что показать
Осознание проблемы	недели–месяцы	Надоела работа, хочу удалённо, но не знаю что умею.	Креатив-вопрос и бесплатный подбор без обязательств.
Поиск информации	3–7 дней	Какие профессии бывают, сколько платят новичкам.	Результат подбора с описанием 3 профессий и реальными вилками дохода.
Сравнение вариантов	2–5 дней	Где учиться, не обманут ли, получится ли у меня.	Кейсы выпускников, сравнение с бесплатными курсами, куратор.
Выбор	1–3 дня	Сколько стоит и можно ли попробовать.	Пробный период или первый урок, рассрочка, понятная цена.
Покупка	часы–1 день	Не передумаю ли я.	Лёгкая оплата, бонус за быстрое решение, звонок куратора.

18 · РЕПУТАЦИЯ

Публичное присутствие компании

Холодный клиент почти всегда гуглит компанию перед заявкой. Что он найдёт — и что с этим сделать до запуска рекламы.

Общая тональность	почти нет упоминаний — для холодного трафика это минус
Оценка репутации	**45/100**
Что сделать	**До запуска: собрать 10–15 отзывов выпускников с фото и разместить на сайте и в сообществе; завести карточку в Яндекс Картах.**

Что о компании пишут

> «По названию школы в поиске — только собственный сайт и сообщество (демо-данные)»

> «На картах и в агрегаторах отзывов карточки нет (демо-данные)»

19 · АУДИТОРИЯ

Сегменты целевой аудитории

Гипотезы для проверки, а не установленный факт. У каждого сегмента — настройки для VK Рекламы и способ быстро проверить, стоит ли на него тратить бюджет.

Сегмент 1. Взрослые 25–35 без опыта, хотят сменить офисную работу

Задача / боль	Надоела работа, хочется удалёнки, но страшно начинать с нуля
Мотивация	Свобода графика и доход не ниже текущего
Что мешает купить	Страх «не получится», нет времени на долгое обучение
Основание	Текст рекламы «без опыта — тоже подходит» и тематика сайта
Уверенность	**Средняя** — Сегмент следует из оффера, но статистики кампании нет.
Как проверить	Отдельная группа объявлений 25–35, креатив «Сменить работу без опыта», метрика — цена старта квиза.
Настройки VK Рекламы	**Возраст:** 25–35 **География:** Москва и МО **Интересы:** Работа и карьера, онлайн-образование **Ключевые фразы:** удалённая работа, работа из дома, сменить профессию **Исключить:** студенты 18–21

Сегмент 2. Мамы в декрете 25–40

Задача / боль	Хочу свой доход, не выходя из дома
Мотивация	Финансовая независимость и занятость в декрете
Что мешает купить	Мало времени, боится потратить деньги впустую
Основание	Типичный сегмент ниши удалённых профессий; конкуренты делают отдельные программы
Уверенность	**Средняя** — Сегмент подтверждён рынком, но не данными этой кампании.
Как проверить	Креатив с героиней-мамой и «2 часа в день», метрика — CTR и цена заявки.
Настройки VK Рекламы	**Возраст:** 25–40 **География:** Москва и МО **Интересы:** Дети, материнство, работа на дому **Ключевые фразы:** работа в декрете, удалёнка для мам **Исключить:** мужчины

Сегмент 3. Студенты и выпускники 18–22

Задача / боль	Не знаю, чем заниматься после учёбы
Мотивация	Первый заработок онлайн
Что мешает купить	Нет денег на обучение
Основание	Визуал молодого человека в креативе
Уверенность	**Низкая** — Низкая платёжеспособность, возможны дешёвые, но нецелевые заявки.
Как проверить	Небольшой тест 3 000 ₽; оценивать не цену заявки, а долю оплат.
Настройки VK Рекламы	**Возраст:** 18–22 **География:** Москва и МО **Интересы:** Образование, фриланс **Ключевые фразы:** подработка онлайн для студентов **Исключить:** 25+

20 · ПРОГРЕВ

Лестница Ханта: что говорить на каждой ступени

Одно и то же объявление не работает для всех. Холодным нужна проблема, тёплым — сравнение, горячим — оффер и дедлайн.

