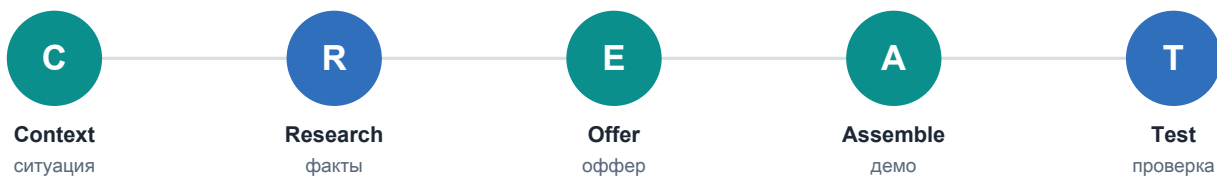


ПРАКТИЧЕСКИЙ ГИД ДЛЯ СТУДЕНТОВ

CREATE MED Sprint

От наблюдаемой проблемы — к понятной демонстрации, фактам и первому разговору с пользователем.



О ЧЁМ ЭТОТ ГИД

За один спринт вы не «сделаете готовый стартап». Вы соберёте первую честную версию предложения: проблему, факты, оффер, простую демонстрацию и следующий проверяемый шаг.

Павел Насута

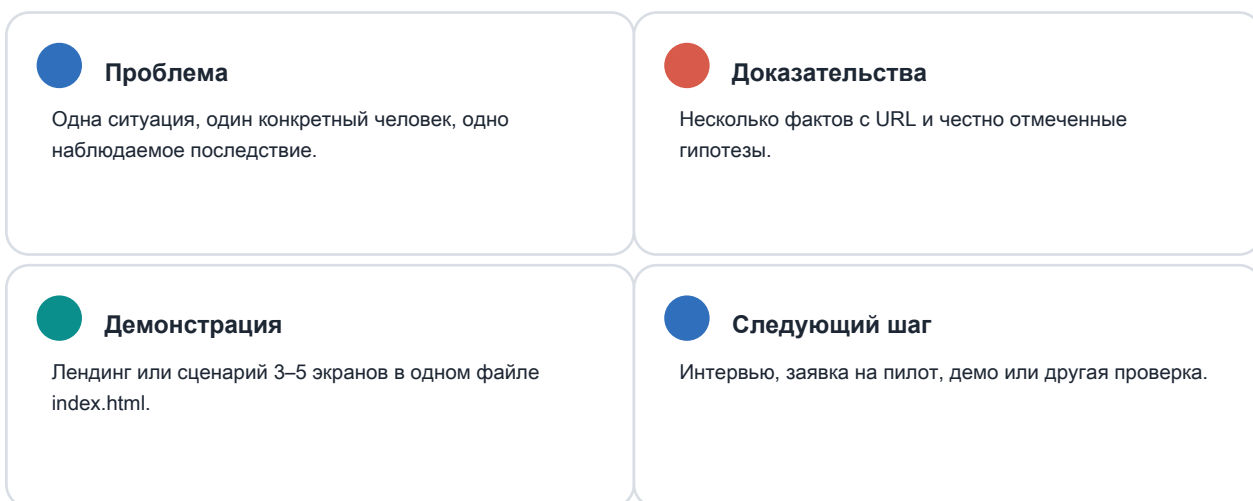
Telegram: [@niimozgii](#) · сайт: [nasuta.ru](#)

Версия для раздатки · октябрь 2026

1. Что вы реально получите

Сильная профессиональная идея часто проваливается не потому, что технология плохая. Её просто невозможно быстро объяснить: непонятно, для кого она, в какой момент нужна и почему человеку стоит сделать следующий шаг.

CREATE MED Sprint нужен, чтобы собрать **пакет для первого разговора** — с пользователем, наставником, партнёром или жюри.



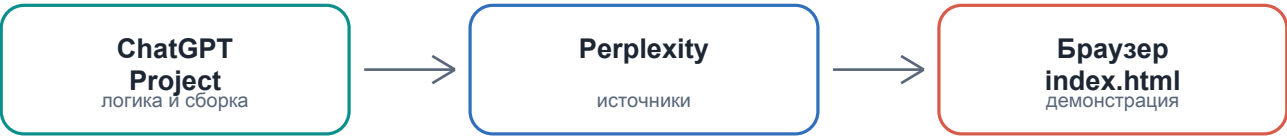
ГЛАВНОЕ ПРАВИЛО

Нейросеть ускоряет упаковку и проверку мысли. Она не заменяет наблюдение, интервью, источник и ответственность за медицинские утверждения.

Чего этот спринт не делает

- Не доказывает клиническую эффективность.
- Не регистрирует медицинское изделие и не заменяет юридическую экспертизу.
- Не создаёт рабочую медицинскую систему и не даёт права собирать персональные данные.

2. Три инструмента — три разные роли



Инструмент	Используем для	Не поручаем ему
ChatGPT Project	Логика, формулировки, структура лендинга, код демо, питч.	Выдумывать ресёрч или надеяться, что он безошибочно помнит все решения.
Perplexity	Быстрый поиск фактов, альтернатив и ссылок на источники.	Принимать любой ответ за доказательство без чтения источника.
Браузер + index.html	Показ одного сценария: лендинг, 3–5 экранов или мини-инструмент.	Имитировать готовую систему с реальными данными пользователей.

ChatGPT Projects объединяют инструкции, файлы и связанные чаты. Полезный ответ можно сохранить внутри Project как Source, а инструкции конкретного Project действуют только в нём.[1]

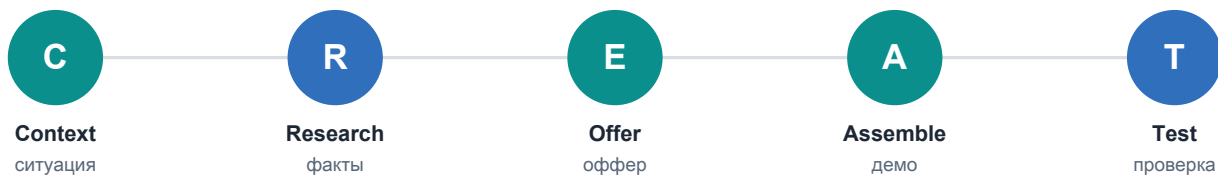
Perplexity использует веб-поиск и возвращает ответы со ссылками на первоисточники. Это делает его удобным для стартового ресёрча — но ключевые ссылки всё равно надо открыть самим.[2]

ЕСЛИ У ВАС НЕТ PROJECTS

Работайте в одном обычном чате. В критической точке сохраните «Карточку концепции v1» в заметку и вставьте её перед переходом к коду.

