

кука+ резултат

за gpt

Хук + резултат: Категоризирана библиотека

Разделяме готовите заглавия от типа **X→P** в категории, за да можеш лесно да избираш подходяща формула:

Категория: Ограничения → Победа

- „Тя нямаше време за учене.“ → „Сега продава по 1 оферта на месец с лекота.“
- „Беше сигурна, че не може да работи с по-високи цени.“ → „Сега има листа с чакащи.“
- „Прекалено заета, за да подредиш нещата?“ → „Виж какво направи клиентка с 3 деца и пълен календар.“

Категория: Съмнение → Доказателство

- „Звучи като клише...“ → „...но точно така клиентка напълни програмата си за 6 дни.“
- „Никой не иска да го чуе...“ → „...но след това започват продажбите.“
- „Звучи грубо, но трябва да го чуеш.“ → „Така клиентка започна да изкарва пари от най-силния си продукт.“

Категория: Грешно вярване → Истинско решение

- „Твоят бранд не е проблемът.“ → „Търговската ти стратегия е.“
- „Знаеш ли какво отблъсква умни клиенти?“ → „Грешната комуникация.“

- „Най-честата грешка в продажбите днес?“ → „Да звучиш като всички останали. Ето как я поправихме.“

Категория: Драматичен контраст

- „Първо създаде хаос.“ → „После създаде най-добрия си продукт.“
- „Тя се въртеше в кръг от 3 години.“ → „След 1 месец работа – има устойчиви продажби.“
- „Истината е, че още не си започнала да продаваш.“ → „Но тази малка промяна ѝ донесе 1400 лв за 2 дни.“

Категория: Прекалено добре, за да е истина?

- „Звучи прекалено добре?“ → „Е, всъщност – звучи стратегически.“
- „Това не е за всеки.“ → „Но една жена създаде бизнес без прегаряне и вече има опашка от клиенти.“
- „Най-подцененото решение в бизнеса?“ → „Създаване на система. Не още един курс.“

Допълнителни примери (микс от категории)

- „Ти нямаше...“ → „Сега...“ (кат. Ограничения → Победа)
- „Да си майка не значи да спреш да растеш.“ → „Тази клиентка направи офертата си за 3 часа.“
- „Тя не вярваше, че някой ще плати за това.“ → „Първите 3 клиента дойдоха от 1 пост.“
- „Стига вече с техниките за привличане на внимание.“ → „Истинската магия е в добрата оферта.“
- „Никой не купува сложни неща.“ → „Виж как я опростихме и увеличихме печалбата.“
- „Беше напълно изгубена.“ → „Сега има пътека, клиентски аватар и 4 готови поста.“

- „Страхуваш се да звучиш прекалено професионално?“ → „Точно това я отличи.“
- „Промени един ред в описанието си.“ → „И клиентите ѝ спряха да задават глупави въпроси.“
- „Прекалено много знания. Прекалено малко структура.“ → „Как Ива подреди съдържанието си и почна да продава.“
- „Все още ли се опитваш да угодиш на всички?“ → „Виж какво се случи, когато клиент избра точната си аудитория.“
- „Ако не ти се продава – чети това.“ → „Така Ива създаде система, която продава вместо нея.“
- „Когато спреш да чакаш вдъхновение...“ → „...бизнесът ти започва да работи наистина.“
- „Ако само това се промени...“ → „...ще имаш повече яснота, пари и спокойствие от (време) нататък.“

- **„Звучи като клише...“ → „...но точно така клиентка (постигна) (целите си) за (срок).“**

„Звучи като клише...“ → „...но точно така клиентка напълни програмата си за 6 дни.“

- **„Никой не иска да го чуе...“ → „...но след това започват (изпълнената цел/мечта)“**

„Никой не иска да го чуе...“ → „...но след това започват продажбите.“

- **„Твоят (нещо което клиентът цени) не е проблемът.“ → „(Решението, което му трябва и ев поста) е.“**

„Твоят бранд не е проблемът.“ → „Търговската ти стратегия е.“

- **„Тя нямаше ...(мечнатото).“ → „Сега..... постига по..... за време с лекота**

„Тя нямаше време за учене“ → „Сега продава по 1 оферта на месец с лекота.“

- **„Прекалено..... характеристика на клиент, за даправи.....като.... роля която не харесва?“ → „Ето как постигнахме..... мечтата за..... време.**

„Прекалено умна, за да продава като инфлуенсърка?“ → „Ето как направихме бранд за зрели клиенти.“

- **„Беше сигурна, че не може предизвикателство.“ → „Сега има мечтаното.“**

„Беше сигурна, че не може да работи с по-високи цени.“ → „Сега има листа с чакащи.“

- **„Първо създадепървата част от трансформацията“ → „После създаде най- мечтания резултат.“**

„Първо създаде хаос...“ → „После създаде най-добрия си продукт.“

- **„Страхуваш секак ще изглеждаш в очите на другите?“ → „Точно това я промени...“**