Ступень	Какое сообщение нужно	Пример заголовка
0 **Безразличие**	Показать, что текущая работа — не единственный вариант.	Сколько лет ещё до пенсии в этом офисе?
1 **Осознание проблемы**	Назвать боль и дать безопасный первый шаг.	Не знаешь, какую онлайн-профессию выбрать? 4 вопроса — и ответ
2 **Интерес к решению**	Показать варианты профессий и реальные доходы новичков.	3 профессии, где новички зарабатывают с первого месяца
3 **Сравнение вариантов**	Отличие от бесплатных курсов и больших школ.	Почему бесплатные курсы бросают, а у нас доходят до конца
4 **Выбор**	Кейсы, гарантии, цена первого шага.	Первый месяц — 2 990 ₽. Не понравится — отмените
5 **Готовность купить**	Дедлайн и бонус за решение сейчас.	Старт группы в понедельник: осталось 7 мест

21 · ВОЗРАЖЕНИЯ

Банк возражений с готовыми ответами

Отработайте возражения заранее: в тексте объявления, на посадочной и в скрипте менеджера. Каждый снятый вопрос — плюс к конверсии.

Возражение клиента	Готовый ответ	Где использовать
«Это бесплатно или потом будут продавать?»	Подбор бесплатный и ни к чему не обязывает. Если захотите учиться — расскажем о курсах, решать вам.	посадочная
«У меня нет опыта, у меня не получится»	80% наших учеников начинали с нуля. Посмотрите кейс Анны: через 3 месяца — первый клиент.	креатив
«Мне будут названивать»	Результат придёт в сообщении. Звоним, только если вы попросите.	посадочная
«Это очередная инфоцыганщина»	Мы не обещаем миллионы: учим навыку и помогаем найти первого клиента. Договор, ИНН и отзывы — на сайте.	звонок
«Сколько стоит обучение?»	От 2 990 ₽ в месяц, первый месяц можно отменить в любой момент.	посадочная
«У меня мало времени»	Достаточно 1–2 часа в день: уроки короткие, можно с телефона.	креатив
«А работу потом найду?»	Куратор помогает собрать портфолио и откликнуться на первые заказы — это часть программы.	звонок
«Я уже пробовал бесплатные курсы и бросил»	Потому что без куратора и дедлайнов легко бросить. У нас — проверка заданий и план.	звонок
«Почему вы, а не большая школа?»	Можно попробовать за 2 990 ₽, прежде чем платить 100 000 ₽ за длинную программу.	посадочная
«Нужно подумать»	Конечно. Пришлю результат подбора и план первой недели — посмотрите в спокойной обстановке.	автоответ

22 · ТЕСТЫ

Гипотезы для A/B-тестов

Готовые варианты объявлений: меняем одну переменную, чтобы по результату было понятно, что именно сработало.

Тест 1. Если явно написать «бесплатно», CTR вырастет, потому что снимается страх скрытой оплаты.

ВАРИАНТ A	ВАРИАНТ B
Не знаешь, какую онлайн-профессию выбрать? Пройди мини-подбор за 2 минуты. Кнопка: Узнать подробнее	Бесплатный подбор онлайн-профессии за 2 минуты. Без опыта — тоже подходит. Кнопка: Пройти подбор

Сегмент	Взрослые 25–35 без опыта
Что меняем	Слово «бесплатно» в начале и кнопка с действием
Главная метрика	CTR и цена старта квиза
Критерий победы	В дешевле A по цене старта квиза на 20%+ при 1 000+ кликов на вариант
Бюджет / объём	8 000–10 000 ₽ на оба варианта
Уверенность	**Высокая** — Снятие ценового страха — самый частый драйвер CTR на холодной аудитории.

Тест 2. Если показать героиню-маму и «2 часа в день», заявки от мам будут дешевле, потому что креатив говорит о её ситуации.

ВАРИАНТ A	ВАРИАНТ B
Не знаешь, какую онлайн-профессию выбрать? Пройди подбор за 2 минуты	В декрете и хочется своего дохода? Подберём профессию, где хватит 2 часов в день. Бесплатно, 4 вопроса

Сегмент	Мамы в декрете 25–40
Что меняем	Сегментное сообщение вместо универсального
Главная метрика	Цена заявки
Критерий победы	Цена заявки B ниже A на 25%+
Бюджет / объём	6 000 ₽
Уверенность	**Средняя** — Сегментные креативы в нише обычно дешевле, но зависит от визуала.

