

КАК СОЗДАТЬ ЦИФРОВОЙ ПРОДУКТ ЗА 7 ДНЕЙ

Пошаговый план: от идеи и проверки спроса
до готового продукта и первых продаж

- ✓ Готовый план на каждый день
- ✓ Шаблоны и примеры
- ✓ AI-подсказки для быстрого создания
- ✓ Стратегия продаж
- ✓ Практические советы

СОЗДАЙТЕ
СВОЙ ПЕРВЫЙ
ЦИФРОВОЙ
ПРОДУКТ
УЖЕ ЗА
7 ДНЕЙ



ВЫБОР
ИДЕИ



ПРОВЕРКА
СПРОСА



СОЗДАНИЕ
ПРОДУКТА



УПАКОВКА
И ЦЕНА



ПУБЛИКАЦИЯ
И ПРОДВИЖЕНИЕ



ПЕРВЫЕ
ПРОДАЖИ

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

Виктория Кабанец

**Как создать цифровой
продукт за 7 дней**

«Автор»

2026

Кабанец В. В.

Как создать цифровой продукт за 7 дней / В. В. Кабанец —
«Автор», 2026

Хотите создать цифровой продукт, но постоянно откладываете запуск или не знаете, с чего начать? «Как создать цифровой продукт за 7 дней» — практическое руководство, которое проведёт вас от первой идеи до готового продукта и начала продаж. За семь дней вы выберете востребованную тему, проверите спрос, создадите структуру и первую версию продукта, подготовите название, обложку и описание, определите цену и запустите продвижение. Внутри — 50 идей цифровых продуктов, AI-промпты, шаблоны, чек-листы, 40 идей продуктов для быстрого запуска, 30 типичных ошибок, 50 вопросов перед публикацией и план действий после запуска. Главная цель книги — помочь перестать бесконечно готовиться и довести свой первый цифровой продукт до публикации.

© Кабанец В. В., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Перед стартом: главное правило семидневного спринта	6
Что можно создать за 7 дней	7
День 1. Найдите проблему, за решение которой платят	8
1.1. Формула проблемы	9
1.2. Где искать идеи	10
1.3. Оценка идеи по 5 критериям	11
День 2. Проверьте спрос до создания продукта	12
2.1. Быстрая проверка	13
2.2. Мини-интервью	14
2.3. Карта конкурентов	15
День 3. Создайте структуру, которая ведёт к результату	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Виктория Кабанец

Как создать цифровой продукт за 7 дней

Как создать цифровой продукт за 7 дней

Пошаговый план: от идеи и проверки спроса до готового продукта и первых продаж

Виктория Кабанец

Практическое руководство • 2026

Цифровой продукт не обязательно создавать месяцами. Если выбрать одну понятную проблему, ограничить объём и работать по плану, за семь дней можно подготовить первую продаваемую версию: PDF-гайд, чек-лист, шаблон, рабочую тетрадь, мини-курс, набор промптов, таблицу, планер или другой полезный материал.

Эта книга построена как рабочий спринт. Каждый день заканчивается конкретным результатом. Цель не в идеальном продукте, а в продукте, который можно показать реальным людям, получить обратную связь и улучшать на основе спроса.

Перед стартом: главное правило семидневного спринта

В течение недели вы не строите большую образовательную платформу и не создаёте «продукт на всю жизнь». Вы делаете минимальную полезную версию — достаточно качественную, чтобы покупатель получил обещанный результат, но достаточно компактную, чтобы вы действительно закончили её.

Один продукт — одна основная проблема.

Одна целевая аудитория — один понятный покупатель.

Один главный результат — без попытки научить всему.

Сначала полезность, потом украшение.

Сначала готовая версия, потом бесконечные улучшения.

Что можно создать за 7 дней

Формат

Подходит, если...