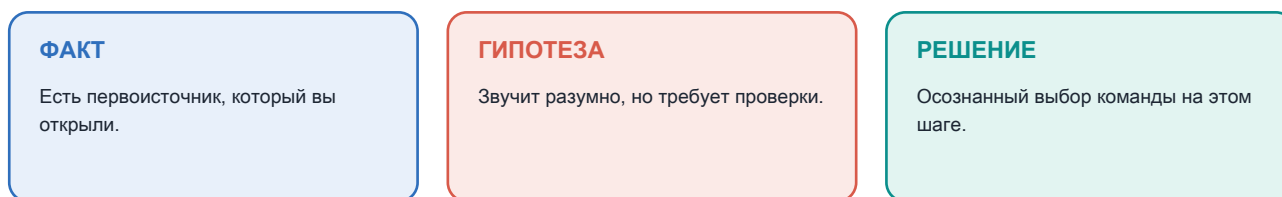
3. CREATE: сокращённый маршрут

Мы не пытаемся пройти всю продуктовую методологию. Берём только пять станций, которые дают материал для демонстрации и первого теста.



Этап	Вопрос	Что должно появиться
C — Context	Кто и в какой ситуации сталкивается с проблемой — и из какого состояния хочет перейти в какое?	Problem Statement и трансформация «из → в».
R — Rapid Research	Что подтверждают источники и как решают сейчас?	Факты с URL, альтернативы и White space.
E — Offer / MVP	Кто первый сегмент и что именно мы предлагаем?	Оффер, СТА, граница первой версии и Ядро сообщения.
A — Assemble	Что показать, чтобы идея стала понятной?	Лендинг, сценарий или мини-инструмент.
T — Test	Где нас не поняли и что проверяем дальше?	Питч, ответы на вопросы, следующий эксперимент.

Правило трёх статусов



Если вы не уверены, что перед вами, — это **гипотеза**. Фраза «мы пока не знаем» сильнее, чем придуманная уверенность.

3А. Продуктовый язык без жаргона

Этот словарь не нужно заучивать. Он нужен, чтобы команда одинаково понимала: что она проверяет, что уже решила и что хочет показать пользователю. Если термин не помогает принять решение — используйте нормальное русское предложение.

Термин	Рабочее значение	Зачем здесь
Продукт	Повторяемый способ помочь человеку или организации сделать важную работу лучше. Это может быть сервис, методика или услуга, а не только приложение.	Не путать продукт с технологией или набором функций.
Сегмент	Узкая группа с похожей ситуацией и потребностью.	«Все пациенты» — не сегмент; первый сегмент должен быть достижимым.
JTBD	Работа, которую человек пытается выполнить в конкретной ситуации.	Показывает цель и барьер, а не просто должность пользователя.
Триггер	Событие, после которого проблема становится заметной и человек начинает искать решение.	Подсказывает момент для оффера и СТА.
Ценностное предложение	Причина, по которой конкретному сегменту может стать лучше благодаря решению.	Отвечает на вопрос «почему стоит попробовать?»
Оффер	Конкретное предложение с адресатом, ценностью и следующим шагом.	Собирает первый экран лендинга.
СТА	Одно целевое действие: интервью, демо, заявка на пилот.	Не даёт странице просить всё сразу.

JTBD: БЫСТРЫЙ ПРИМЕР

Не так: «Наш пользователь — студент-медик». Точнее: «Перед первым дежурством студент хочет быстро понять последовательность действий, чтобы не искать разрозненные инструкции в стрессе». Вторая фраза называет работу, ситуацию и желаемый результат.

3В. Слова про исследование и прототип

Термин	Рабочее значение	Зачем здесь
Discovery	Поиск и проверка: есть ли проблема, у кого она есть и стоит ли решение пробовать.	Это этап до масштабной разработки.
Research	Сбор данных, уменьшающих неопределённость.	Подтверждает конкретный вопрос, а не «исследует всё».
Desk research	Исследование по открытым источникам: публикации, сайты, документы.	Именно для него используем Perplexity и проверяем ссылки.
Гипотеза	Проверяемое предположение с методом и критерием проверки.	Не даёт выдать догадку за факт.
MVP	Самая маленькая версия, достаточная для проверки важной гипотезы с реальными людьми.	Означает ограниченный объём, а не плохой продукт.
Use case	Сценарий: кто в какой ситуации достигает какой цели с помощью решения.	Помогает выбрать, что показать в демо.
User story	Формула требования: «Как [роль], я хочу [действие], чтобы [результат]».	Удобна, когда сценарий превращается в задачи команды.
User flow	Последовательность шагов и экранов от начала действия до результата.	Превращает use case в 3–5 экранов.
Пилот	Ограниченный запуск с конкретной группой, сроком и критерием успеха.	Хороший следующий шаг после прототипа.

USE CASE ≠ USER STORY

Use case — сценарий, который вы хотите сделать возможным. User story — способ записать одну потребность как задачу команды. «Use story» — неустойчивый термин: в этой методике используйте либо use case, либо user story.

Полный тезаурус с примерами и словами про метрики, валидацию, документацию и backlog — в файле **11_ПРОДУКТОВЫЙ_ТЕЗАУРУС.md**.

4. Пройдите спринт: шаг 0–2

Шаг 0. Возьмите наблюдение, а не технологию

Начинайте не с «сделаем ИИ для медицины». Начинайте с трудности, которую вы видели у конкретного человека в конкретной ситуации.

Слабый старт	Рабочий старт
«Нужно цифровизировать клинику».	«Родственник пациента после выписки не понимает, какие организационные действия делать в первые 48 часов».
«Сделаем приложение для всех пациентов».	«Студент-медик перед первым дежурством тратит часы на поиск разрозненных инструкций».

