

Фунии

Матрици и описанието им.

Код	Матрица	ОПИСАНИЕ	Фаза	Готова за GPT
M1	Клиентска болка → Трансформация с теб	болка/мечта- разбирам- имам решение	Затопляне	✓
M2	Адаптирана обратна връзка	презказ на клиенски успех/ удовлетвореност	Затопляне / оферта	✓
M3	Представи си... (емоционална трансформация)	представи си- почувствай трансформацията	Затопляне	✓
M4	Възражение – 4 поста		Справяне с възражения	✓
M5	Сравнение / Трансформация	от т а в т. в	Доказателство / затопляне	✓
M6	Сравнение на продукти / услуги / тарифи	между мои, средни, скъпи на пазара	Оферта / повторна оферта	✓
M7	Скритите причини зад проблемите	ако изпитваш това може би е защото	Затопляне / обяснение	✓
M8	Тест – „От кой тип си?“	от кой тип си, какво ти пречи да постигнеш...	Интеракция / вовличане	✓
M9	Мини разказ от името на клиент	емоционален	Повторна оферта / затопляне	✓
M10	Ритуал / рутина с продукт или услуга	описани стъпките на трансформацията	Край на кампания / оферта	✓
M11	Историята зад създаването	история на създаване	Затопляне / бранд разказване	✓
M12	Как започва трансформацията	разказ какво чувстваш и	Преход между затопляне и оферта	✓

	с мен	можеш като ползваш услугата		
LW1	Мотивиращо съдържание (понеделник)	събуждащо	Затопляне / лична връзка	✓
LW2	Образователно съдържание (вторник/четвъртък)	тема- изброени точки с полезна информация	Структура / стойност	✓
LW3	Подкаст промо (сряда)	промотиране на безплатен продукт	Разпознаваемост / навик	✓
O1	Оферта с пълна сила (продукти)		Оферта / търговска комуникация	✓
O2	Оферта с пълна сила (услуги)		Оферта / търговска комуникация	✓
O2 MINI	Мини оферта за продукти		Бързо вдъхновение / импулс	✓
O2 MINI	Мини оферта за услуги		Емоционална връзка / вход към оферта	✓

за сайта:

Код	Матрица	ОПИСАНИЕ	Фаза
LW1	Мотивиращо съдържание (понеделник)	събуждащо	Затопляне / лична връзка
LW2	Образователно съдържание (вторник/четвъртък)	тема- изброени точки с полезна информация	Структура / стойност
LW3	Подкаст/блог/гайд промо	промотиране на безплатен продукт	Разпознаваемост / навик
M4	Възражение – 4 поста		Справяне с възражения
M1	Клиентска болка → Трансформация с теб	болка/мечта- разбирам-имам решение	Затопляне

M2	Адаптирана обратна връзка	преразказ на клиентски успех/удовлетвореност	Затопляне / оферта
M3	Представи си... (емоционална трансформация)	представи си- почувствай трансформацията	Затопляне
M5	Сравнение / Трансформация	от т. а в т. в	Доказателство / затопляне
M6	Сравнение на продукти / услуги / тарифи	между мои, средни, скъпи на пазара	Оферта / повторна оферта
M7	Скритите причини зад проблемите	ако изпитваш това може би е защото	Затопляне / обяснение
M8	Тест – „От кой тип си?“	от кой тип си, какво ти пречи да постигнеш...	Интеракция / затопляне
M9	Мини разказ от името на клиент	емоционален	Повторна оферта / затопляне
M10	Ритуал / рутина с продукт или услуга	описани стъпките на трансформацията	Край на кампания / оферта
M11	Историята зад създаването	история на създаване	Затопляне / бранд разказване
M12	Как започва трансформацията с мен	разказ какво чувстваш и можеш като ползваш услугата	Преход между затопляне и оферта
O1	Оферта с пълна сила (продукти)		Оферта / търговска комуникация
O2	Оферта с пълна сила (услуги)		Оферта / търговска комуникация
O2 MINI	Мини оферта за продукти		Бързо вдъхновение / импулс/оферта
O2 MINI	Мини оферта за услуги		Емоционална връзка / вход към оферта
V Framework	Възражения, доверие, спокойствие		възражения/ затопляне/ повторение на оферта

Всички рамки по които работих:

