TRIZLY · AI-АГЕНТ ИНЖЕНЕРНЫХ, ПРОДУКТОВЫХ И БИЗНЕС-РЕШЕНИЙ

Разрешение противоречия «просто ↔ подробно» на сайте самого Trizly

Реальный кейс без анонимизации: полный ТРИЗ-разбор посадочной страницы AI-сервиса Trizly — от первой обратной связи посетителей до синтеза, адверсарной проверки и решения, которое легло в основу редизайна trizly.ru. Продукт применён к самому себе.

Тип задачи	Методология	Дата анализа	Формат
Продуктовая / маркетинг и UX	ТРИЗ: 9 фаз, 4 стратегии	29 сентября 2026	Реальный кейс продукта

1. Резюме

Остальные отчёты серии — тоже разборы реальных рабочих задач, но обезличенные по требованию клиентов. Здесь скрывать нечего: это разбор самого Trizly, и весь путь от диагноза до внедрения можно показать открыто, под настоящим именем продукта. Через несколько дней после запуска trizly.ru первые посетители, независимо друг от друга, дали одну и ту же обратную связь: разобраться, что делает сервис и что нажать, с наскока не получается — слишком много текста и элементов на входе, а решение о том, стоит ли пробовать, люди обычно принимают за секунды, а не после вдумчивого чтения. Основатель попросил разобрать эту проблему тем же агентом, который сайт и продаёт, — Trizly применён к самому себе.

Агент прошёл полный девятифазный цикл, адаптированный под продуктовую задачу: сформулировал противоречие и углубил его до корня, определил идеальный конечный результат на трёх уровнях, провёл ресурсный аудит уже существующих на сайте активов, сгенерировал решения по нескольким независимым стратегиям, объединил их в синтезированную концепцию, подверг адверсарной проверке и ранжировал. Разбор не был выполнен одним проходом: после первой связки решений («слоёная главная» с полем ввода) дальнейший стресс-тест концепции привёл к более сильному синтезу — экрану-квизу с явным обходом для тех, кто и так знает задачу, — а затем к дополнительному раунду упрощения экрана ожидания. При подготовке этой версии отчёта агент прогнал ещё один, дополнительный раунд генерации решений — именно так и должен работать инструмент, если применить его к себе: разбор не считается закрытым, а продолжает предлагать новое при каждом повторном проходе.

> **Итог:** из пяти синтезированных решений в разработку пошла связка «квиз с обходом» (0.79) — короткие шаги вместо стены текста, явная кнопка «Знаю, что спросить — описать сразу» для нетерпеливых — вместе с формой без слова «противоречие», отвязанным от текущего запроса экраном ожидания на примере из библиотеки кейсов и однокликовой обратной связью на результате, которая начинает копить данные для следующих итераций. Дополнительный раунд генерации нашёл ещё одну перспективную, но более дорогую идею — вложенный разбор барьера внутри уже найденного решения — и независимо подтвердил ценность идеи, отложенной ранее в бэклог: открытый накопительный счётчик разборов. Обе зафиксированы для следующей итерации, а не отброшены.

2. Описание задачи (кейс)

Контекст. Trizly — сервис, который проводит задачу пользователя через метод изобретателей (ТРИЗ): находит корень противоречия, формулирует идеальный результат, ищет решения в уже имеющихся ресурсах, проверяет каждое на реализуемость и отдаёт отчёт с планом внедрения. Сайт запущен незадолго до разбора. Первая обратная связь — от нескольких посетителей, не связанных друг с другом, и все они указали на одно и то же.

Обратная связь (в пересказе): много текста и элементов сразу; непонятно, за что зацепиться взглядом; решение «пробовать или нет» люди принимают быстро, и текст длиннее нескольких секунд чтения в этот момент уже не помогает, а мешает

Элементов на первом экране главной: около 30 смысловых единиц одновременно

Путь до ценности: посетитель должен выбрать одну из 7 ролей, прежде чем понять, что вообще делает сервис

Форма запуска разбора (`/app`): открывается фразой «Опишите противоречие своими словами» — самая трудная часть метода отдана пользователю, а не сервису

Мобильная версия: в hero главной видна только кнопка «Подробнее», уводящая на ещё более длинную ролевую страницу; основной CTA скрыт

