



## Стратегія перемагає тактику: Системний підхід до SaaS-маркетингу

[Confidential Playbook]

Від Jobs-to-be-Done до висококонверсійних Meta Ads.

[Version 3.0]

Створено для Founders & Growth Managers

# 10,000 рядків коду не генерують продажі



**Проблема не у вашому коді. Проблема у відсутності дистрибуції та глибокого розуміння ринку. Ви створюєте «кладовище на GitHub».**

# Маркетинг не врятує погане позиціонування

## Класичний SaaS (Feature-Trap)



- **Ціль:** Зробити «краще» за існуюче.



- **Меседж:** Порівняння фіч та швидкості.



- **Результат:** Кривава конкуренція, демпінг цін.

## Category Design



- **Ціль:** Створити нову категорію («інше»).



- **Меседж:** Розв'язання невидимих проблем ринку.



- **Результат:** Монополія у власній ніші, клієнти самі обирають вас.

Якщо ви не виберете свій ринок свідомо, клієнти зроблять це за вас — і вам це не сподобається. — April Dunford

# Успіх SaaS — це передбачувана геометрія



Інновації — це не гра в рулетку.

Гармонія цих трьох елементів перетворює стартап на лідера категорії.

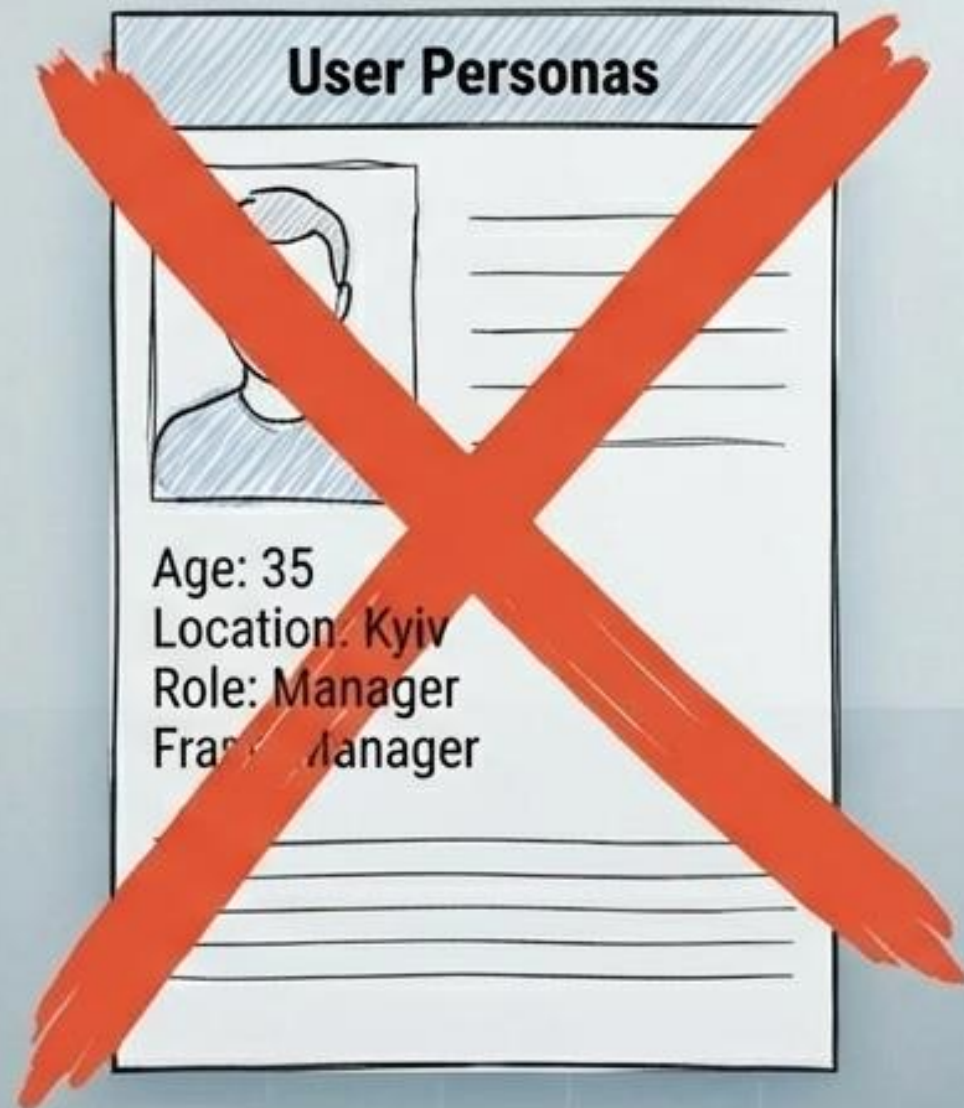
# 8 важелів радикальної диференціації



Перестаньте «викручувати» лише вісь Продукту.

Радикальна диференціація вимагає екстремальних значень на 2-3 інших осях.

# Jobs-to-be-Done: Потреби клієнта – це константи



**Демографія програє:**  
Знання віку клієнта не пояснює,  
чому він купує ваш софт.

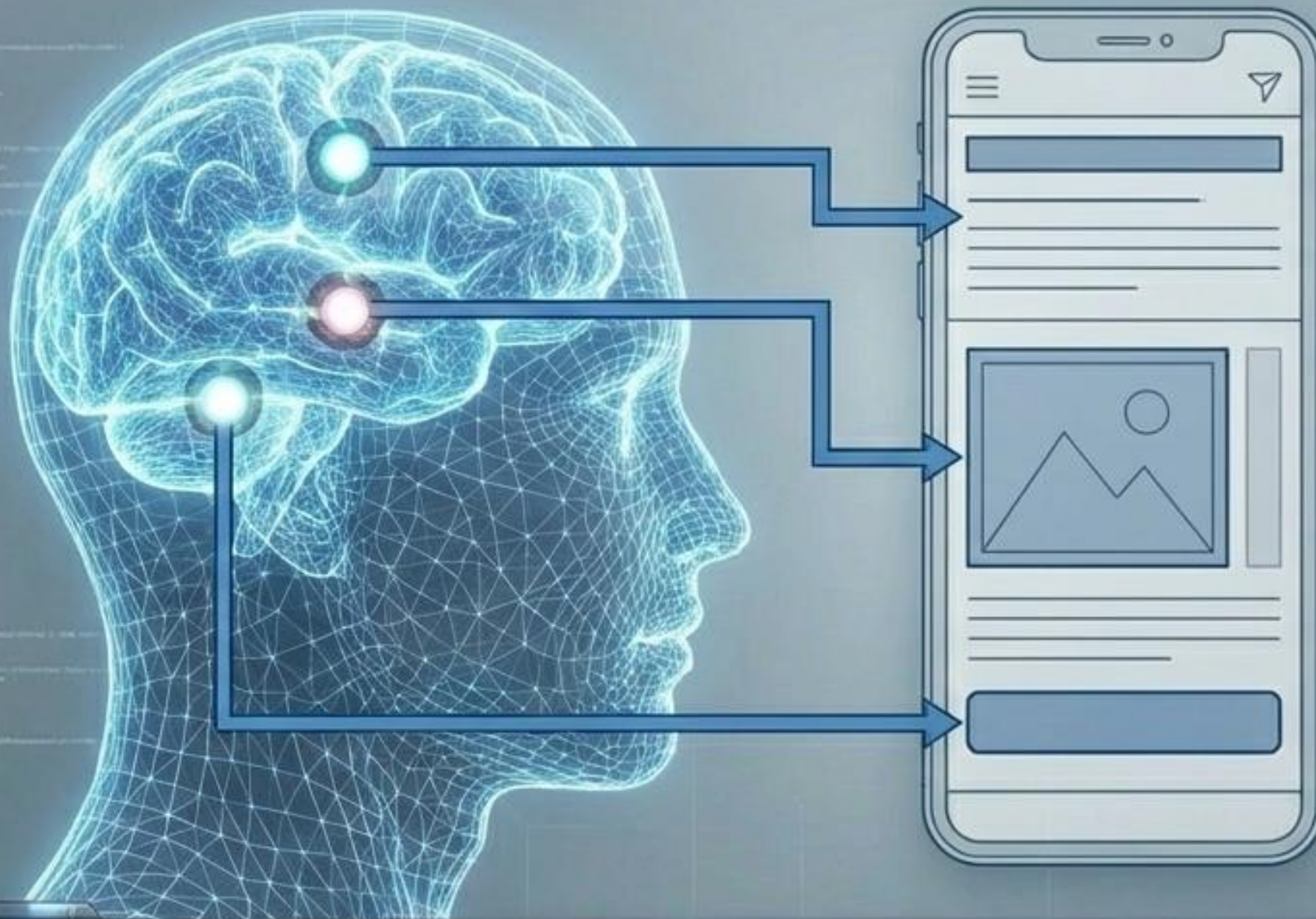
Визначити «роботу», яку клієнт  
намагається виконати.