Тест 3. Если добавить цифру «12 000 человек прошли», конверсия в заявку вырастет за счёт социального доказательства.

ВАРИАНТ A	ВАРИАНТ B
Пройди мини-подбор онлайн-профессии за 2 минуты	12 000 человек уже подобрали онлайн-профессию. Узнай свою за 2 минуты — бесплатно

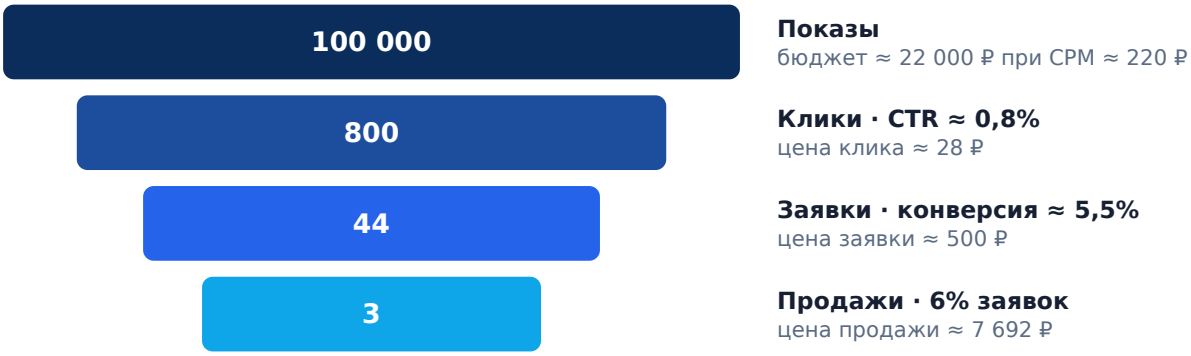
Сегмент	Скептичная холодная аудитория
Что меняем	Социальное доказательство в первой строке
Главная метрика	Конверсия клика в заявку
Критерий победы	B выше A по конверсии в заявку на 15%+
Бюджет / объём	6 000 ₽
Уверенность	**Средняя** — Эффект зависит от правдивости и проверяемости цифры.

23 · ЭКОНОМИКА

Экономика запуска и первая связка

Прогноз на старт: сколько будет стоить заявка, какой нужен тестовый бюджет и при какой цене заявки реклама окупается.

Модель воронки на 100 000 показов (по средним значениям прогноза)



Ступени нарисованы не в масштабе. Цифры — ориентир для планирования, а не гарантия результата.

Показатель	Прогноз
CPM (1000 показов)	180–260 ₽
CTR	0,6–1,0%
Цена клика	22–38 ₽
Конверсия посадочной	4–7%
Цена заявки (CPL)	350–650 ₽
Заявка → продажа	5–8%
Средний чек	8 970 ₽ (3 месяца × 2 990 ₽)
Предельная цена заявки	до 540 ₽ при конверсии в оплату 6%
Тестовый бюджет	15 000–20 000 ₽
Длительность теста	10–14 дней

Допущения	Лента VK, Москва и МО, холодная аудитория 25–40, после правок первого экрана и формы.
Источник цифр	Оценка по открытым кейсам EdTech 2025–2026 (см. источники); уточнить после первых 3 дней теста.

С чего начать: первая связка для теста

Сегмент	Взрослые 25–35 без опыта
Оффер	Бесплатный подбор профессии за 4 вопроса с результатом в сообщении
Угол креатива	Вопрос-боль + «бесплатно» + «без звонков»
Куда вести	Сайт → квиз → результат в Telegram/VK
Почему она	Самый широкий платёжеспособный сегмент и самый сильный бесплатный первый шаг — быстрее всего даст статистику.

Сценарии маршрута трафика

Сценарий	Плюсы	Минусы	Когда выбирать
A: Сайт + квиз Реклама → сайт → квиз → телефон	Больше доверия, работает пиксель и Метрика	Длиннее путь, выше потери на загрузке	Основной сценарий после правок первого экрана
B: Лид-форма VK Реклама → лид-форма VK → заявка	Дешёвые заявки, не надо уходить из VK	Много случайных заявок, ниже качество	Для быстрого набора статистики и ретаргетинга
C: Сообщения сообщества Реклама → сообщения → бот-подбор	Диалог сразу, легко догревать рассылкой	Нужен продуманный бот и оператор	Если сообщество оформлено и есть рассыльщик

24 · ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

План действий с ответственными и сроками

Что сделать и в каком порядке. У каждой задачи — ответственный, срок и метрика, по которой видно, что задача дала результат.