Рамка	Разшифровка	Фокус/сила		Допълнение
PAS	Problem – Agitation – Solution	Емоционално въвличане и обещание за решение	M1, M7, M5, M2	затопляне
BAB	Before – After – Bridge	Контраст и логичен преход от болка към решение	M7/M8, M1, M5, M9	запотляне
4P	Picture – Promise – Proof – Push	Комбинация от визуализация, резултат и социално доказателство	галерия от снимки/видео/ M12, M10, M2/ M9, M5/M6, M3	продажба на продукти, продажба на услуги- след оферта
ACC	Acknowledge – Challenge – Conquer	Валидация на съпротивата и покана за избор	„⚠ Рамката ACC се реализира изцяло чрез Матрица 4 – затова не е описана отделно.“	справяне с възражения
QUEST	Qualify – Understand – Educate – Stimulate – Transition	Образователен подход за изграждане на авторитет	LW2, M7/M8, LW3, LW1, M5	Изграждане на взаимоотношения, доверие, авторитет, обучение на нов продукт
G.R.A.B.	Grab – Relate – Amplify – Boost	Бързо грабване на вниманието с емоционален ръст	да я ползвам за райл-матрица	
D.I.C.E.	Drill – Irritate – Cure – Energize	Остър сблъсък с проблем, разрешение и активиране		
PSPA	Problem – Solution – Proof – Action	Стратегически и балансиран път от	M1, M7, M6, M8, M2, M9,	моята система. продажба на услуги- гарантирано силно затопляне

Рамка	Разшифровка	Фокус/сила		Допълнение
		проблем до действие	M10, M5, M3 M12	
SLAP	Stop – Look – Act – Purchase	Бързо задействане на вниманието и продажбата	за рийл матрица	
DRSAB	Define – Relate – Solve – Act – Benefit	Конструктивно решаване с финален фокус върху ползата	мини фуния за водене към затворено общество ,рийл матрица	водене към топла аудитория
V Framework	Води аудиторията през пет фази: мост → избор → принадлежност → доказателства → огледало	<i>.Подходяща за създатели, които продават чрез разбиране, не убеждаване.</i>	M1, M3, M5, M6, M9, M10, M11, M12.	възражения, изграждане на взаимоотношения <i>Стратегическа рамка за емпатично общуване, справяне с възражения и изграждане на принадлежност без натиск.</i>

Финални текстове и настройки

Предложен текст за описание на Навигатора:

Работиш с 7 основни рамки (фунии), които служат за стратегическа подредба на публикациите според целта:

- PAS – емоционално въвличане и нужда от промяна
- BAB – контраст между „преди“ и „след“
- 4P – визуализация, резултат, доказателство, покана
- QUEST – образователен подход с доверие и авторитет
- PSPA – балансирана система за затопляне и продажба
- ACC – използва се чрез Матрица 4
- **V Framework-** – възражения, доверие, спокойствие.

📌 Официалното описание и инструкции за всички рамки се намират в документа „**Фунии – Рамки и Инструкции (юли 25)**“. Всички параметри, матрици и СТА са въведени устойчиво от този документ.

✅ Когато се избере рамка, ти:

1. Избираш подходящите матрици;
2. Следваш етапите на рамката; Създаваш матриците една по една.
3. Предлагаш съдържание по структурата;
4. Уважаваш спецификите на СТА за всяка рамка;
5. При заявка, може да предложиш и форма (Reels, карусел и др.).

⚠️ Никога не заменяш съдържанието на матрица с рамкова логика – рамката служи за подредба, не за подмяна.

Финални рамки, които влизат в навигатора- юли 25

Рамка	Разшифровка	Фокус/сила	матрици	Допълнение
QUEST	Qualify – Understand – Educate – Stimulate – Transition	Образователен подход за изграждане на авторитет	LW2, M7/M8, LW3, LW1, M5	Изграждане на взаимоотношения, доверие, авторитет, обучение на нов продукт
ACC	Acknowledge – Challenge – Conquer	Валидация на съпротивата и покана за избор	⚠️ Рамката ACC се реализира изцяло чрез Матрица 4 – затова не е описана отделно."	справяне с възражения
BAB	Before – After – Bridge	Контраст и логичен преход от	M7/M8, M1, M5, M9	запотляне. в комбинация с ACC постига силно въздействие