Пример результата

PDF-гайд

нужно объяснить процесс

«Как оформить первую карточку товара»

Чек-лист

важна последовательность

«50 пунктов перед запуском магазина»

Рабочая тетрадь

нужны упражнения

«30 дней контент-планирования»

Шаблоны

покупателю нужно сэкономить время

«20 шаблонов писем клиентам»

Таблица

нужны расчёты или учёт

«Калькулятор цены и прибыли»

Набор промптов

есть повторяемая AI-задача

«100 промптов для карточек товара»

Мини-курс

нужна демонстрация

«5 коротких уроков по запуску»

Пакет материалов

одного файла мало

гайд + чек-лист + шаблоны

Для первого спринта лучше выбрать формат, который можно закончить без сложной съёмки, программирования или команды. Чем меньше технических зависимостей, тем выше шанс дойти до публикации.

День 1. Найдите проблему, за решение которой платят

Слабый продукт начинается с вопроса «что бы мне создать?». Сильный — с вопроса «какую конкретную проблему я могу помочь решить быстрее, проще или понятнее?». Покупатель редко ищет ещё один PDF. Он ищет экономию времени, ясность, готовый шаблон, инструкцию, идею, структуру или уменьшение количества ошибок.

1.1. Формула проблемы

Запишите: «[Кто] хочет [результат], но ему мешает [проблема]». Например: «Начинающий продавец цифровых продуктов хочет сделать первые продажи, но не знает, что именно создать и как проверить спрос».

1.2. Где искать идеи

Вопросы, которые вам регулярно задают.

Задачи, которые вы уже научились делать быстрее других.

Повторяющиеся ошибки новичков в вашей теме.

Ручные процессы, которые можно упростить шаблоном.

Темы, по которым люди сохраняют инструкции и чек-листы.

Результаты, ради которых люди уже покупают услуги, курсы или консультации.

1.3. Оценка идеи по 5 критериям

Критерий

0–2 балла

Проблема конкретна

Есть понятный покупатель

Результат можно объяснить одной фразой

Продукт реально сделать за неделю

Вы понимаете тему достаточно, чтобы дать пользу

8–10 баллов — хорошая идея для спринта. 5–7 — сузьте тему. Ниже 5 — выберите другую идею.

Результат дня 1: одна аудитория, одна проблема, один обещанный результат и рабочее название продукта.

День 2. Проверьте спрос до создания продукта

Не нужно ждать идеального исследования рынка. За один день задача — найти признаки того, что проблема существует и люди уже ищут решения.

2.1. Быстрая проверка

Найдите похожие продукты на маркетплейсах и в поиске. Смотрите не только на наличие конкурентов, но и на формулировки.

Выпишите повторяющиеся слова из названий, описаний и отзывов.

Посмотрите, какие вопросы люди задают по теме в сообществах, комментариях и поисковых подсказках.

Найдите 5–10 альтернатив: книги, шаблоны, курсы, сервисы, консультации.

Определите, что можно сделать проще, уже, быстрее или практичнее.

Конкуренция не означает, что идея плохая. Полное отсутствие альтернатив иногда опаснее: возможно, покупатель просто не считает проблему достаточно важной.

2.2. Мини-интервью

Если у вас есть доступ к потенциальным покупателям, задайте три вопроса: «Что в этой задаче самое сложное?», «Что вы уже пробовали?», «Что помогло бы вам сделать это быстрее?». Не спрашивайте «купили бы вы мой продукт?» — люди часто отвечают вежливо, а не реалистично.

2.3. Карта конкурентов

Альтернатива

Цена

Что обещает

Что нравится

Чего не хватает

1

2

3

4

5

Результат дня 2: подтверждение проблемы и одно отличие вашего продукта.

День 3. Создайте структуру, которая ведёт к результату

Ошибка новичка — начинать писать с первой страницы и надеяться, что структура появится сама. Сначала создайте маршрут покупателя: где он находится сейчас, что должен понять, что сделать и какой результат получить.

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.