

## Чек-лист от Бориса Шпирта «Проверка эффективности КП для B2B-клиентов»

Отметка	Этапы
V/X	<b>Подготовка</b>
	<b>1. Определить целевую аудиторию и роли получателей КП</b> Известны ли вам ЛПР, его полномочия и мотивация? Кто еще будет читать ваше предложение?
	<b>2. Исследовать клиента через открытые источники</b> Изучили ли вы корпоративный сайт, новости компании, социальные сети? Понимаете ли вы сферу деятельности, размер бизнеса и планы развития клиента?
	<b>3. Сформулировать три уровня проблемы клиента: ПОЧЕМУ-КАК-ЧТО?</b> Определили ли вы стратегический уровень (ПОЧЕМУ), уровень департамента (КАК) и уровень исполнителя (ЧТО)?
	<b>4. Составить карту болей и ценностей клиента</b> Выявили ли вы функциональные, социальные и эмоциональные задачи? Знаете ли конкретные затраты (время, деньги, усилия), которых хочет избежать клиент?
	<b>5. Выбрать правильный формат КП в зависимости от способа использования?</b> Подходит ли формат для самостоятельного чтения или для питча? Соответствует ли баланс визуала и текста формату?
	<b>Структура и содержание</b>
	<b>6. Использовать персонализированное обращение с конкретным именем?</b> Обращаетесь ли вы к получателю по имени и должности? Избежали ли вы обезличенных приветствий?
	<b>7. Начать с резюме предыдущих договоренностей?</b> Напомнили ли вы о встрече или разговоре? Озвучили ли вы запрос клиента в самом начале?
	<b>8. Сформулировали ли вы заголовок, отражающий конкретную выгоду?</b> Содержит ли заголовок суть предложения и ключевое преимущество? Можно ли понять основную идею за 3-5 секунд чтения?
	<b>9. Описать текущую ситуацию клиента на его языке?</b> Используете ли вы специализированную терминологию отрасли клиента? Опишите ли вы проблемы через последствия для его бизнеса?
	<b>10. Представить решение через методологию САВ (Circumstance-Action-Benefit)?</b> Ясна ли цепочка: контекст → ваше решение → конкретные выгоды?
	<b>Ценностное предложение</b>
	<b>11. Использовать язык закрытия болей клиента, а не характеристик?</b> Заменили ли вы технические особенности на конкретную пользу для клиента?
	<b>12. Заменить «мы» на «вы» в 80% текста?</b> Сфокусирован ли текст на клиенте? Пишете ли вы «вы получите» вместо «мы предлагаем»?
	<b>13. Включить количественные показатели результатов?</b> Указаны ли конкретные цифры: проценты увеличения, сокращение времени, снижение затрат? Обоснована ли каждая цифра?
	<b>14. Добавить расчет ROI или экономического эффекта?</b> Показана ли формула возврата инвестиций? Указан ли срок окупаемости в месяцах?