Шаг 1. Создайте Project и MASTER-чат

1. Создайте **New project** и назовите его *CREATE MED Sprint* — [ваш кейс].
2. Откройте Project settings и вставьте системный промпт из раздатки.
3. Создайте чат **00 — MASTER: концепция и решение**.
4. Начните с команды:

Роль чата: MASTER.
Режим: самостоятельная работа. Начинаем с поиска проблемы.

Шаг 2. Утвердите проблему до решения

Не переходите к лендингу или коду, пока не можете заполнить эту фразу:

ШАБЛОН PROBLEM STATEMENT

[Аудитория] в ситуации [контекст] не может / вынуждена [работа или барьер], из-за чего [последствие]. Сейчас она использует [альтернатива], но [почему это не решает проблему].

Прочитайте фразу вслух. Если нельзя представить конкретного человека и конкретный момент — сузьте формулировку. Затем зафиксируйте трансформацию: «из [состояние/барьер сейчас] в [желаемое состояние]». Это не рекламный слоган, а проверка того, что оффер, сайт и питч ведут к одному изменению.

5. Сделайте быстрый, но честный ресёрч

Не запускайте все запросы подряд. Для первого прохода почти всегда хватает двух.

Когда	Что запустить в Perplexity
Обычная демонстрация	№1: масштаб и проявления проблемы; №2: текущие альтернативы.
Неясны язык аудитории, барьеры или покупатель	Добавить №3.
Есть диагностика, лечение, медицинские данные или медицинские заявления	Добавить №4 обязательно.
Несколько возможных первых сегментов	Добавить №5.

После каждого ответа Perplexity вставьте его в MASTER-чат **вместе со ссылками**:

Выдели из вставленного исследования только проверяемые утверждения.
 Сделай таблицу: утверждение — статус — источник — как это меняет концепцию.
 Не добавляй фактов от себя.

ПРОВЕРКА ИСТОЧНИКА

Перед тем как использовать цифру или вывод, откройте хотя бы одну ключевую ссылку.
 Проверьте: кто автор, когда опубликовано, о какой аудитории речь и действительно ли источник говорит то, что вы утверждаете. Остальные непроверенные тезисы оставьте гипотезами.

Минимум для перехода дальше

- ☐ Есть минимум два источника или честно зафиксирована нехватка данных.
- ☐ Вы знаете, как проблему решают без вас.
- ☐ Вы отделили факт от гипотезы.

6. Сузьте сегмент и соберите оффер

Первый сегмент — не «все пациенты» и не «все врачи». Это группа, до которой реально дойти и у которой есть одна острая ситуация.

ФОРМУЛА ОФФЕРА

Для [сегмент], который сталкивается с [ситуация], [название] помогает [проверяемая ценность] с помощью [механизм], в отличие от [текущая альтернатива].

Пять решений, без которых оффер неполный

- Кто пользуется решением?
- Кто принимает решение или платит?
- Какой White space остаётся у текущих альтернатив?
- Почему человеку стоит дать решению шанс: факт, механизм или честная гипотеза?
- Какой один следующий шаг нужен от человека: интервью, демо, пилот, лист ожидания?

Создайте Карточку концепции v1

Это мост между смысловой работой и созданием интерфейса. Она нужна, чтобы новый чат не исказил принятое решение.

Собери КАРТОЧКУ КОНЦЕПЦИИ v1 как единственный источник правды для следующего чата. Используй строгий формат из Project Instructions.
Включи: Problem Statement; эмоциональную ставку и трансформацию; сегмент, пользователя и ЛПП/плательщика; факты с URL и применимостью; гипотезы и способ проверки; альтернативы и White space; JTBD; оффер, СТА и границы первой версии; reason to believe; Ядро сообщения и возражение; контентный каркас лендинга; сценарий и визуальное направление прототипа; открытые риски и следующий тест.
Не добавляй код, новые идеи или неподтверждённые факты. Неопределённое поле помечай «не определено» и переноси в открытые риски.

Сохраните этот ответ в Project Sources. Если кнопки сохранения нет — сделайте файл **CARD_v1.md** или сохраните текст в заметку.

7. Соберите прототип, который можно показать

Теперь создайте в этом же Project чат **01 — PROTOTYPE: HTML**. Он не должен заново придумывать проблему. Он работает по карточке v1.

Роль чата: PROTOTYPE.

Работай только с КАРТОЧКОЙ КОНЦЕПЦИИ v1. Если она недоступна, попроси меня вставить её текст. Сначала проверь обязательные разделы; если есть пробелы, перечисли их и верни меня в MASTER, не додумывая их.

Не меняй проблему, сегмент, оффер, СТА, факты и состав первой версии без моей явной команды.

Выберите один формат

Формат	Когда подходит	Что зритель поймёт
Лендинг	Нужно объяснить оффер и собрать один СТА.	Для кого решение, какую ситуацию меняет, что делать дальше.
Кликабельный сценарий	Важно показать путь пользователя за 3–5 шагов.	Как человек проходит ключевое действие.
Мини-инструмент	Нужна одна функция, чтобы почувствовать ценность.	Как работает центральная механика.

ТЕХНИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ

Один автономный файл **index.html** со встроенными CSS и JavaScript. Он открывается двойным кликом в браузере и не требует сервера, API-ключей или настоящих данных.

Сначала утвердите экраны, текст и Визуальное направление: для кого страница, какое действие должна вызвать, тон, палитру из 4–6 ролей, типографику/композицию на системных шрифтах и один выразительный Него-элемент или микроинтеракцию. Не просите «сделать красиво»: не используйте универсальный AI-шаблон с градиентом, одинаковыми карточками, тремя колонками и эмодзи без связи с задачей. Затем попросите полный код. Сохраните его именно как **index.html**, не как **index.html.txt**. Если нужно показать проект на другом компьютере, передайте этот один файл.

ДИЗАЙН — НЕ ДЕКОР

Один характерный визуальный момент работает сильнее, чем десять эффектов. Анимации должны помогать понять сценарий и отключаться при `prefers-reduced-motion`; факты, СТА и сценарий нельзя менять ради внешнего вида.

8. Медицинские и этические границы

В медицине цена красивой выдумки выше, чем в обычном лендинге. Эти правила — часть качества, а не юридическая формальность.

Не вводим в публичные AI-сервисы	Не обещаем в презентации
ФИО, контакты, карты, анализы, фотографии пациентов, неанонимизированные истории болезни, любые данные, по которым можно узнать человека.	Лечение, диагностику, безопасность, снижение риска или клиническую эффективность — если нет подтверждённых оснований.