Что на экране	Проблема
Надзаголовок «AI-сервис решения задач и проблем»	Так можно сказать про любой чат-бот — не видно отличия от универсального ассистента
H1 «Не выбирайте между плохими вариантами. Устраните причину выбора»	Красивый слоган, но непонятно, что именно делает продукт; посетитель не думает о своей задаче в этих терминах
7 кнопок ролей в hero	Посетитель должен определить себя профессионально до того, как понял ценность
Превью с 9 фазами (подпись 8 px), «Физическое противоречие», «Веполь · Физэффекты», «Уровень 3», балл «0.75»	Плотный жаргон метода и цифры без контекста — понятны автору, не понятны новичку («проклятие знания»)

Бизнес-давление. Простое сокращение текста рискует стереть единственное реальное отличие Trizly от диалога

с обычной нейросетью — глубину метода. Оставить как есть — значит продолжать терять посетителей до того, как они попробуют бесплатный разбор, то есть до того, как продукт вообще успеет что-то доказать.

Кейс реальный: это разбор действующего продукта Trizly (trizly.ru) самим агентом Trizly, выполненный в ходе работы над редизайном сайта. Числа по собственной воронке пока недостаточны для выводов: события уже размечены в коде, но сайт запущен недавно, и накопленных наблюдений мало — это учтено как ограничение в разделе 12.

3. Классификация типа задачи ФАЗА 0 — INTAKE+

ПРОДУКТОВАЯ ЗАДАЧА — коммуникация ценности, информационная архитектура, воронка активации.

Границы системы: главная страница, 7 ролевых лендингов, форма запуска разбора `/app`, экран ожидания анализа

Главная полезная функция: холодный посетитель понимает ценность и отправляет свою задачу в бесплатный разбор, причём формулирует её достаточно хорошо для сильного результата

Условия эксплуатации: соло-основатель, платформа Lovable, малый трафик на старте, 7 разных сегментов аудитории, первый разбор бесплатный и без регистрации, сам разбор занимает 1–3 минуты

Ограничения: нельзя показывать разным посетителям на витрине разную цену; данных воронки пока накоплено мало; каждое публичное утверждение должно быть подтверждено кодом разбора или PDF-кейсами

4. Техническое противоречие ФАЗА 1

ТП-1: Рост подробности (методология, сравнения, кейсы, цифры) → растёт когнитивная нагрузка, первый экран не понятен за несколько секунд, посетитель уходит.
ТП-2 (обратное): Рост простоты (коротко, без описания метода) → сервис выглядит как «ещё одна обёртка над нейросетью», отличие не считывается, пробовать незачем.

Для продуктовых задач Trizly использует адаптированный набор принципов ТРИЗ вместо буквальной инженерной матрицы; ниже — принципы, отобранные для этой пары требований.

№1 Сегментация | №2 Извлечение | №6 Универсальность | №13 Наоборот | №17 Переход в измерение | №25 Самообслуживание

Цепочка «почему» (углубление до корня)

1. **Почему подробность вредит?** Вся глубина подаётся одновременно, на одном уровне и всем посетителям сразу — до того, как у них появился повод в неё вникать.
2. **Почему она подаётся именно так?** Текст написан языком метода (АРИЗ, веполь, ИКР, composite score), а не языком проблемы посетителя. Это проклятие знания: автору ТРИЗ знаком, поэтому текст кажется плотным и точным; постороннему — стеной терминов.
3. **Почему вообще нужен такой объём текста?** Единственное настоящее доказательство ценности Trizly — результат на собственной задаче посетителя. Чтобы его получить, нужно написать задачу и, по сути, самостоятельно сформулировать противоречие — то есть выполнить самый трудный шаг метода до того, как поверил в сервис. Текст о методе — попытка словами закрыть разрыв, который на самом деле нужно закрывать опытом.

Физическое противоречие (Уровень 3)

Первый контакт с продуктом должен требовать усилия от посетителя — только собственная задача даёт персональное, недвусмысленное доказательство ценности — функция 1,
и одновременно не должен требовать усилия — иначе, при холодном, ещё не убеждённом посетителе, контакт просто не состоится — функция 2.

Зона конфликта: по месту — первый экран главной и ролевых страниц, а также экран формы `/app`; по времени — первые секунды визита и момент перед первым вводом текста; по условию — холодный посетитель, не знающий ТРИЗ, на мобильном устройстве (основная доля трафика лендингов).

5. Идеальный конечный результат (ИКР) ФАЗА 2

ИКР-1 (функциональный): Страница сама даёт понять ценность за несколько секунд и сама выдаёт всю глубину тому, кто её хочет, — не добавляя ни слова на первый экран.