Виміряти, де існуючі рішення  
не справляються.

Створити фічу виключно  
для цієї прогалини.

**Outcome-Driven Innovation (ODI).**  
Зробіть інновації математикою.

# Когнітивні тригери користувача



**Loss Aversion (Неприйняття втрат):**  
Користувачі більше бояться втратити, ніж хочуть здобути. Прив'язано до **Pain-driven ads**.

**Cognitive Ease (Когнітивна легкість):**  
Чіткі фреймворки знижують тертя при прийнятті рішень. Прив'язано до **Benefit-driven ads**.

**Social Proof (Соціальний доказ):**  
Цифри та логотипи лідерів вимикають скептицизм. Прив'язано до **Bottom-of-Funnel ads**.

## Крок 3 – Креативи для Meta Ads (Playbook)



Це не просто шаблони. Це трансляція вашої JTBD-стратегії  
безпосередньо у стрічку новин клієнта.

# Ад 1: Pain-driven (Біль)



1

## Primary Text:

Ваш SaaS застряг на «0 користувачів» після місяців розробки? Ви витратили 10,000 рядків коду на продукт, про який ніхто не просив. Ви сподіваєтесь, що люди «самі прийдуть», але дистрибуція змушує вас стікати кров'ю. Припиніть будувати в тиші – ви створюєте «кладовище на GitHub». Навчіться визначати ринок через Jobs-to-be-Done, де потреби клієнта – це константи, а не випадкові ідеї.

2

## Headline:

Досить будувати те, що ніхто не купить.

3

## CTA:

Learn More

## Ад 2: Benefit-driven (Вигода)



1

### Primary Text:

Хочете, щоб запуск вашого продукту був у 5 разів успішнішим за конкурентів? Ми перетворили інновації з азартної гри на передбачувану науку. Замість того, щоб вгадувати фічі, використовуйте процес Outcome-Driven Innovation (ODI), який вже допоміг Microsoft та Johnson & Johnson домінувати на ринках. Ви зможете точно визначити, які потреби клієнта недообслужені, ще до написання першого рядка коду.

2

### Headline:

SaaS-успіх став математикою.

3

### CTA:

Download Free Guide

## Ад 3: Curiosity Gap (Цікавість)



1

### Primary Text:

Ви платите «Retry Tax», про який ніхто не говорить? Ви перейшли на дешевших провайдерів, щоб зекономити 90%, але ваші витрати зросли. Чому? Бо кожна помилка AI-моделі – це повторний запит, зайвий час та втрачена довіра клієнта. Те саме стосується вашого продукту: «випадкові фічі» коштують вам дорожче, ніж глибоке дослідження потреб. Дізнайтесь, як Jobs-to-be-Done прибирає приховані втрати вашого бізнесу.