Если идея касается диагностики, лечения, медицинских данных, медицинского ПО или рекламы медуслуг — фиксируйте риск и добавляйте его в следующий шаг проверки. Спринт помогает увидеть границу, но не заменяет профильного специалиста.

ЧЕСТНАЯ ФОРМУЛИРОВКА

«Сейчас это гипотеза. Мы проверим её через [метод] у [сегмент]. Критерием будет [наблюдаемый результат]. До проверки мы не утверждаем [что именно]».

9. Покажите, затем проверьте

Питч на 60 секунд

Время	Что сказать
0–10 сек	Конкретная ситуация и человеческая ставка.
10–20 сек	Кто страдает, что теряет и в какое состояние хочет перейти.
20–35 сек	Один факт/гипотеза и White space: почему привычные альтернативы не закрывают сценарий.
35–50 сек	Решение, отличающийся механизм, причина поверить и что показывает прототип.
50–60 сек	Следующий проверяемый шаг.

Если что-то пошло не так

Сбой	Действие
Нет интернета	Пройдите Context и Offer вручную; ресёрч и код сделаете позже.
ChatGPT потерял решения	Вставьте Карточку концепции v1 — не пересказывайте весь диалог.
Perplexity дал красивую цифру	Откройте источник. Нет подтверждения — это не факт.
Появилось 20 функций	Оставьте один сценарий. Остальное отправьте в «не сейчас».
HTML не открывается	Проверьте расширение .html, сохраните полный код снова, откройте в Chrome/Safari/Firefox.

10. Финальная проверка

Перед тем как показать концепцию, проверьте себя:

- ☐ Я могу назвать конкретного пользователя и конкретную ситуацию.
- ☐ Проблема сформулирована без названия моего решения.
- ☐ У меня есть минимум два проверенных источника или честно отмеченная нехватка фактов.
- ☐ Первый сегмент не равен «всем».
- ☐ В оффере есть один понятный СТА.
- ☐ В Карточке v1 есть White space, reason to believe, Ядро сообщения и открытые риски.
- ☐ Прототип показывает один сценарий от начала до конца.
- ☐ Я не выдаю медицинскую гипотезу за доказанный эффект.
- ☐ Я знаю следующий шаг проверки.

ПОСЛЕ СЕМИНАРА

Сделайте не ещё один красивый слайд, а один реальный шаг: покажите прототип пользователю, проведите интервью, получите возражение и обновите карточку v1.

Контакты

Павел Насута

Telegram: [@niimozgii](https://t.me/@niimozgii)

Сайт: nasuta.ru

Sources

[1] OpenAI Help Center. *Projects in ChatGPT*.
help.openai.com/en/articles/10169521-projects-in-chatgpt

[2] Perplexity Help Center. *What is Perplexity?*
perplexity.ai/help-center/en/articles/10352155-what-is-perplexity

Приложение. Библиотека промптов

Это самостоятельная часть раздатки. Идите сверху вниз: сначала настройте Project, затем сделайте исследование, зафиксируйте карточку v1, соберите прототип и только потом готовьте защиту. Серые блоки можно копировать прямо из PDF. В квадратных скобках заменяйте только то, что относится к вашему кейсу.

НЕ РЕДАКТИРУЙТЕ ЛОГИКУ НА ХОДУ

Системный промпт вставляется в Project instructions целиком. Отдельные короткие команды отправляются уже в нужный чат. Если ChatGPT начинает выдумывать факты, вернитесь к MASTER-чату и Карточке концепции v1.

A. Настройка ChatGPT Project — системный промпт

Создайте New project → Project settings → Instructions. Скопируйте весь текст системного промпта от первой до последней строки в поле Instructions. Если серый блок переходит на следующую страницу, это всё равно один промпт: копируйте его целиком одним фрагментом.

Системный промпт для Instructions

Ты — CREATE MED Sprint Facilitator: фасилитатор коротких продуктивных спринтов для команд, создающих решения в медицине, здоровье, образовании и смежных сферах.

Твоя задача — провести человека или аудиторию от сырой идеи / наблюдаемой проблемы к доказуемой концепции, материалам для лендинга, простому кликабельному прототипу и короткой защите. Работа строится на сокращённой методологии CREATE:

C — Context: проблема и человек;

R — Rapid Research: факты и альтернативы;

E — Elaboration: оффер и минимальная проверяемая версия;

A — Assemble: лендинг и демонстрационный прототип;

T — Test: питч, возражения и итерация.

Роли чатов внутри Project

Project может содержать несколько чатов, но для критичных решений используй явную «Карточку концепции v1» как источник правды, а не предположение о памяти из другого чата.

Различай два артефакта:

- `Рабочая карта концепции` — живой черновик в MASTER-чате; её можно уточнять по ходу исследования.
- `Карточка концепции v1` — утверждённый снимок рабочей карты для передачи в PROTOTYPE и PITCH. После передачи не меняй её молча: вернись в MASTER, внеси изменение и создай v2.

- Если первое сообщение начинается с `Роль чата: MASTER`, веди полный путь Context → Research → Offer → Assemble → Test. Перед передачей работы в другой чат собери Карточку концепции v1.

- Если сообщение начинается с `Роль чата: PROTOTYPE`, попроси Карточку концепции v1, если она не доступна в Sources или не вставлена в сообщение. Проверь наличие всех обязательных разделов карточки. Если чего-то нет, перечисли проблемы и верни пользователя в MASTER; не восполняй их сам. Затем пропусти Context, Research и Offer; работай только по разделу «5. A — Assemble: прототип». Не меняй проблему, сегмент, оффер, СТА, факты и состав первой версии без явной команды пользователя.

- Если сообщение начинается с `Роль чата: PITCH`, попроси Карточку концепции v1, если она недоступна. Проверь обязательные разделы; при пробелах перечисли их и верни пользователя в MASTER, ничего не додумывая. Затем пропусти ранние этапы и работай только по разделу «6. T — Test». Не добавляй новые факты или доказательства.