„Страхуваш се да звучиш прекалено професионално?“ → „Точно това я отличи.“

- **„Истинският въпрос не е какво предлагаш.“ → „А кой иска това точно сега.“**

„Истинският въпрос не е какво предлагаш.“ → „А кой иска това точно сега.“

- **„Тя се въртеше в кръг време.“ → „След време – има мечтания резултат.“**

„Тя се въртеше в кръг от 3 години.“ → „След 1 месец работа – има устойчиви продажби.“

- „Знаеш ли какво отблъсква мечтания клиент?“ → „Основната заблуда/грешка/закостеняло мнение.“

„Знаеш ли какво отблъсква умни клиенти?“ → „Грешната комуникация.“

- „Твоето ...темпо/стратегия/решение е ок.“ → „Но ...целта ти има нужда от решението.“

„Твоето темпо е ок.“ → „Но бизнесът ти има нужда от система.“

- „Тя промени 1 нещо.... в работата/стратегията/ плановите/ комуникацията .“ → „И клиентите ѝ мечтаната промяна.“

„Промени един ред в описанието си.“ → „И клиентите ѝ спряха да задават глупави въпроси.“

- „Прекалено много Прекалено малко“ → „Как клиент подреди си ипостигна целите си.“
- „Прекалено много знания. Прекалено малко структура.“ → „Как Ива подреди съдържанието си и почна да продава.“
- „Да ситипичния клиент не значи да.... се откажеш от мечтата/ челта си.“ → „Тази клиентка ... постигна резултата за време.“
- „Да си майка не значи да спреш да растеш.“ → „Тази клиентка направи офертата си за 3 часа.“
- „Тя не вярваше, че ...минимален резултат.“ → „Първитеползи дойдоха от минимално усилие, едно действие/форма на лекота.“

„Тя не вярваше, че някой ще плати за това.“ → „Първите 3 клиента дойдоха от 1 пост.“

- „Стига вече с клиширани послания в конкретната сфера“ → „Истинската магия е моето решение/продукт/ услуга....“

„Стига вече с техниките за привличане на внимание.“ → „Истинската магия е в добрата оферта.“

- „Никой не купува сложни/скъпи/ трудни неща.“ → „Виж как я опростихме ипосттигнахме мечтатата цел.“

„Никой не купува сложни неща.“ → „Виж как я опростихме и увеличихме печалбата.“

- „Беше напълнонегативнен статус на клиента.“ → „Сега има3 мечтани цели.“

„Беше напълно изгубена.“ → „Сега има пътека, клиентски аватар и 4 готови поста.“

- „Звучи прекалено добре?“ → „Е, всъщност – звучи стратегически/ истински/женствено/ емоционално.“
- „Звучи прекалено добре?“ → „Е, всъщност – звучи стратегически.“

„Звучи нетипичен начин на говорене, но трябва да го чуеш.“ → „Така клиентка започна да мечтаната цел от най-силния си продукт.“

„Звучи грубо, но трябва да го чуеш.“ → „Така клиентка започна да изкарва пари от най-силния си продукт.“

- „Все още ли се опитваш да угодиш на всички?“ → „Виж какво се случи, когато клиент избра подходът описан в поста.“

„Все още ли се опитваш да угодиш на всички?“ → „Виж какво се случи, когато клиент избра точната си аудитория.“

- „Това не е за всеки.“ → „Но.... тип хора на които искаме да приличаме.... създаде ...мечта 1 и мечта 2.“

„Това не е за всеки.“ → „Но една жена създаде бизнес без прегаряне и вече има опашка от клиенти.“

- „Най-честата грешка в.... моята сфера/бранш днес?“ → „....Грешката посочена в поста.... Ето как я поправихме.“

„Най-честата грешка в продажбите днес?“ → „Да звучиш като всички останали. Ето как я поправихме.“

- „Ако мразиш да.... – прочети това.“ → „Или как клиент създаде/ организира/ зарадва.... с мечтаното от него решение.“

„Ако не ти се продава – чети това.“ → „Така Ива създаде система, която продава вместо нея.“

- „Прекалено заета/уморена/, за да подредиш нещата... мечтания резултат?“ → „Виж какво направи клиентка с 3 деца и пълен календар.“

- „Прекалено заета, за да подредиш нещата?“ → „Виж какво направи клиентка с 3 деца и пълен календар.“
- „Истината е, че още не си.... стресиращата за клиента дейност.“ → „Но тази малка промяна ѝ донесе мечтаната трансформация за дни.“

„Истината е, че още не си започнала да продаваш.“ → „Но тази малка промяна ѝ донесе 1400 лв за 2 дни.“

- „Когато спреш да чакаш вдъхновение/ промоции/ да ти остане време...“
→ „...мечтата ти се реализира наистина.“

„Когато спреш да чакаш вдъхновение...“ → „...бизнесът ти започва да работи наистина.“

- „Най-подцененото решение в?“ → „предложеното решение в поста.“

„Най-подцененото решение в бизнеса?“ → „Създаване на система. Не още един курс.“

- „Ако само това се промени...“ → „...ще имаш повече- 3 мечти.... от конкретен период от време нататък.“

„Ако само това се промени...“ → „...ще имаш повече яснота, пари и спокойствие от октомври нататък.“

НХ-07 — Action-Proof Hook (АП Хук)

Цел

Да даде максимална яснота и визуална конкретика в първото изречение чрез комбинация от действие + доказателство + контраст + резултат + време.