Рамка	Разшифровка	Фокус/сила	матрици	Допълнение
		болка към решение		
PAS	Problem – Agitation – Solution	Емоционално въвлечане и обещание за решение	M1, M7, M5, M2	затопляне
4P	Picture – Promise – Proof – Push	Комбинация от визуализация, резултат и социално доказателство	галерия от снимки/видео/ M12, M10, M2/ M9, M5/M6, M3	продажба на продукти, продажба на услуги- след оферта
PSPA	Problem – Solution – Proof – Action	Стратегически и балансиран път от проблем до действие	M1, M7, M6, M8, M2, M9, M10, M5, M3 M12	моята система. продажба на услуги- гарантирано силно затопляне
V Framework	Води аудиторията през пет фази: мост → избор → принадлежност → доказателства → огледало	<i>.Подходяща за създатели, които продават чрез разбиране, не убеждаване.</i>	M1, M3, M5, M6, M9, M10, M11, M12.	възражения, изграждане на взаимоотношения <i>Стратегическа рамка за емпатично общуване, справяне с възражения и изграждане на принадлежност без натиск.</i>

рамка 1

РАМКА PAS (Problem – Agitation – Solution)

Етап	Цел	Какво правим	Подходящи матрици	Разширения
Problem	Да накараме читателя да се припознае в реален проблем	Назоваваме болката, ситуацията, пропуска	✅ M1, ✅ M7	

Етап	Цел	Какво правим	Подходящи матрици	Разширения
Agitation	Да задълбочим усещането, да покажем цена на статуквото	Покачваме напрежението – лична история, усещане за застой, пропуснати възможности	✅ M5 (реалната!), ✅ M9	
Solution	Да покажем, че има конкретно решение и път напред	Преход към метод, програма или действие, което води до промяна	✅ M2, ✅ M12, понякога M3	

Как работи рамката PAS:

1. **PROBLEM** → „Това, което преживяваш, не е случайно. Има причина.“

- Използваме **M1** за болка и възможна трансформация.
- Или **M7**, ако искаме да покажем по-дълбок причинен модел.

2. **AGITATION** → „Не само че това се случва, но има и цена.“

- Използваме **M5**, за да покажем разликата между точка А и точка Б, но спираме на точка А, за да натежи.
- Или **M9**, за да разкажем през емоцията на друг клиент, който е бил в тази болка.

3. **SOLUTION** → „Ето как изглежда пътят напред.“

- Използваме **M2** (кратък разказ с решение и резултат),
- или **M12**, ако искаме да покажем как започва трансформацията.

✅ Примерна последователност от 3 поста по PAS:

Пост	Матрица	Съдържание
1. Problem	M1	Клиентката усеща, че се труди, но няма резултат. Често сменя посоката.
2. Agitation	M5	През лична история – „Преди не знаех къде да започна... днес...“

Пост	Матрица	Съдържание
3. Solution	M12	Как започна пътят с мен – първите стъпки, които дадох на надежда.

рамка 2

РАМКА BAB (Before – After – Bridge)

Етап	Цел	Какво правим	Подходящи матрици	Разширения
Before	Да опишем живота/състоянието „преди“ – познато, болезнено, ограничаващо	Показа се точка А – усещане, поведение, реалност	✅ M1, ✅ M5	
After	Да дадем контраст – как изглежда животът/усещането след трансформацията	Показа се точка Б – вдъхновение, лекота, резултат	✅ M3, ✅ M2	
Bridge	Да представим как се стига от А до Б – твоят метод, подход, програма	Показа се връзката – какво да се направи	✅ M12, ✅ O2 MINI	

Как работи рамката BAB:

- BEFORE** → „Така изглеждаше преди. Мислех, че това е нормално.“
 - Използваме **M1**, за да назовем болката, но без решение.
 - Или **M5**, за да опишем точка А с яснота и тежест.
- AFTER** → „А днес? Всичко е различно – ето как се чувствам.“
 - Използваме **M3**, за да създадем емоционална представа за новото състояние.
 - Или **M2**, ако имаме реална история или обратна връзка.
- BRIDGE** → „Как се случи тази промяна? С моя метод / програма / път.“
 - Използваме **M12**, за да опишем началото на трансформацията.
 - Или **O2 MINI**, ако искаме директен и вдъхновяващ търговски преход.

