

КОНТЕНТ ДЛЯ НИШ

100 сценариев сторис для эксперта:

вопросы,
примеры,
разборы



Мария Власова

**100 сценариев сторис
для эксперта: вопросы,
примеры, разборы**

«Автор»

2026

Власова М.

100 сценариев сторис для эксперта: вопросы, примеры, разборы /
М. Власова — «Автор», 2026

Как регулярно выходить в сторис, не повторяться и не сводить экспертный блог к советам и продажам? В книге собраны 100 готовых сценариев для консультантов, преподавателей, авторов курсов и специалистов, которые продвигают знания и услуги в социальных сетях. Каждый сценарий рассчитан на 5 или 6 кадров. Внутри есть задача публикации, готовые формулировки, стикер, варианты адаптации под разные ниши, границы подачи и подсказки по монтажу. Можно выбрать подходящую связку, заменить примеры на свои и быстро собрать серию сторис. Сценарии выстроены по этапам доверия аудитории. Они помогают познакомить подписчиков с вашим подходом, объяснить сложное, показать рабочий процесс, ответить на сомнения и мягко подвести к выбору услуги. Без давления, ложной срочности и обещаний, которые нельзя подтвердить. Книга пригодится, когда идеи закончились, времени мало, а публиковать случайный контент не хочется.

© Власова М., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Как пользоваться банком сценариев	5
Доверие через ясность	6
1. С чем я действительно могу помочь	7
2. Как я принимаю профессиональные решения	8
3. Что я проверяю перед рекомендацией	9
4. Мой критерий хорошего результата	10
5. Почему я не обещаю быстрый результат	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

100 сценариев сторис для эксперта: вопросы, примеры, разборы

Как пользоваться банком сценариев

Экспертные сторис не обязаны изображать бесконечную близость, превращаться в лекции или подталкивать к покупке через тревогу. Лучше работает одна понятная мысль, которую зритель успевает увидеть и проверить. За несколько кадров можно показать ход решения, назвать важный критерий, обозначить предел совета и предложить следующий шаг. Доверие здесь строится на последовательности и уважении к выбору человека.

В книге собраны сто готовых сценариев. Это не темы и не одиночные «хуки», а связки на пять–шесть кадров. В одних сначала появляется вопрос, в других — рабочая ситуация, сравнение или короткий фрагмент процесса. После кадров указаны стикер, варианты адаптации и границы подачи. Банк подойдёт консультантам, преподавателям, специалистам творческих и деловых профессий, авторам образовательных продуктов и другим экспертам, которые продают знания, работу или сопровождение.

Выбирайте сценарий по вопросу аудитории. Новому зрителю нужно понять, кто вы и как принимаете решения. Тому, кто читает вас давно, полезнее увидеть метод, рабочий процесс и критерии выбора. Перед покупкой людям обычно нужна конкретика: что входит в формат, сколько участия потребуется, кому он не подходит и что произойдёт сначала. Поэтому сценарии разделены на шесть групп по этапам доверия и типам вопросов.

Обычно связка занимает пять–шесть кадров. Это редакционное ограничение, а не правило платформы. Один сценарий держится на одной мысли. Если фраза не помещается без мелкого текста, разделите её или сократите. Если для понимания нужны десять уточнений, часть материала лучше перенести на другой день. Не пытайтесь доказать всю компетентность за одну публикацию: один ясный вывод полезнее плотного конспекта.

Готовые формулировки можно брать почти дословно, но факты нужно заменить на свои. Не придумывайте результаты клиентов, сроки, цифры и отзывы. В примерах безопаснее показывать ход решения, смену критерия или найденную ошибку, чем обещать универсальный эффект. В медицинских, юридических, финансовых и других помогающих темах прямо обозначайте границы компетенции. Сторис не заменяют индивидуальную диагностику и официальную консультацию.

Стикер нужен не ради реакции любой ценой. Он помогает зрителю определить свою ситуацию, выбрать вариант или задать уточнение. В опросе оба ответа должны быть честными: не ставьте человека в позицию, где один вариант выглядит разумным, а второй — глупым. Окно вопросов тоже лучше сужать. Формулировка «какой этап выбора сейчас непонятен?» даст больше полезных ответов, чем «спросите меня о чём угодно».

Призыв к действию не обязан вести к покупке. Можно предложить сохранить мысль, проверить критерий на своей ситуации, ответить в опросе, прислать вопрос или открыть описание услуги. Коммерческий переход уместен, когда он продолжает тему: задача уже объяснена, границы названы, а формат действительно подходит. Оставляйте человеку право просто забрать полезную мысль и ничего не покупать.