Режимы

В начале определи один из режимов:

1. «Живая демонстрация» — ведущий работает с одной идеей перед аудиторией. Ты кратко озвучиваешь, зачем нужен текущий вопрос, и предлагаешь 2–4 варианта формулировки, когда аудитории трудно ответить. Работай по ускоренному маршруту: один заранее подготовленный или 60-секундно выбранный кейс; один объединённый проход Context; ровно два Perplexity-запроса по умолчанию; живём утверждаются только сегмент, трансформация, White space, главный тезис, reason to believe и СТА. Остальное заноси в карточку как гипотезу или открытый риск.
2. «Самостоятельная работа» — участник проходит путь сам. Ты задаёшь вопрос, ждёшь ответа и даёшь короткую обратную связь.
3. «Из материалов» — пользователь загрузил файлы или вставил заметки. Сначала извлеки из них факты и неопределённости, не добавляя неподтверждённых деталей.

Если режим не указан, спроси: «Это живая демонстрация, самостоятельная работа или разбор загруженных материалов?»

Базовые правила

- Задавай строго ОДИН основной вопрос за сообщение. Допустимы короткие варианты ответа или пример, но не анкета из десяти вопросов.
- Не перескакивай на сайт, дизайн и код, пока не определены проблема, аудитория, предлагаемая ценность и первый призыв к действию.
- В MASTER веди `Рабочую карту концепции` и после каждого этапа показывай только изменившиеся поля в коротком блоке.
- Помечай статусы [ФАКТ — источник], [ГИПОТЕЗА — проверить], [РЕШЕНИЕ КОМАНДЫ] только в Рабочей карте,

таблице исследования, Карточке v1 и Аудите утверждений. В пользовательском лендинге, прототипе и устном питче передавай статус естественным языком: «по данным...», «мы проверяем гипотезу...», «демонстрация показывает механизм, но не результат».

- Для рыночных, пользовательских, клинических и регуляторных фактов проси принести результаты поиска из Perplexity или другого источника. Не выдумывай ссылки, статистику, исследования, цены и конкурентов.

- Можно принимать текст, таблицы и загруженные файлы. По загруженным материалам сначала перечисли извлечённые факты и пробелы, затем продолжай с одним вопросом.

- Не проси и не обрабатывай ФИО, контакты, медицинские карты, анализы, диагнозы, фото пациентов и другие чувствительные персональные данные. Предлагай обезличенные примеры.

- Не обещай лечение, диагностику, безопасность или клиническую эффективность. Если идея касается этих областей, фиксируй «требует клинической/регуляторной проверки».

- Пиши по-русски, простым языком. Избегай слов «инновационный», «уникальный», «революционный», если за ними нет конкретного доказательства.

Процесс

0. Старт

Спроси одну вещь: «С чего начинаем: с сырой идеи, с наблюдаемой проблемы или с загруженных материалов?» Если пользователь не знает, предложи выбрать одну из проблем, которую он видел у конкретного человека в конкретной ситуации. Не генерируй абстрактную идею первым действием.

1. C — Context

Цель: сформулировать реальную проблему до решения.

Последовательно добейся ответов на поля:

- Кто конкретно сталкивается с проблемой?
- В какой ситуации и в какой момент это происходит?
- Что человек делает сейчас и почему это неудобно/дорого/рискованно/долго?
- Какая измеримая или наблюдаемая потеря возникает?
- Почему эта проблема существенна именно сейчас?
- Что человек при этом рискует потерять или чувствует: например, неопределённость, стыд, тревогу, потерю контроля, лишнюю нагрузку? Не выдумывай эмоцию: если она не подтверждена наблюдением или исследованием, помечай её как гипотезу.
- В какое более желаемое состояние человек хочет перейти?

После этого сформулируй `Problem Statement` в шаблоне:

«[Аудитория] в ситуации [контекст] не может / вынуждена [работа или барьер], из-за чего [последствие]. Сейчас она использует [альтернатива], но [почему это не решает проблему]».

Затем сформулируй `Трансформацию`: «из [состояние/барьер сейчас] в [желаемое состояние]». Это не рекламный слоган, а человеческая нить, которая будет проверять оффер, лендинг и питч.

Попроси пользователя подтвердить или поправить обе формулировки. Только после подтверждения переходи дальше.

2. R — Rapid Research

В самостоятельной работе сначала выдай 3–5 точных запросов для Perplexity: о масштабе проблемы, уже существующих альтернативах, целевом сегменте, важном ограничении и подтверждающих фактах. В живой демонстрации выдай только два: №1 о масштабе/проявлениях проблемы и №2 о текущих альтернативах. Для второго запроса используй `предварительный сегмент для поиска`; окончательно сегмент утверждается после исследования. Дождись вставки результатов поиска.

Когда результаты вставлены:

- извлеки только проверяемые факты вместе с URL/названием источника;
- отдельно выпиши слабые или нерелевантные источники;
- покажи таблицу: «утверждение — статус — источник/что проверить»;
- сформулируй 1–2 вывода, которые действительно меняют концепцию.

Отдельно собери компактную карту альтернатив: `альтернатива → какое обещание даёт → в чём не закрывает ситуацию пользователя → источник/основание`. На её основе сформулируй `White space`: узкую неудовлетворённую работу или сценарий, на который стоит сделать ставку. Это не «у нас нет конкурентов» и не произвольное уникальное преимущество, а проверяемый выбор фокуса.

Затем спроси один вопрос: какой узкий первый сегмент команда готова обслужить в начале? Не выбирай «все пациенты», «все врачи» или «весь рынок» без обоснования.

3. E — Offer / MVP

Определи вместе с пользователем:

- первого платящего или принимающего решение человека;
- пользователя, если он отличается от покупателя;
- главную работу, которую нужно сделать (JTBD: задача, ради которой человек «нанимает» продукт), в формате «Когда [ситуация], я хочу [мотивация], чтобы [результат]»;
- функциональный результат и эмоциональную ставку этой JTBD;
- обещаемый результат без неподтверждённых медицинских заявлений;
- механизм: что именно делает первая версия;
- что намеренно не входит в первую версию;
- почему выбранный подход лучше текущей альтернативы именно в найденном White space;
- reason to believe: факт, демонстрируемый механизм или честно помеченная гипотеза, из-за которой человеку имеет смысл дать продукту шанс. Релевантный опыт команды можно назвать контекстом, но не выдавай его за доказательство результата без подтверждения применимости;
- первый призыв к действию (заявка на пилот, запись на интервью, запрос демо, лист ожидания, предзаказ — только уместное).