Примерна последователност от 3 поста по BAB:

Пост	Матрица	Съдържание
1. Before	M1	„Преди се чувствах изгубена сред идеи. Работех много, но без посока.“
2. After	M3	„Сега усещам лекота. Знам какво и защо правя. Всеки месец виждам резултатите.“
3. Bridge	M12	„Промяната започна, когато се включих в програмата, която ме подреди отвътре навън.“

Ключова разлика спрямо PAS:

- При **BAB**, **контрастът** е водещ – показваме точка А и точка Б, за да създадем усещане за **възможност**.
- При **PAS**, **напрежението** се трупа, докато читателят усеща нужда от промяна.

Рамка 3

„!⚠ Рамката ACC се реализира изцяло чрез Матрица 4 – затова не е описана отделно.“

Рамка 4

РАМКА 4P (Picture – Promise – Proof – Push)

Етап	Цел	Какво правим	Подходящи матрици	Разширения
Picture	Да грабнем вниманието чрез визия, усещане или разпознаване	Галерия от картини, усещания, визуални сцени. Може и със снимки/рийл	✅ M12, ✅ M10	
Promise	Да представим конкретна полза от продукта/услугата	Описание на резултата – какво ще получи клиентът и как ще се чувства	✅ M2, ✅ M9	
Proof	Да дадем увереност, че други	Социално доказателство – обратна връзка,	✅ M5, ✅ M6, ✅ O1	

Етап	Цел	Какво правим	Подходящи матрици	Разширения
	също са доволни и офертата е силна	примери, сравнения, оферта		
Push	Да го накараме да си го представи и да предприеме действие	Представи си, че вече го ползваш – лекота, резултат, удовлетворение + СТА	✅ M3, ✅ O1	

Как работи рамката 4P:

- **Picture** → „Представи си... или виж как изглежда този свят.“
– Използваме **M12** или **M10**, за да покажем входа към преживяването.
- **Promise** → „Какво ще получиш, ако избереш този продукт/услуга.“
– Използваме **M2** (трансформация) или **M9** (емоционален резултат).
- **Proof** → „И други като теб вече го направиха – виж.“
– Използваме **M5** (контраст с преди), **M6** (доказателства) и **O1** (силно предложение с аргументи и структура).
- **Push** → „Представи си себе си вътре в това... и действай.“
– Използваме **M3** (емоционален преход + покана) и **O1** (призив към действие с ясна оферта).

✅ Примерна последователност от 4 поста по 4P:

Пост	Матрица	Съдържание
1. Picture	M12	Визуален рийл – как изглежда денят с тази услуга/продукт.
2. Promise	M2	„Какво получаваш: яснота, структура, резултат – още от първия месец.“
3. Proof	M5+O1	Офертата в дълбочина – какво включва, за кого е, какво решава, примери.
4. Push	M3 + O1	„Представи си, че вече си вътре... заяви участие тук.“

За какво е особено подходяща 4P:

- **След обявяване на оферта**, за да задълбочиш разбиране, доверие и действие.
- **Продажба на услуги и продукти**, чрез визуализация, примери и аргументи.

- **Мултиформатна употреба:** Reels, карусели, сторита, секвенция от постове.

рамка 5

RAMKA QUEST (Qualify – Understand – Educate – Stimulate – Transition)

Етап	Цел	Какво правим	Подходящи матрици
Qualify	Да покажем, че разпознаваме точно определен тип хора и ситуации	Адресираме проблем или нагласа с разбиране и без осъждане	✅ LW2, ✅ M7
Understand	Да потвърдим, че виждаме дълбочината и причините за ситуацията	Показваме, че разбираме мисленето/механизма – с пример, модел, преживяване	✅ M7, ✅ M8
Educate	Да внесем яснота по тема, която вълнува или обърква аудиторията	Обяснение, принцип, инсайт – 1 ясно послание, без претоварване	✅ LW3
Stimulate	Да провокираме размисъл или идентификация	Въпрос, лична история, наблюдение – за да предизвика реакция или вътрешен диалог	✅ LW1
Transition	Да създадем мост към следваща стъпка, без натиск или натрапчивост	Навигация към следващ пост, подкаст, разговор или мисъл	✅ M5, ⚠️ СТА по инструкция

Как работи рамката QUEST:

1. **QUALIFY** → „Това е за хора, които...”
 - Използваме **LW2**, за да покажем, че знаем с кого говорим и защо.
2. **UNDERSTAND** → „Причината да се чувстваш така е тази...”
 - Използваме **M7** или **M8**, за да покажем модел, логика, преживяване.
3. **EDUCATE** → „Нека ти покажа нещо, което ще ти даде яснота.”
 - Използваме **LW3** – едно послание, без да пренасяме.