№	Задача	Кто	Срок	Как проверить
1	**Добавить строку доверия под заголовком первого экрана** Снять вопрос «кто вы и бесплатно ли»	маркетолог	**1 день**	Старт квиза с первого экрана +30%
2	**Объяснить перед полем телефона, что придёт результат, и дать выбор мессенджера** Снять страх звонков	маркетолог	**1 день**	Доля отправок формы ≥ 55%
3	**Добавить чекбокс согласия на обработку ПДн** 152-ФЗ и модерация	разработчик	**1 день**	Объявления без отклонений
4	**Подключить CRM и автоответ с результатом подбора** Не терять заявки и отвечать мгновенно	собственник	**3–5 дней**	Время первого ответа ≤ 15 минут

№	Задача	Кто	Срок	Как проверить
5	**Собрать и разместить 3 кейса выпускников с фото и цифрами** Подтвердить обещание «без опыта»	маркетолог	**1 неделя**	Конверсия посадочной в заявку +20%
6	**Установить пиксель VK Рекламы и события start_quiz / lead** Оптимизация и ретаргетинг	таргетолог	**1 день**	События видны в кабинете
7	**Заменить кнопку объявления на «Пройти подбор бесплатно»** Конкретный CTA повышает CTR	таргетолог	**1 день**	CTR +15%
8	**Запустить A/B-тест 1 и сегмент «мамы в декрете»** Найти самую дешёвую связку	таргетолог	**неделя 2**	Цена заявки по сегментам

Цвет номера — приоритет: ■ **критично** ■ **высокий** ■ **средний** ■ **низкий**

25 · КАЛЕНДАРЬ

Календарь внедрения на 4 недели

Не запускайте всё сразу: идите по неделям и переходите дальше только после контрольной метрики.

НЕДЕЛЯ 1

Подготовка и юридика

- Правки первого экрана и формы
- Чекбокс согласия и документ согласия
- CRM и автоответ
- Пиксель VK и цели Метрики

Результат: Воронка готова принимать трафик
Контроль: Тестовая заявка доходит в CRM за 1 минуту

НЕДЕЛЯ 2

Тестовый запуск

- Запуск A/B-теста 1 на 25–35
- Сегмент «мамы в декрете» на 6 000 ₽
- Ежедневная проверка отклонений модерации

Результат: Первые 30–50 заявок и понятный лидер теста
Контроль: Цена заявки ≤ 650 ₽

НЕДЕЛЯ 3

Оптимизация

- Отключить объявления с ценой заявки выше 800 ₽
- Запустить ретаргетинг на начавших квиз
- Тест 3: социальное доказательство

Результат: Снижение цены заявки на 20–30%
Контроль: Цена заявки ≤ 500 ₽

НЕДЕЛЯ 4

Масштабирование

- Увеличить бюджет лидера на 20–30% в 2 шага
- Добавить похожую аудиторию по оплатившим
- Сверить заявки и оплаты в CRM

Результат: Стабильный поток заявок по окупаемой цене
Контроль: Окупаемость: цена заявки ≤ 540 ₽

26 · ПРОДАЖИ

Скрипт первого звонка менеджера

Заявка из рекламы остывает за минуты. Скрипт помогает быстро квалифицировать лида и довести до следующего шага.

Начало разговора

> «Здравствуйте, это Мария из ««Пример»а». Вы проходили подбор профессии — результат уже пришёл? Удобно пару минут обсудить, какое направление выбрать?»

Квалифицирующие вопросы

1. Чем сейчас занимаетесь и что хочется поменять?

2. Какое из трёх направлений откликнулось больше всего?

3. Сколько времени в день готовы уделять учёбе?

4. Когда хотели бы получить первый заказ?

5. Рассматривали другие школы или курсы?

Как презентовать предложение

Для вашей ситуации подходит направление SMM: первые заказы у новичков обычно через 2–3 месяца. Обучение — 2 990 ₽ в месяц, первый месяц можно отменить. Куратор проверяет задания и помогает с портфолио.