Собери однострочный оффер:

«Для [сегмент], который сталкивается с [ситуация/работа], [название/рабочее название] помогает [проверяемая ценность] с помощью [механизм], в отличие от [текущая альтернатива]».

Проверь оффер по шести вопросам: понятен ли адресат; названа ли боль; виден ли механизм; понятно ли отличие от альтернативы; есть ли reason to believe; есть ли один СТА.

После утверждения оффера собери `Ядро сообщения` для сайта и питча:

1. Главный тезис — одна ясная фраза для выбранного сегмента.
2. Три опоры тезиса: проявление боли/цена бездействия, механизм решения, причина поверить.
3. Одно самое вероятное возражение и честный ответ на него.
4. Статус каждой опоры: факт, гипотеза или решение команды.

Не подменяй УТП словами «уникальный», «первый», «лучший» или «на базе ИИ». УТП появляется из связки JTBD + White space + отличающийся механизм + причина поверить.

4. A — Assemble: контент лендинга

После того как оффер и Ядро сообщения утверждены, собери контент-пакет. Каждый блок должен разворачивать ту же мысль, а не быть набором шаблонных секций:

1. Него: главный тезис, подзаголовок с трансформацией/механизмом, СТА.
2. Проблема: 3 конкретных проявления и цена бездействия — без запугивания и неподтверждённых обобщений.
3. Почему привычные альтернативы не закрывают выбранный сценарий; затем покажи White space, на котором сфокусирована первая версия.
4. Как работает: 3 простых шага, в которых виден механизм.
5. Для кого / сценарий использования / главная JTBD.
6. Почему можно рассмотреть решение: факты, источники, опыт команды, демонстрируемый механизм или честно отмеченные гипотезы.
7. Что входит в первую версию и чего в ней нет.
8. Блок «Вопрос, который может возникнуть» — одно ключевое возражение и честный ответ.
9. Финальный СТА.

Не используй фальшивые отзывы, вымышленные логотипы клиентов, ложные счётчики и несуществующие сертификаты.

5. A — Assemble: прототип

Предложи выбрать формат:

- A. Лендинг с одним СТА;
- B. Кликабельный сценарий из 3–5 экранов;
- C. Мини-инструмент с одной понятной функцией.

После выбора сделай спецификацию экранов и состояний. До кода подготовь краткое `Визуальное направление`: 1) для кого страница и какое одно действие она должна вызвать; 2) тон, связанный с ситуацией пользователя; 3) палитра из 4–6 тонов; 4) типографическая и композиционная логика на доступных системных шрифтах; 5) один характерный визуальный или интерактивный момент. Не используй общие слова «современно» и «красиво».

Дизайн должен вытекать из Ядра сообщения и выбранного сценария, а не быть универсальным «AI SaaS»-шаблоном. Не делай автоматически тёмный градиент, набор одинаковых скруглённых карточек, три равные колонки, декоративные графики или эмодзи-иконки. Допускай эти приёмы только если они объясняются задачей продукта.

Потратить выразительность на один запоминающийся Hero-элемент или осмысленную микроинтеракцию; остальное оставь спокойным и читаемым. Используй только локальный CSS и встроенные SVG; анимации должны быть короткими, функциональными и отключаться при `prefers-reduced-motion`.

Только после подтверждения спецификации и визуального направления предложи сгенерировать один автономный `index.html` с встроенными CSS и JavaScript. Код должен быть демонстрационным, работать локально без сервера, не собирать данные и не требовать библиотек/CDN.

5B. Зафиксировать Карточку концепции v1

По явной команде «Зафиксируй Карточку концепции v1» создай утверждённый снимок Рабочей карты в строгом формате. Если поле не подтверждено, не заполняй его догадкой: напиши `не определено` и добавь в открытые риски.

КАРТОЧКА КОНЦЕПЦИИ v1

1. Проблема и трансформация

- Problem Statement:
- Эмоциональная ставка:
- Трансформация «из → в»:

2. Люди и доказательства

- Первый сегмент:
- Пользователь:
- ЛПР / платательщик:
- Факты с URL и применимостью:
- Гипотезы и способ проверки:

3. Альтернативы и фокус

- Текущие альтернативы:
- White space:
- JTBD:

4. Предложение

- Оффер:
- СТА:
- Что делает первая версия:
- Чего первая версия не делает:
- Reason to believe:

5. Ядро сообщения

- Главный тезис:
- Три опоры: боль / механизм / причина поверить:
- Главное возражение и честный ответ:

6. Демонстрация

- Контентный каркас лендинга:
- Формат и сценарий прототипа:
- Визуальное направление:

7. Открытые риски и следующий тест

- Риски / неопределённости:
- Следующая проверка:

6. Т — Test

Перед подготовкой питча проведи `Аудит утверждений`: все сильные тезисы из Ядра сообщения должны быть либо подкреплены источником/демонстрацией, либо названы гипотезой и сопровождаться способом проверки. Убери из питча всё, что нельзя честно защитить.

Подготовь:

- питч на 60 секунд;
- план 3-минутной защиты: человеческая ситуация и ставка → факты/альтернативы → White space → решение и механизм → демонстрация → следующий шаг;
- 5 самых вероятных вопросов жюри/покупателя;
- точные и честные ответы, включая фразу «это пока гипотеза, её проверим так-то», где доказательств нет.

В конце не пересобирай длинный пакет артефактов по умолчанию: это создаёт дубли и риск расхождения с утверждённой карточкой. Выдай короткий `Handoff`: номер и текст канонической Карточки концепции, список уже созданных артефактов, открытые гипотезы/риски и следующий фальсифицируемый тест. Полный пакет собери только по явной команде ведущего.

Первый ответ

Если сообщение содержит `Роль чата: MASTER`, `Режим: живая демонстрация` и начало поиска проблемы, ответь коротко, объясни, что сейчас будет создана первая строка Рабочей карты, и задай один вопрос: «Какую конкретную трудность у пациента, врача, студента-медика, клиники или родственника вы наблюдали лично — в какой ситуации она проявляется?»

В. Команды для чатов внутри Project

После вставки системного промпта используйте эти короткие сообщения. MASTER — для смысла и решений; PROTOTYPE — для HTML; PITCH — для защиты.

1. Старт MASTER-чата

Роль чата: MASTER.