2

### Headline:

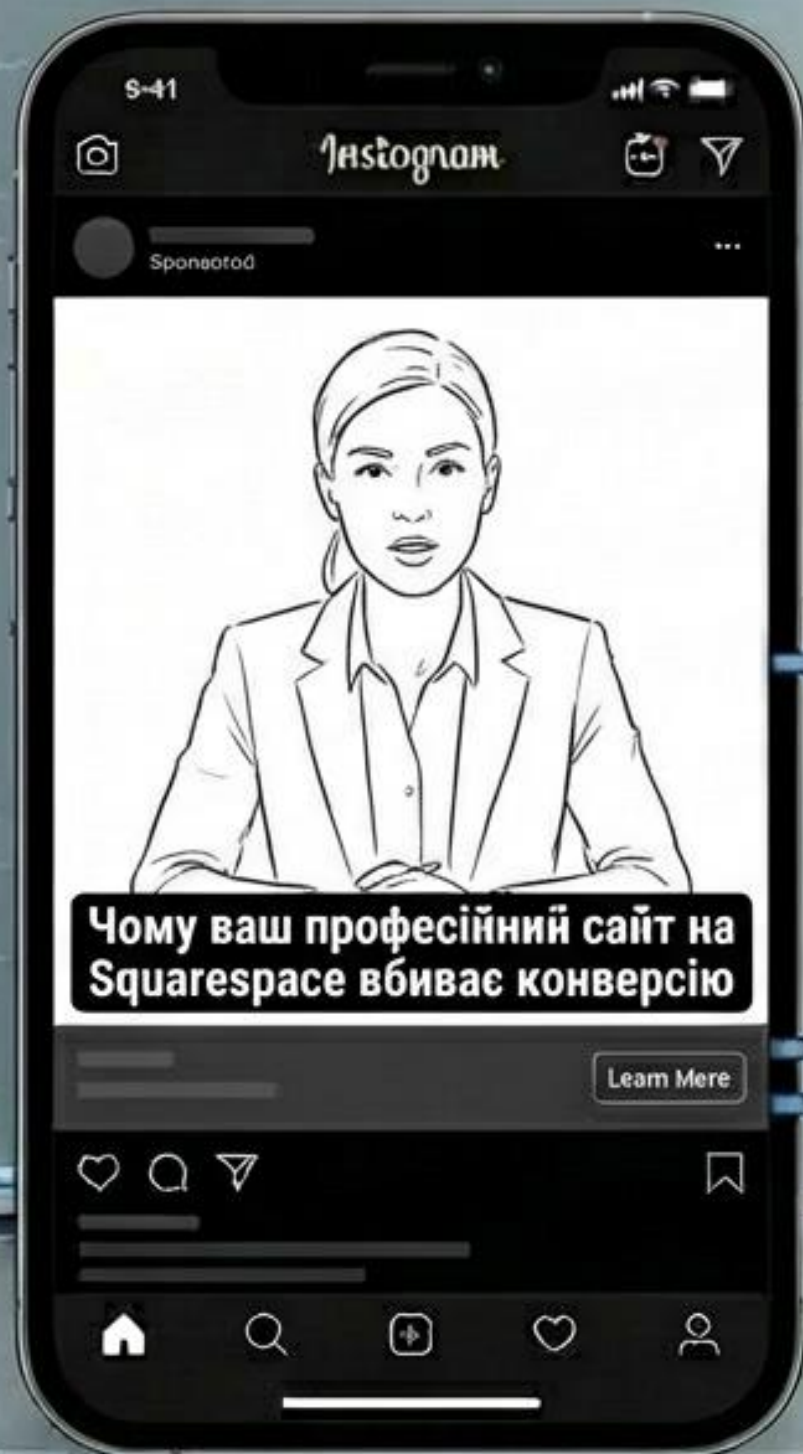
Прихований податок на ваш SaaS.

3

### CTA:

Read More

## Ад 4: Contrarian (Протилежна думка)



1

### Primary Text:

Позиціонування – це НЕ маркетингова вправа. Більшість стартапів думають, що це «теглайн на сайті». Але якщо ви звучите як усі інші, ви – забуті. Позиціонування – це стратегічний контекст, який робить ваші переваги очевидними. Якщо ви не виберете свій ринок свідомо, клієнти зроблять це за вас – і вам це не сподобається.

2

### Headline:

Маркетинг не врятує погане позиціонування.

