



ПРАКТИЧЕСКАЯ КНИГА ДЛЯ СЕТЕВИКОВ

ХУКИ, КОТОРЫЕ ЦЕПЛЯЮТ С ПЕРВЫХ 3 СЕКУНД

Разборы, готовые фразы и 30 золотых хуков
для Reels, Shorts и клипов ВКонтакте

Евгения Фёдорова • Нейросети в сетевом

Как пользоваться книгой

Не теория ради теории, а готовые первые фразы для твоих видео.

Я собрала хуки под реальные ситуации сетевого бизнеса: как рассказывать о продукте без навязчивости, привлекать людей в команду, показывать свой путь и отвечать на сомнения.

Формула ролика: зацепи за 1–3 секунды → покажи знакомую ситуацию → дай конкретный совет или пример → предложи следующий шаг.

Важно: сильный хук — это не обещание лёгких денег, чудесного результата или гарантированных продаж. Дальше в ролике нужно честно раскрыть то, что ты заявила в начале.

Под каждым хуком есть разбор, продолжение и идея первого кадра. Выбирай тему, говори своими словами и тестируй разные варианты.

Через боль

Когда человек узнаёт собственную проблему.

ПРИМЕР 1

«Пишешь людям о продукте, а в ответ тишина?»

Почему цепляет: Это знакомая ситуация для тех, кто продаёт через переписки.

Что сказать дальше: Покажу, как заменить сухое «купи у меня» на вопрос о потребности: «Что тебе сейчас важнее — удобство, состав или цена?»

Первый кадр: Экран телефона с обезличенным сообщением и паузой в ответах.

ПРИМЕР 2

«Каждый день выкладываешь продукт, а заказов всё нет?»

Почему цепляет: Называет разрыв между усилиями и результатом.

Что сказать дальше: Вместо пяти фото упаковки расскажи одну жизненную ситуацию, где продукт действительно уместен, и покажи его особенности без преувеличений.

Первый кадр: Лента из одинаковых товарных постов, затем один живой сюжет.

Через вопрос

Вопрос заставляет мысленно ответить.

ПРИМЕР 3

«А ты бы ответила на сообщение «Привет, есть предложение»?»

Почему цепляет: Зритель примеряет ситуацию на себя.

Что сказать дальше: Разберём, почему без контекста сообщение кажется массовой рассылкой. Лучше сначала уточнить интерес и получить согласие на подробности.

Первый кадр: Два варианта первого сообщения рядом.

ПРИМЕР 4

«Что бы ты спросила перед вступлением в сетевую команду?»

Почему цепляет: Привлекает людей, которые рассматривают сотрудничество.

Что сказать дальше: Я бы спросила про реальные расходы, обучение, обязанности, условия вознаграждения и сколько времени нужно уделять делу.

Через ошибку

Покажи распространённое действие и исправление.

ПРИМЕР 5

«Вот почему твоя презентация продукта звучит как реклама!»

Почему цепляет: Человек хочет понять, где теряет внимание.

Что сказать дальше: Если ты перечисляешь только характеристики, добавь контекст: кому продукт подходит, как его используют и какие есть ограничения.

Первый кадр: Говорящая голова и текст «только состав ≠ польза».

ПРИМЕР 6

«Не начинай знакомство с командой с обещаний дохода!»

Почему цепляет: Затрагивает доверие и важный риск.

Что сказать дальше: Лучше расскажи, что ты делаешь ежедневно, какие навыки осваиваешь, какие есть затраты и что результат у всех разный.

Через интригу

Обещай показать конкретную деталь, а не чудо.

ПРИМЕР 7

«Одна фраза изменила мой подход к перепискам!»

Почему цепляет: Есть любопытство узнать саму фразу.

Что сказать дальше: Вместо «Тебе нужен мой продукт» я стала спрашивать: «Можно уточнить, что именно ты сейчас ищешь?» Так разговор начинается с человека.

Первый кадр: Крупный план двух фраз на экране.

ПРИМЕР 8

«Я перестала делать это в сторис — и общаться стало легче!»

Почему цепляет: Открытая петля: зритель ждёт объяснения.

Что сказать дальше: Я перестала выкладывать только каталоги. Теперь показываю применение продукта, свой опыт и отвечаю на реальные вопросы аудитории.

Первый кадр: Сторис «до» — каталог, «после» — живой ответ.

Через возражение

Сними тревогу без давления.

ПРИМЕР 9

««Я не умею продавать» — знакомо?»

Почему цепляет: Прямо называет частое сомнение новичка.

Что сказать дальше: Начни не с продаж, а с умения задавать вопросы, слушать и объяснять свойства продукта. Эти навыки можно постепенно тренировать.

Первый кадр: Записка с фразой «не умею продавать».

ПРИМЕР 10

««Сетевой — это навязывание?» Давай разберёмся.»

Почему цепляет: Обращается к скепсису аудитории.

Что сказать дальше: Навязывание — это когда человек отказался, а ему продолжают писать. Этичный подход — спросить разрешение, честно объяснить предложение и уважать ответ.