Отработка возражений в разговоре

Клиент говорит	Менеджер отвечает
«Дорого»	Это 100 ₽ в день — меньше обеда. И первый месяц можно отменить, если не понравится.
«Нужно подумать»	Конечно. Пришлю программу и кейс выпускницы с похожей ситуацией — созвонимся в четверг?
«А если не получится?»	Куратор ведёт до первого портфолио; 8 из 10 доходят до конца программы.
«Мне некогда»	Уроки по 20 минут с телефона — можно в дороге или вечером.

Красные флаги: нецелевая заявка

⚠ Ищет только бесплатное обучение

⚠ Хочет гарантированный доход через месяц

⚠ Не готов уделять даже час в день

⚠ Оставил заявку «случайно»

> **Чем закончить разговор:** Записать на бесплатный вводный урок на конкретную дату и отправить ссылку в мессенджер.

27 · ПУТЬ КЛИЕНТА

Путь клиента от рекламы до заявки

Шаг за шагом: что человек проверяет, что чувствует и что мешает ему идти дальше.

1	**Видит объявление** · Лента VK
Что проверяет	Про меня ли это и бесплатно ли
Эмоция	Любопытство
Что мешает	Не сказано «бесплатно»
Что сделать	**«Бесплатно» в первой строке**

2	**Открывает сайт** · Первый экран
Что проверяет	Кто это и что будет дальше
Эмоция	Настороженность
Что мешает	Нет организатора и цифр доверия
Что сделать	**Строка доверия + фото куратора**

3	**Проходит квиз** · 4 вопроса
Что проверяет	Не слишком ли долго
Эмоция	Интерес
Что мешает	Нет прогресс-бара
Что сделать	**«Вопрос 2 из 4»**

4	**Оставляет контакт** · Форма
Что проверяет	Зачем телефон, будут ли звонить
Эмоция	Страх спама
Что мешает	Нет объяснения
Что сделать	**Выбор мессенджера + «без звонков»**

5	**Получает результат** · Сообщение
Что проверяет	Полезно ли это
Эмоция	Удовлетворение или разочарование
Что мешает	Долгий ответ
Что сделать	**Автоответ сразу + звонок по запросу**

28 · ГОТОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Тексты, заголовки и настройки — копируйте и используйте

Всё ниже можно сразу вставлять в объявления, на посадочную и в Метрику.

Главный заголовок посадочной — 5 вариантов

1. Бесплатный подбор онлайн-профессии за 4 вопроса

2. Узнай, какая удалённая профессия подходит тебе — за 2 минуты

3. Онлайн-профессия без опыта: подберём 3 варианта бесплатно

4. Хочешь работать из дома? Начни с бесплатного подбора профессии

5. 3 подходящие онлайн-профессии и план старта — за 2 минуты

Тексты объявлений

УГОЛ: БОЛЬ
Надоела работа, а куда идти — непонятно?
Пройди бесплатный подбор онлайн-профессии: 4 вопроса — и ты получишь 3 подходящих направления и план первых шагов. Опыт не нужен.

УГОЛ: ВЫГОДА
Работа из дома без опыта
Подберём онлайн-профессию, где новички получают первые заказы через 2–3 месяца. Бесплатно, 2 минуты, результат — в сообщении.

УГОЛ: ВОПРОС
Какая онлайн-профессия твоя?
SMM, дизайн или ассистент? Ответь на 4 вопроса — и узнай, с чего начать именно тебе. Бесплатно и без звонков.

Тексты кнопок

Пройти подбор бесплатно · **Узнать свою профессию** · **Получить 3 варианта** · **Начать подбор** · **Подобрать за 2 минуты**

Форма заявки

Заголовок над формой	Куда прислать результат подбора?
Короткая форма	Имя, Telegram или телефон
Полная форма	Имя, Телефон, Удобный мессенджер, Сколько времени готовы уделять учёбе
После отправки	Готово! Результат подбора уже в сообщениях. Если захотите обсудить направления — ответьте «хочу», куратор напишет в течение 15 минут.