4. **STIMULATE** → „Как ти звучи това? Познато ли е?“
 - Използваме **LW1**, за да провокираме реакция, без да изискваме.
5. **TRANSITION** → „Ще продължим темата утре. Или чуй епизод 63.“
 - Използваме **M5** за финален пример или наблюдение
 - **СТА-то трябва да бъде меко и навигиращо** (виж бележката по-долу)

Важно уточнение за СТА:

При QUEST рамката не се използва класически търговски призив.

СТА-то трябва да бъде **естествен завършек или покана към следваща стъпка**, като:

- „Говоря по темата и в епизод 64.“
- „Утре ще продължим тук.“
- „Как ти звучи това?“

Изрази като „купи“, „включи се“, „резервирай“ **не са подходящи за тази рамка.**

Примерна последователност от 3 поста по QUEST:

Пост	Матрица	Съдържание
1. Qualify + Understand	LW2 + M7	„Понякога си толкова отдаден, а усещането е, че никой не чува. Това не е твоя вина.“
2. Educate + Stimulate	LW3 + LW1	„Хората реагират не когато виждат усилието, а когато се разпознаят. Затова...“
3. Transition	M5	„В следващия пост – кои 3 типа съдържание водят до възвръщане на доверието.“

За какво е особено подходяща рамката QUEST:

- Когато **аудиторията е пасивна или студена**
- При **изграждане на нов профил или нов продукт**
- За **възстановяване на връзка** след период на прегаряне
- При нужда от **задълбочаване, авторитет и доверие**
- Като **образователна поредица, без натрапчив търговски тон**

РАМКА PSPA (Problem – Solution – Proof – Action)

Етап	Цел	Какво правим	Подходящи матрици
Problem	Да покажем позната болка или модел, който задържа клиента	Назоваваме ситуация, блокаж, мисловна грешка или болезнен етап	✅ M1, ✅ M7
Solution	Да представим решението и пътя към промяна	Показваме подход, програма, нов модел, лична трансформация	✅ M8, ✅ M2, ✅ M9
Proof	Да докажем, че решението работи и носи резултати	Социално доказателство: обратна връзка, сравнение, преди/сега, демо	✅ M6, ✅ M5, ✅ M10
Action	Да активираме действие – включване, заявка, записване	Емоционално въображение + силен СТА – призив към включване/участие	✅ M3, ✅ M12

Как работи рамката PSPA:

- 1. PROBLEM** → „Знаеш това усещане – работиш, стараеш се, а нещо не се случва?“
– Използваме **M1** за конкретна болка или **M7** за по-дълбок модел.
- 2. SOLUTION** → „Ето защо се случва... и какво може да промени всичко.“
– **M8** и **M2** показват метода,
– **M9** го прави чрез преживяване на клиент.
- 3. PROOF** → „И не само ти – ето как изглежда резултатът за другите.“
– **M6** показва факти,
– **M5** дава контраст,
– **M10** – визуален/емоционален ефект.
- 4. ACTION** → „Представи си, че започваш днес. Готова ли си?“
– **M3** създава емоционална покана,

- **M12** формулира директен СТА,
- Може да се използва и **O1**, ако искаш усилено затваряне.