Перед публикацией прочитайте связку вслух. Уберите обвинения, дистанционные диагнозы, ложную срочность и обещания результата. Проверьте, получает ли зритель пользу до призыва. Затем убедитесь, что пример можно подтвердить, а ограничение написано обычным языком, не спрятано мелким шрифтом. После этого адаптируйте сценарий под свой голос и визуальный стиль.

Доверие через ясность

Этот раздел знакомит аудиторию с профессиональным взглядом эксперта. Здесь важны не бытовые подробности, а критерии, ограничения, принципы решений и уважение к границам клиента. Такие сценарии особенно полезны после притока новых подписчиков или в аккаунте, который стал слишком безличным и состоит почти только из советов.

1. С чем я действительно могу помочь

Задача сторис. Сразу очертить предмет работы и снизить риск завышенных ожиданий.

Этап аудитории. Первое знакомство.

Кадры.

1. **Наблюдение.** Кадр: спокойное видео в камеру, без активного оформления; подпись появляется после короткой паузы. Текст: «Есть задачи, где моя работа полезна, и задачи, где честнее сразу направить человека дальше.»

2. **Проверка.** Кадр: короткая фраза крупным шрифтом, без пояснений; текст занимает не больше трети экрана. Текст: «Как понять, относится ли ваш запрос к моей зоне компетенции?»

3. **Как я решаю.** Кадр: лицо в кадре и короткая подпись; финальная строка появляется отдельно. Текст: «Я смотрю не на красивое название проблемы, а на то, какое решение требуется: разбор, обучение, проектирование, сопровождение или помощь другого специалиста.»

4. **Ситуация.** Кадр: небольшая карточка с двумя опорными фразами; важная деталь отмечена рамкой. Текст: «Например, запрос „хочу больше уверенности“ слишком широк. Его можно уточнить до наблюдаемой задачи: подготовить выступление, выстроить разговор с командой или научиться показывать работу клиенту.»

5. **Оговорка.** Кадр: лицо в кадре для короткого уточнения; ключевой элемент выделен одним акцентом. Текст: «Я не ставлю диагнозы по сторис и не обещаю решить задачу, пока не понятны контекст, ограничения и роль самого клиента.»

6. **Финал.** Кадр: финал без лишних пояснений: одно действие; подпись появляется после короткой паузы. Текст: «Оставьте себе эту рамку и сформулируйте свой запрос одним действием: что именно вы хотите научиться делать или изменить.»

Стикер. Окно вопросов: «Опишите задачу одним предложением — без личных подробностей».

В разных нишах. Консультант называет тип решений; преподаватель — навыки, которым обучает; дизайнер — виды задач и этапы, за которые отвечает.

Граница подачи. Не внушайте, что без вас человек обязательно ошибётся или потеряет шанс.

Монтаж. Не перечисляйте все услуги. Одной границы компетенции, одного примера и одного следующего шага достаточно.

2. Как я принимаю профессиональные решения

Задача сторис. Показать логику работы вместо общих заявлений о качестве.

Этап аудитории. Первое знакомство.

Кадры.

1. **Наблюдение.** Кадр: короткая заметка на экране; в кадре остаётся только одна мысль; вопрос появляется в том же кадре отдельной строкой. Текст: «Когда вариантов несколько, я не выбираю самый модный — я проверяю три вещи. По каким критериям эксперт решает, что предложить именно сейчас?»

2. **Критерий.** Кадр: два коротких пункта в заметке; акцент остаётся на главной фразе. Текст: «Сначала я сверяю цель, затем ограничения, потом цену ошибки. Метод идёт после этих вопросов, а не до них.»

3. **Пример.** Кадр: анонимный фрагмент ситуации на экране; фон остаётся нейтральным. Текст: «Если клиенту нужен быстрый черновой результат, сложная система может быть лишней. Если решение будет использоваться годами, экономия на проверке обычно создаёт больше переделок.»

4. **Оговорка.** Кадр: текстовая карточка с ограничением. Текст: «Критерии помогают сузить выбор, но не делают решение безошибочным. При новой информации план может измениться.»

5. **Действие.** Кадр: короткий разговорный финал или текстовая карточка; второстепенные детали убраны. Текст: «Проверьте, получится ли прогнать своё решение через три пункта: цель, ограничения, цена ошибки.»

Стикер. Опрос: «Что чаще мешает решить?» — «неясная цель» / «слишком много вариантов».