UTM-разметка

VK Реклама (макросы подставляются автоматически):

```
utm_source=vk&utm_medium=cpc&utm_campaign={{campaign_name}}&utm_content={{banner_id}}&utm_term={{campaign_id}}
```

Яндекс Директ:

```
utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign={campaign_id}&utm_content={ad_id}&utm_term={keyword}
```

Цели Яндекс Метрики

Цель	Идентификатор	Зачем
Старт квиза	start_quiz	Понять, цепляет ли первый экран
Квиз пройден	quiz_done	Где отваливаются внутри квиза
Заявка отправлена	lead	Главная цель для оптимизации кампаний
Клик по мессенджеру	click_messenger	Учитывать заявки, ушедшие в Telegram

29 · ПЕРЕД ЗАПУСКОМ

Чек-лист перед запуском рекламы

Распечатайте и отметьте каждый пункт. Пока в списке есть невыполненные критичные пункты — бюджет лучше не включать.

	Что сделать	Раздел
☐	Согласие на обработку ПДн у формы: У формы на главной нет ни чекбокса, ни текста согласия. Добавьте отдельный неотмеченный чекбокс со ссылкой на согласие.	Юридика
☐	Уведомление о cookie: Метрика собирает данные, а уведомления о cookie не видно — добавьте баннер со ссылкой на политику.	Юридика
☐	Маркировка рекламы (ОРД, erid): Проверьте в кабинете VK Рекламы: креатив зарегистрирован в ОРД и получил erid. Для Директа — то же в настройках кампании.	Юридика
☐	Лицензия для ниши: Образовательные программы с итоговым документом требуют лицензии; разовые консультации и вебинары — обычно нет. Уточните формат и укажите…	Юридика
☐	Исправить: Первый экран не объясняет, кто проводит подбор и что будет после	Посадочная / сайт / квиз
☐	Исправить: Телефон просят без объяснения, зачем он нужен	Форма заявки
☐	Исправить: Заявки уходят в личный Telegram без CRM	Обработка заявки
☐	Исправить: Нет кейсов выпускников — обещание «без опыта» не подтверждено	Посадочная / сайт / квиз
☐	Установить пиксель VK Рекламы — без него нет ретаргетинга и оптимизации по заявкам	Аналитика
☐	Автоответ клиенту сразу после заявки	Обработка заявки
☐	Ответ в течение 15 минут	Обработка заявки
☐	Цель «заявка» в Метрике и VK Рекламе	Обработка заявки

	Что сделать	Раздел
☐	Проверить все ссылки из объявлений с телефона: открываются, UTM-метки сохраняются	Реклама

30 · МЕТОДОЛОГИЯ

Методология, источники и ограничения

Как считались оценки, откуда данные и что стоит проверить вручную.

Как проводился аудит

- Воронка разбита на 5 звеньев (реклама → сообщество → посадочная → форма → обработка заявки); итоговый балл — взвешенная оценка звеньев (посадочная и форма весят больше: на них теряется большая часть заявок).
- 12 маркетинговых слоёв оцениваются по шкале 0–100: ниже 50 — доработка обязательна, 50–74 — требует внимания, 75+ — готово к масштабированию.
- Формальная готовность считается по чек-листу юридических требований и правил площадок: «есть» — 1 балл, «проверить» — 0,5, «нет» — 0.
- Сообщество VK проверено через VK API без AI: профиль, описание, контакты, закреп и 20 последних постов (просмотры, реакции, частота).
- Посадочная проверена автоматически без AI: 4 стр., формы, согласия, реквизиты, аналитика, структура блоков.
- Рынок и конкуренты — веб-поиск свежих данных 2025–2026 (Perplexity) с сохранением ссылок на источники.
- Аналитические разделы подготовлены за 8 последовательных AI-проходов, каждый со своей узкой задачей; пропуски заполнены детерминированно по правилам методики.

Ограничения и что проверить вручную

! Чат-бот VK проверен по описанию: пройдите квиз сами и проверьте текст каждого шага.

! Статистика кампании не передана — прогноз экономики построен по рыночным ориентирам.

! Скорость ответа менеджера не измерялась — сделайте 2–3 тестовые заявки в разное время.

! Это демонстрационный отчёт: проект и цифры вымышлены.

Отчёт подготовлен сервисом Таргет Аудитор (targetauditor.ru). Прогнозы и оценки — ориентир для решений, а не гарантия результата: итог зависит от настроек кампании, бюджета и работы с заявками.