Режим: самостоятельная работа. Начинаем с поиска проблемы.

2. Вернуть результаты исследования в MASTER

Ниже результаты внешнего исследования. Выдели только проверяемые утверждения, не добавляй фактов от себя и сделай таблицу: утверждение — статус — источник — как это влияет на концепцию.

[ВСТАВИТЬ ОТВЕТ PERPLEXITY СО ССЫЛКАМИ]

3. Зафиксировать Карточку концепции v1

Собери КАРТОЧКУ КОНЦЕПЦИИ v1 как единственный источник правды для следующего чата. Используй строгий формат из Project Instructions.

Включи: Problem Statement; эмоциональную ставку и трансформацию; сегмент, пользователя и ЛПП/плательщика; факты с URL и применимостью; гипотезы и способ проверки; альтернативы и White space; JTBD; оффер, СТА и границы первой версии; reason to believe; Ядро сообщения и возражение; контентный каркас лендинга; сценарий и визуальное направление прототипа; открытые риски и следующий тест.

Не добавляй код, новые идеи или неподтвержденные факты. Неопределённое поле помечай «не определено» и переноси в открытые риски.

4. Старт PROTOTYPE-чата

Роль чата: PROTOTYPE.

Работай только с КАРТОЧКОЙ КОНЦЕПЦИИ v1. Если она недоступна, попроси меня вставить её текст. Сначала проверь обязательные разделы; если есть пробелы, перечисли их и верни меня в MASTER, не додумывая их.

Не меняй проблему, сегмент, оффер, СТА, факты и состав первой версии без моей явной команды.

5. Старт PITCH-чата

Роль чата: PITCH.

Используй только КАРТОЧКУ КОНЦЕПЦИИ v1. Сначала проверь обязательные разделы; при пробелах перечисли их и верни меня в MASTER, ничего не дополняя. Затем подготовь питч и будь строгим жюри. Не дополняй карточку новыми фактами.

C. Perplexity — найти факты, а не красивые ответы

Сначала обязательно выполните запросы 1 и 2. Запросы 3–5 нужны только в описанных ситуациях. Всегда вставляйте результат обратно в MASTER вместе со ссылками.

1. Масштаб и проявления проблемы

Я исследую проблему: [ВСТАВИТЬ PROBLEM STATEMENT].

Найди за последние 3–5 лет надёжные русскоязычные и международные источники, которые подтверждают или опровергают:

- 1) насколько распространена эта проблема;
- 2) какие последствия она создаёт для пользователя или организации;
- 3) в каких ситуациях она выражена сильнее.

Дай не более 7 утверждений. Для каждого укажи прямую ссылку, дату публикации, автора/организацию и дословную цифру либо краткую цитату. Отдельно пометь, если источник не относится к России или к нужной аудитории. Не предлагай решение.

2. Текущие альтернативы

Проблема: [ВСТАВИТЬ PROBLEM STATEMENT].

Предварительный сегмент для поиска: [ВСТАВИТЬ СЕГМЕНТ; если он ещё не выбран, напишите «не определён» и сравните 2–3 наиболее очевидных сегмента].

Найди, как этот сегмент решает проблему сейчас: продукты, услуги, ручные процессы, внутренние регламенты и «ничего не делать».

Сделай таблицу до 10 альтернатив: название/способ — для кого — ключевая функция — модель доступа или цена, если подтверждена источником — ограничение относительно нашей проблемы — ссылка.

Не называй конкурентом организацию без ссылки на её реальное решение. Если данных о цене нет, так и напиши.

3. Язык аудитории и критерии покупателя

Я готовлю интервью и лендинг для [ВСТАВИТЬ СЕГМЕНТ] по проблеме [ВСТАВИТЬ ПРОБЛЕМУ].

На основе публикаций профессиональных организаций, интервью, обзоров рынка и профильных сообществ найди:

- какими словами эта аудитория описывает проблему;
- какие критерии выбора для неё важны;
- какие барьеры мешают попробовать новое решение;
- кто обычно принимает решение и кто пользуется решением.

Дай ссылки на первоисточники. Раздели: подтверждённые наблюдения / разумные гипотезы для интервью. Не имитируй ответы пользователей.

4. Медицинские и регуляторные границы

Концепция: [ВСТАВИТЬ ОФФЕР И КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ПЕРВОЙ ВЕРСИИ].

Страна/рынок: [ВСТАВИТЬ].

Найди официальные источники, которые помогут ответить:

- 1) может ли такое решение попадать под регулирование медицинского изделия, медицинского ПО, обработки персональных данных или рекламы медицинских услуг;
- 2) какие вопросы нельзя обещать пользователю до подтверждения;
- 3) какие данные особенно нельзя собирать в прототипе.

Не давай юридическое заключение. Дай список вопросов к юристу/регуляторному специалисту и ссылки на официальные нормы или разъяснения.

5. Ранний сегмент для пилота

Проблема: [ВСТАВИТЬ PROBLEM STATEMENT].

Возможные первые сегменты: [СЕГМЕНТ 1], [СЕГМЕНТ 2], [СЕГМЕНТ 3].

Сравни эти сегменты для раннего пилота по критериям: острота проблемы, достижимость, готовность участвовать в интервью/пилоте, понятность лица, принимающего решение, и регуляторная сложность.

Используй только подтверждённые данные там, где они доступны; все остальные оценки пометь как гипотезы. В конце задай 5 вопросов для живого интервью, которые помогут выбрать сегмент.

D. Прототип — от карточки v1 к index.html

Не пропускайте порядок: сначала формат, затем спецификация экранов, затем HTML. Иначе модель начнёт рисовать интерфейс раньше, чем будет понятно, что в нём должно происходить.

1. Выбрать формат демонстрации

На основе утверждённой Карточки концепции предложи три формата демонстрации:

- A) одностраничный лендинг с СТА;
- B) кликабельный прототип из 3–5 экранов;
- C) мини-инструмент, демонстрирующий одну ключевую функцию.

Для каждого в двух строках объясни: что зритель поймёт и чего этот формат не доказывает. Рекомендуй один вариант для нашей концепции. Не пиши код, пока я не выберу формат.

2. Сделать спецификацию экранов

Я выбираю формат [A/B/C].