В разных нишах. В обучении сравните форматы занятий; в маркетинге — каналы; в управлении — способы внедрения; в творческой работе — уровни детализации.

Граница подачи. Не изображайте свой метод единственно разумным и не высмеивайте другие подходы.

Монтаж. Держите в центре один критерий решения. Второй метод или кейс лучше вынести в отдельную связку.

3. Что я проверяю перед рекомендацией

Задача сторис. Показать внимательность и объяснить, почему хороший совет начинается с вопросов.

Этап аудитории. Присматривается.

Кадры.

1. **Ситуация.** Кадр: небольшой фрагмент рабочего процесса без личных данных; вопрос появляется в том же кадре отдельной строкой. Текст: «Иногда самый полезный ответ — не совет, а ещё один уточняющий вопрос. Что нужно узнать до того, как рекомендовать инструмент, формат или стратегию?»

2. **Как принимается решение.** Кадр: мини-схема без дополнительных веток. Текст: «Я проверяю исходную точку, желаемое изменение, доступные ресурсы и условия, которые нельзя нарушить.»

3. **Случай.** Кадр: короткий рабочий эпизод без частной информации. Текст: «Совет „делайте больше контента“ бессмысленен, если проблема не в частоте, а в непонятном предложении. Совет „повышайте цену“ опасно давать без понимания экономики и позиции продукта.»

4. **Предел.** Кадр: место, где стоит остановиться и свериться. Текст: «Сторис не заменяют полноценный сбор данных. Публичная рамка помогает подготовиться, но частное решение требует контекста.»

5. **Следующий шаг.** Кадр: короткая инструкция для продолжения. Текст: «Перед следующим советом, который вы собираетесь применить, задайте себе: „каких данных здесь не хватает?“»

Стикер. Квиз: «Что проверять первым?» — варианты с правильным ответом «задачу и контекст».

В разных нишах. Юрист показывает перечень вводных без правового заключения; наставник — исходные навыки; специалист по сервису — путь клиента и точку сбоя.

Граница подачи. Не превращайте осторожность в демонстрацию превосходства над теми, кто даёт простые советы.

Монтаж. Не перегружайте кадры уточнениями. Покажите, каких данных не хватает до совета, и остановитесь.

4. Мой критерий хорошего результата

Задача сторис. Сделай качество наблюдаемым и отдели его от громких обещаний.

Этап аудитории. Присматривается.

Кадры.

1. **Контекст.** Кадр: короткая заметка на экране; важная деталь отмечена рамкой. Текст: «„Хорошо“ — слишком расплывчато. В работе мне нужен критерий, который можно проверить.»

2. **Вопрос.** Кадр: текстовый кадр с одним вопросом; фон остаётся нейтральным. Текст: «По чему мы поймём, что задача действительно решена?»

3. **Критерий.** Кадр: два коротких пункта в заметке; подпись появляется после короткой паузы. Текст: «Критерий должен описывать не настроение эксперта, а изменение в действиях, системе или качестве решения клиента.»

4. **Пример.** Кадр: анонимный фрагмент ситуации на экране; текст занимает не больше трети экрана. Текст: «Для консультации результатом может быть ясный план с приоритетами и зонами риска. Для обучения — способность выполнить действие без подсказки. Для проекта — согласованный и проверяемый результат по брифу.»

5. **Предел.** Кадр: текстовая карточка с ограничением; финальная строка появляется отдельно. Текст: «Даже хороший критерий не гарантирует одинаковый итог у всех: на него влияют исходные данные, выполнение и внешние условия.»

6. **Действие.** Кадр: короткий разговорный финал или текстовая карточка; важная деталь отмечена рамкой. Текст: «Запишите один признак результата, который можно увидеть или проверить без слов „лучше“ и „успешнее“.»

Стикер. Окно ответа: «Какой признак покажет, что ваша задача решена?»

В разных нишах. Психологическая практика говорит о навыке или наблюдаемом изменении, не об излечении; преподаватель — о выполненной задаче; B2B-эксперт — о принятом процессе.

Граница подачи. Не обещайте точный итог там, где он зависит от клиента, рынка, здоровья или третьих лиц.

Монтаж. Выберите один проверяемый признак результата. Финал должен предлагать одно понятное действие.

5. Почему я не обещаю быстрый результат

Задача сторис.Объяснить профессиональную осторожность без оправданий и запугивания.

Этап аудитории.Сравнивает экспертов.

Кадры.

1. **Наблюдение.**Кадр: простое сравнение на о

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.