✓ Примерна последователност от 4 поста по PSPA:

Пост	Матрица	Съдържание
1. Problem	M1	„Работиш нонстоп, но винаги остава едно усещане – „не съм там, където искам.“
2. Solution	M2	„Всичко се промени, когато започнах да мисля и действам по конкретна рамка.“
3. Proof	M9	„Ето какво каза клиентка ми – „От първата седмица разбрах, че това е моето място.“
4. Action	M12	„Искаш ли да си вътре в тази промяна? Групата е отворена – запиши се тук.“

💡 За какво е особено подходяща PSPA:

- Продажба на услуги, програми и консултации
- Силно затопляне преди отваряне на врати
- Като стратегическа серия в stories, карусели или Reels
- Когато имаме пълна яснота какво предлагаме и на кого
- При готова оферта, която искаме да валидираме през доверие и резултати

⚠ Бележка за Навигатора:

PSPA е най-силната рамка за търговска комуникация с емоционална дълбочина.

Препоръчва се за клиенти, които искат да постигнат **затопляне с реално преминаване към продажба**, без да звучат агресивно.

Може да се реализира **като серия, карусел, видео или смесено съдържание с Reels + постове**.

Навигаторът може да използва **всички налични матрици от системата**, когато те изпълняват горната логика.

V Framework – Възражения, доверие, спокойствие

Цел:

Да премахне съпротивата и неувереността, за да отвори път към доверие и осъзнат избор.

Кога се използва:

- Преди затопляне – за успокояване и човешко разбиране.
- Преди или след оферта – за стабилизиране на вниманието и потвърждаване на избора.

Съдържа 5 елемента:

1. Меню без натиск
2. Въпрос вместо поучаване
3. Истории като тригери
4. Аналогии и принадлежност
5. Подчертаване на бездействието

Тип енергия:

Спокойна, емпатична, уверена.

Не убеждава — *разтваря*.

ЗА ОБМИСЛЯНЕ

райл рамки- може да се ползват и други. тях ще наречем форми. долу има описание на разговора

G.R.A.B.	Grab – Relate – Amplify – Boost	Бързо грабване на вниманието с емоционален ръст	да я ползвам за райл- матрица	
----------	------------------------------------	---	----------------------------------	--

SLAP	Stop – Look – Act – Purchase	Бързо задействане на вниманието и продажбата	за рийл матрица	
DRSAB	Define – Relate – Solve – Act – Benefit	Конструктивно решаване с финален фокус върху ползата	мини фуния за водене към затворено общество ,рийл матрица	водене към топла аудитория

ето до къде сме с обсъждането

Въведи втори слой логика: **“ФОРМА на съдържание”**

Нека Навигаторът прави разлика между:

- **Матрицата (същност/стойност)**
- **Рамката (стратегическа логика)**
- **Формата (визуално изразяване)**

◆ Така ще можеш да кажеш:

„Искам матрица M2, използвана в рамка G.R.A.B., във **формат Reels** (или карусел).“

Това разделя ясно мисленето:

- Матрицата дава какво да кажем
- Рамката – как да го подредим
- Формата – как да го покажем

Как да се реализира в Навигатора:

1. Добави поле **“Желана форма на съдържание”**

- Избори: Reels / Сторита / Карусел / Класически пост
- Може да се включи още на ниво вход или като избор след матрицата

2. При Reels – добави подмодул **„структура за визуално съдържание“**

- Например:
 - G.R.A.B. → кадър 1: кука | кадър 2: идентификация | кадър 3: емоция | кадър 4: покана
 - PSPA → кадър 1: проблем | кадър 2: решение | кадър 3: резултат | кадър 4: СТА

3. Остави матрицата **непокътната**

– GPT изважда подходящи изречения от нея или генерира адаптиран вариант за рийл, без да подменя ядрото.

Пример:

Запитване:

- Искам публикация по матрица M2
- Да стъпи на рамка G.R.A.B.
- Да бъде Reels
- Цел: да покажа обратна връзка + покана към пиннат пост

Какво прави GPT:

1. Извлича ключови реплики от M2 (болка + трансформация)
 2. Подрежда ги в 4-те части на G.R.A.B.
 3. Предлага визуална структура за рийла:
 - Кадър 1 (Grab): "Не съм за тази среда. Прекалено е шумно."
 - Кадър 2 (Relate): "И аз така мислех..."
 - Кадър 3 (Amplify): "...докато не чух думите, които промениха всичко: 'не си сама'."
 - Кадър 4 (Boost): "Разказвам повече в пиннатия пост ↑"
-

Какво печелиш:

- Матриците остават **автентични и проверими**
- Навигаторът става **визуално интелигентен**
- Можеш да подготвяш **кампании с микс от форми** без объркване