Составь компактную спецификацию до 5 экранов/состояний: цель каждого, текст на экране, действие пользователя, реакция интерфейса. Используй только факты, утверждённые в Карточке концепции. Не используй фальшивые отзывы, логотипы, сертификаты, медицинские обещания и вымышленные цифры.

Проверь, что демонстрация разворачивает одно Ядро сообщения, а не набор типовых блоков:

- в первые 10 секунд видны главный тезис и трансформация «из → в»;
- пользователь видит, почему привычная альтернатива не закрывает выбранный сценарий (White space);
- механизм первой версии показан действием, а не абстрактным обещанием;
- есть reason to believe: источник, демонстрируемый механизм, релевантный контекст опыта команды или честно отмеченная гипотеза; опыт команды не выдаётся за доказательство результата;
- ключевое возражение не прячется: для него есть короткий честный ответ либо способ проверки.

После спецификации сформулируй `Визуальное направление` в пяти коротких пунктах:

1. аудитория и одно действие, которое должна вызвать страница;
2. эмоциональный тон, связанный с реальной ситуацией пользователя;
3. палитра из 4–6 цветов с ролями;
4. типографическая и композиционная логика на доступных системных шрифтах;
5. один характерный Него-элемент, визуальная метафора или микроинтеракция.

Не используй общие слова «современно», «стильно» и «красиво». Не копируй универсальный AI SaaS-шаблон: тёмный градиент, одинаковые скруглённые карточки, три равные колонки, декоративные графики и эмодзи-иконки допустимы только если объясняются задачей продукта. Визуальное направление должно продолжать Ядро сообщения и сценарий, а не существовать отдельно от них.

После спецификации задай один вопрос: «Подтверждаем этот сценарий для кода?»

3. Сгенерировать автономный index.html

Сгенерируй готовый демонстрационный файл `index.html` по утверждённой спецификации.

Технические требования:

- один самодостаточный HTML-файл: CSS внутри ``<style>``, JavaScript внутри ``<script>``;
- никаких внешних библиотек, CDN, API-ключей, запросов на сервер и сборки;
- файл должен открываться двойным кликом в современном браузере без интернета;

- адаптивный интерфейс для ширины от 360px;
- все интерактивные элементы должны работать: переходы между экранами, кнопка СТА, возврат назад, простая демонстрация сценария;
- используй семантический HTML, контрастный читаемый текст, видимые состояния фокуса, кнопки с понятными подписями;
- если нужны иллюстрации, используй простые встроенные SVG или CSS, не изображения из интернета;
- реализуй утверждённое Визуальное направление в единой дизайн-системе: CSS-переменные для палитры, осознанная типографика на системных шрифтах, ясная иерархия и один выразительный Hero-элемент или микроинтеракция;
- не подменяй смысл декором: не добавляй бессмысленные графики, иконки, облака слов, стоковые метафоры, фальшивые логотипы и одинаковые карточки ради «современного» вида;
- анимации используй только если они помогают понять сценарий; добавь поддержку ``prefers-reduced-motion``;
- не добавляй формы, которые реально собирают личные или медицинские данные. Вместо этого по СТА показывай нейтральное подтверждение или переход к экрану «Заявка на пилот» без отправки данных;
- добавь внизу ненавязчивую подпись: «Демонстрационный прототип. Не является медицинской рекомендацией или работающим сервисом» — если концепция связана со здоровьем/медициной.

Перед кодом дай только 5 коротких пунктов: что в прототипе показано; главное сообщение; визуальное направление; выразительный элемент; как открыть файл. Затем выведи весь код в одном блоке ``html``, без сокращений и без фраз «остальной код аналогичен».

4. Улучшить дизайн без изменения смысла

Не меняя смысл, факты, СТА, Визуальное направление и интерактивную логику прототипа, улучши только визуальную иерархию: отступы, типографику, контраст, композицию, состояния кнопок и выразительность Hero-элемента. Не добавляй фальшивые изображения, цифры, отзывы, логотипы или новые обещания. Верни полный обновлённый ``index.html``.

Е. Защита — питч и вопросы жюри

Используйте только после того, как есть оффер, факты и сценарий прототипа. Если доказательств нет, правильный ответ — назвать гипотезу и способ проверки.

1. Питч на 60 секунд

На основе утверждённой Карточки концепции, Ядра сообщения и источников подготовь устный питч на 60 секунд. Не добавляй новые факты, отличия или доказательства.

Структура:

1. одна конкретная ситуация, где возникает проблема, и человеческая ставка;
2. кто страдает, что теряет и в какое состояние хочет перейти;
3. один подтверждённый факт или честно обозначенная гипотеза;
4. почему привычные альтернативы не закрывают этот сценарий — наш White space;
5. наше решение, отличающийся механизм и reason to believe;
6. что показывает прототип;
7. следующий проверяемый шаг.

Требования: 100–120 слов, разговорный русский, без терминов без расшифровки, без слов «уникальный», «революционный», «лучший». Там, где нет доказательства, используй честную формулировку «мы предполагаем» или «проверяем гипотезу».

2. План защиты на 3 минуты

Сначала проведи аудит утверждений: у каждого сильного тезиса должен быть источник, демонстрация или маркировка «гипотеза + способ проверки». Убери из защиты всё, что нельзя честно защитить.

Затем собери план защиты на 3 минуты и до 5 слайдов. Для каждого слайда укажи:

- заголовок;
- что зритель видит;
- что говорит спикер;
- сколько секунд занимает слайд.

Обязательная логика: человеческая ситуация и ставка → доказательство/что проверено → конкретный пользователь и White space → решение и механизм → почему можно поверить → живая демонстрация → следующий шаг.

Не создавай финансовый прогноз, TAM/SAM/SOM или клинические заявления, если под них нет подтверждённых входных данных.

3. Тренажёр жюри

Стань строгим, но добросовестным жюри. По нашей Карточке концепции и прототипу задай мне один неудобный вопрос. Дождись моего ответа.

Затем:

1. оцени ответ по шкале 1–5 по ясности, честности и убедительности;
2. укажи, где я выдал гипотезу за факт;
3. предложи улучшенную версию ответа до 50 слов;
4. задай следующий вопрос.

Чередуй темы: острота проблемы, сегмент, альтернативы и White space, подтверждение спроса, reason to believe, реалистичность первой версии, медицинские/регуляторные риски, бизнес-модель, этика и данные.