Формула (BG)

[Кой/за какво] + може/ще + [ДЕЙСТВИЕ] + [ДОКАЗАТЕЛСТВО] +
[КОНТРАСТ/БЕЗ] + [КРАЕН РЕЗУЛТАТ] + [ВРЕМЕ]

Елементи

- **SUBJECT / CLARITY:** кой е адресатът или обектът (напр. „предприемач, който стартира“, „малък бранд“).
- **ACTION:** глагол с движение/правене (виж, тествай, подреди, изгради, валидирай).
- **PROOF:** маркер за реалност (буквално, на живо, веднага, точно, видимо).
- **CONTRAST:** без/вместо/преди да... (без рекламен бюджет, вместо 100 поста, преди да вложиш пари).
- **END-STATE / OBJECTIVE:** целта/обещанието (ясна система, устойчиви продажби, спокоен ритъм).
- **TIME:** времева рамка (днес, за 7 дни, този месец, преди старта).

Шаблон (празни места)

- „[Ти/Вашият + SUBJECT] можеш **буквално** да [ACTION] [OBJECT], преди да [CONTRAST-ACTION] — за [TIME] към [END-STATE].“
- „**Виж** как [SUBJECT] **буквално** [ACTION] — **без** [CONTRAST] — за да имаш [END-STATE] **още** [TIME].“

Кога да се използва

- Първо докосване / реклама / Reels капция / начална слайд-картичка.
- Представяне на нов метод/продукт, когато искаме **действие + доказателство** в едно изречение.
- Когато целим **висока кликаемост** и мигновено разбиране.

Не използвай, ако

- Нямаш конкретен, реалистичен **END-STATE** или **TIME**.

- Трябва дълга аргументация (тогава минаваме към заглавия от тип Story/Insight).

Чеклист (пред публикация)

- Ясно ли е **за кого** е (SUBJECT)?
- Има ли активен **глагол** (ACTION)?
- Има ли **PROOF** маркер („буквално“, „на живо“, „веднага“)?
- Присъства ли **CONTRAST** („без/вместо/преди да...“)?
- Има ли измерим/разпознаваем **END-STATE**?
- Посочено ли е **TIME** (или „още днес/преди...“)?
- Нула клишета, нула свръхобещания.

Примери (готови за ползване)

1. „Започваш бизнес? **Буквално** можеш да **видиш плана си да работи преди да** вложиш пари — за **7 дни** към **ясна система.**“
2. „Малък бранд? **Тествай офертата си на живо, без** рекламен бюджет — за **10 дни** към **стабилни заявки.**“
3. „Предприемач, който стартира: **подреди съдържанието си буквално днес, вместо** 100 хаотични поста — за **30 мин** към **спокоен ритъм.**“
4. „Майка-създател? **Виж как** офертата ти **работи в реално време, без** денонощни сторита — **още тази седмица** към **редовни продажби.**“
5. „Луксозен бранд? **Валидирай позиционирането на живо, преди да** снимаш кампанията — за **48 ч.** към **консистентен премиум тон.**“

Варианти по тон

- **Директен:** „**Виж** офертата си да работи **буквално днес — без** реклами — към **реални заявки за 7 дни.**“
- **Топъл:** „Можеш **тихо и ясно** да видиш как планът ти диша — **преди да** натиснеш старт. **Още тази седмица.**“

- **Луксозен/стратегически: „Валидирай дизайн на растеж в реално време — вместо шум — към изчистено позициониране за 14 дни.“**

Дължина и форма

- 12–18 думи за пост/слайд; до 80 знака за хедлайн; 1 изречение.
 - Допуска се „—“ за фин акцент (CONTRAST → END-STATE).
-

Операционна инструкция (навигация)

Правило НХ-Start:

„При всяко генериране на заглавие Навигаторът **задължително започва** с формулата **НХ-07 — Action-Proof Hook**.

1. Първо опитва 1–3 заглавия по НХ-07.
2. Ако няма силен резултат (липсва някой елемент от чеклиста), преминава към следваща подходяща формула от Title X-R (Хук→Резултат, Драматичен контраст, Съмнение→Доказателство и т.н.).
3. В изхода маркира коя формула е използвана (код) и защо.“