Первый кадр: Два диалога: с давлением и с

Через пользу

Сразу покажи, что человек получит.

ПРИМЕР 11

«Три вопроса, которые стоит задать клиенту до рекомендации продукта.»

Почему цепляет: Обещание конкретного мини-инструмента.

Что сказать дальше: Первый: «Для чего выбираешь?» Второй: «Что уже пробовала?» Третий: «Есть ли ограничения или пожелания?»

Первый кадр: На экране три вопроса крупным текстом.

ПРИМЕР 12

«Как рассказать о продукте за 20 секунд без каталога?»

Почему цепляет: Задача понятна и применима сразу.

Что сказать дальше: Назови ситуацию, одну проверяемую особенность и честный следующий шаг: «Если интересно, покажу состав и способ применения».

Через личную историю

Личный опыт работает, если он конкретный.

ПРИМЕР 13

«Мой первый ролик про сетевой был неловким — и вот что я поняла.»

Почему цепляет: Живое признание снижает дистанцию.

Что сказать дальше: Я слишком долго представлялась и не говорила, кому полезен ролик. Сейчас начинаю с проблемы зрителя и сразу показываю решение.

Первый кадр: Два коротких фрагмента «раньше / сейчас».

ПРИМЕР 14

«Я боялась говорить о своей работе — пока не задала себе один вопрос.»

Почему цепляет: Зрителю интересно услышать внутренний поворот.

Что сказать дальше: Вопрос был такой: «Какую реальную пользу я могу показать сегодня?» Я начала делиться опытом вместо попыток понравиться всем.

Через сравнение

Контраст делает мысль наглядной.

ПРИМЕР 15

«Два способа пригласить человека в команду. Какой выберешь?»

Почему цепляет: Сравнение побуждает оценить варианты.

Что сказать дальше: Первый: «Срочно вступай, упустишь шанс». Второй: «Если рассматриваешь дополнительную деятельность, могу рассказать об условиях и затратах».

Первый кадр: Экран пополам: давление / уважение.

ПРИМЕР 16

«Каталог против истории: что интереснее смотреть?»

Почему цепляет: Показывает выбор формата контента.

Что сказать дальше: Сравни сухой список характеристик и короткий сюжет: какая задача была, как ты выбирала продукт и на что обратила внимание.

30 ЗОЛОТЫХ ХУКОВ ДЛЯ СЕТЕВИКОВ

Готовые первые фразы для роликов. Выбирай, раскрывай тему честно и проверяй, какие начала удерживают твою аудиторию.

01. Пишешь о продукте каждый день, а тебе не задают вопросов?
02. Почему знакомые перестают отвечать после слов «есть предложение»?
03. Три фразы, которые я больше не пишу потенциальным клиентам.
04. Как рассказать о сетевом без слов «успешный успех»?
05. Что показать в сторис, если сегодня нет новых заказов?
06. Не начинай ролик с названия компании — начни вот с чего.
07. А ты сама купила бы продукт после такого сообщения?
08. Одна ошибка, из-за которой твой обзор выглядит как реклама.
09. Как пригласить в команду без давления и уговоров?
10. Что я отвечаю на вопрос «А сколько реально можно заработать?»
11. Пять вопросов перед тем, как рекомендовать человеку продукт.
12. Почему фото баночки не объясняет её пользу?
13. Как снять видео о продукте, даже если стесняешься камеры?
14. Что делать, когда человек говорит: «Мне дорого»?
15. Я перестала отправлять каталог без запроса — объясняю почему.
16. Как показать рабочий день сетевики без постановки?
17. Твой первый ролик не обязан быть идеальным. Вот что важнее.
18. Почему фраза «всем подходит» может разрушить доверие?
19. Что спросить у наставника до старта в сетевом?
20. Три темы для роликов, когда кажется, что рассказать нечего.
21. Как отвечать на «я подумаю», не превращая диалог в давление?
22. О чём стоит честно предупредить нового партнёра?
23. Как показать продукт в действии без громких обещаний?
24. Почему люди смотрят истории, но пролистывают каталог?
25. С чего начать, если у тебя пока маленькая аудитория?
26. Вот как превратить один вопрос клиента в полезный ролик.
27. Что важнее в приглашении: красивые слова или ясные условия?
28. Как объяснить разницу между покупкой продукта и партнёрством?
29. Что я изменила в первых трёх секундах своих видео?
30. Сохрани эти вопросы, прежде чем записывать следующий ролик.

На что опиралась при подборе: рекомендации Meta по первым секундам и времени просмотра Reels, аналитика удержания YouTube и открытое исследование OpusClip по категориям хуков. Это авторская подборка для сетевиков, а не статистика эффективности именно этих 30 фраз.

Источники:

about.fb.com/news/2023/04/instagram-reels-trending-audio-and-gifts-updates/;

support.google.com/youtube/answer/9314415;

opus.pro/research/how-to-go-viral-instagram-reels