3

### CTA:

Get Started

## Ад 5: Social Proof (Докази)



1

### Primary Text:

«Ми вирости на 30% за рік завдяки зміні стратегії позиціонування». Arm & Hammer Animal Nutrition випередили конкурентів, бо перестали вгадувати і почали використовувати ODI. Cordis Corporation збільшила частку ринку з 2% до 20% і створила індустрію на мільярд доларів. Використовуйте методологію, перевірену в 1000+ проектах, щоб ваш продукт став номером 1 або 2 у своїй категорії.

2

### Headline:

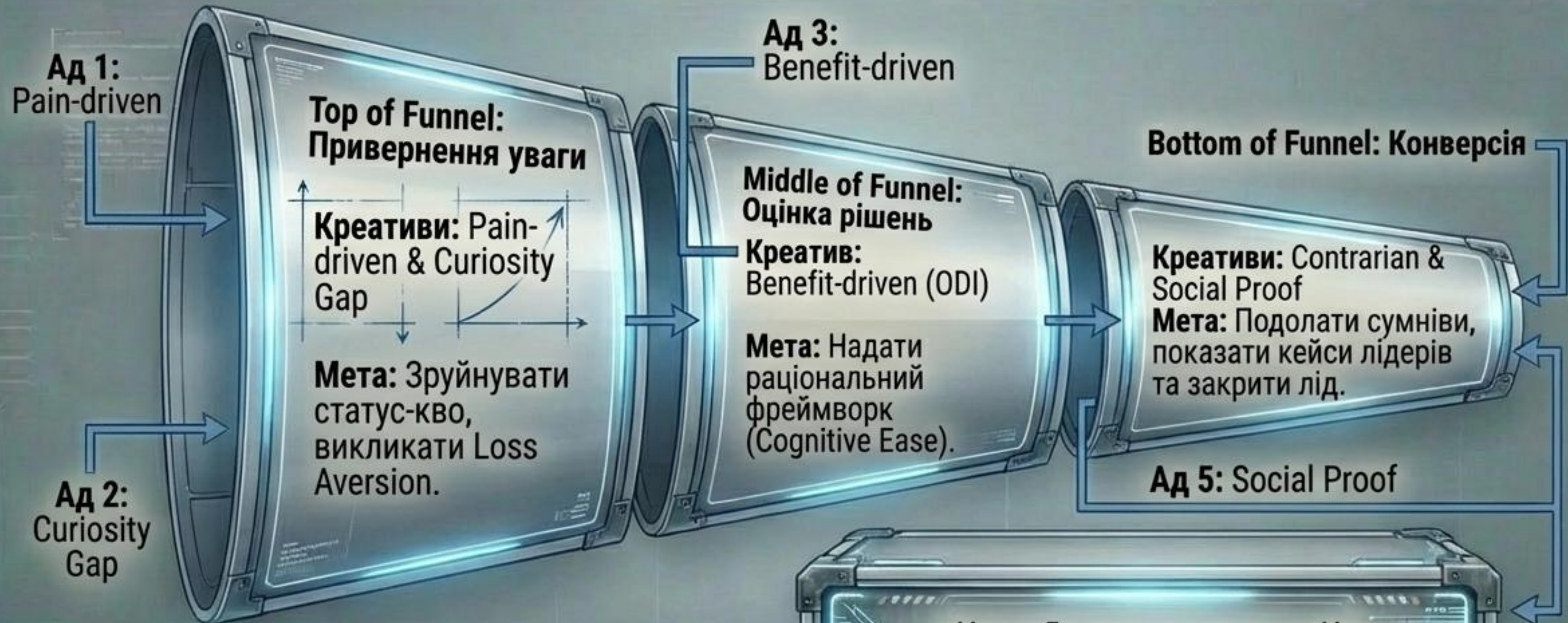
Результати, підтверджені лідерами ринку.

3

### CTA:

Book a Strategy Call

# Екосистема Meta Ads: Як це працює разом



Це не 5 окремих реклам. Це замкнений інженерний цикл масштабування вашого SaaS-продукту.