ИКР-2 (ресурсный): Используя только то, что уже есть (реальные отчёты с цифрами, статьи блога, сам движок анализа, параметр роли из ссылки, время ожидания разбора), страница остаётся короткой для тех, кто сканирует, и глубокой для тех, кто проверяет, — причём глубина появляется по запросу посетителя или в момент, когда он уже вложился, а не заранее.

ИКР-3 (предельный — устранение элемента): Лендинга, объясняющего продукт, не существует вообще — объяснение происходит: продукт сам показывает себя на задаче посетителя. Первый шаг продукта и есть лендинг.

6. Ресурсный анализ ФАЗА 3

Тип ресурса	Что доступно	Статус
Вещество	Публичные PDF-отчёты с реальными цифрами (доля ФОТ 14–15,5%, p95 ≈380 мс, контактное давление ниже ≈в 13 раз); статьи блога в формате «проблема → противоречие → решение → проверка»	Уже есть, почти не используются на самом лендинге
Свойство	Естественная формулировка дилеммы «и X, и Y» — понятна без знания ТРИЗ	Бесплатно, не задействовано в заголовках
Время	1–3 минуты ожидания анализа — окно, где у пользователя уже есть мотивация и внимание	Сейчас потрачено на голые спиннеры фаз
Поле/ функция	Движок Trizly, способный сам сформулировать противоречие из простых ответов «что улучшить / что портится»	Не используется — трудный шаг сейчас отдан пользователю
Информация	Параметры `role`, `utm_*`, предзаполнение задачи по кейсу — персонализация по источнику трафика	Механизм уже реализован в коде
Вредный → полезный	Жаргон метода (АРИЗ, веполь, composite score) — сейчас создаёт стену терминов	Может стать знаком экспертизы, но только в отдельном слое «для скептиков»

Производный ресурс: сама обратная связь первых посетителей — готовый источник формулировок для нового текста и критерий 5-секундного теста «что это, для кого, что нажать».

7. Генерация решений — 4 параллельные стратегии ФАЗА 4

Ниже — необработанные решения по каждой стратегии до объединения (Фаза 5) и проверки (Фаза 6). Для продуктовых задач Trizly использует адаптированный набор принципов и су-польные аналогии вместо буквального инженерного су-поля.

A. Принципы (продуктовый набор)

- **№17 Переход в другое измерение** — прогрессивное раскрытие: страница строится слоями по времени внимания (секунды → минута → «как это устроено» по запросу), а не одним плоским полотном.
- **№25 Самообслуживание** — форма сама формулирует противоречие из пары простых ответов пользователя вместо того, чтобы просить его сделать это самостоятельно.
- **№13 Наоборот** — не страница объясняет продукт, а продукт начинается прямо на странице: поле ввода в hero вместо описания метода перед полем.
- **№1 Сегментация** — единица сайта — не роль («инженер», «маркетолог»), а узнаваемая дилемма («и быстрее, и без роста ФОТ»).
- **№6 Универсальность** — квиз с явным обходом: один и тот же вход обслуживает и тех, кто хочет пройти по шагам, и тех, кто уже знает задачу и хочет написать её сразу.
- **№2 Извлечение** — методология (АРИЗ, композитный балл, 9 фаз) выносится с лендинга в отдельный слой «Как это устроено» для скептиков и инженеров.
- **№10 Предварительное действие** — короткое «зеркало» после первых ответов квиза («ваша загвоздка: …») подтверждает, что посетителя поняли, ещё до полного анализа.
- **№7 Вложение** — если найденное решение само упирается в собственный конфликт, внутрь него можно вложить ещё один цикл разбора, а не оставлять решение «как есть» (используется в дополнительном раунде генерации, см. конец раздела 8).

B. Су-польная аналогия

Модель: S1 (посетитель) — F (интерфейс/когнитивная нагрузка) → S2 (функциональность и глубина продукта); поле сейчас неполное — нет посредника, фильтрующего взаимодействие под конкретного человека.

- Ввести S3 = адаптивный слой (квиз, параметр роли, предзаполнение по источнику), который показывает только релевантный срез сложности.
- Стандарт «достройка системы» — S3 как движок онбординга, раскрывающий подробность по мере роста интереса посетителя, а не сразу всю.
- Персонализация на основе источника перехода — часто одна и та же дилемма поднимается выше для конкретного канала трафика (реклама на инженеров показывает инженерный пример).
- Ввести измерительное поле в конце цикла — однокликовая реакция «помогло разобраться?» на результате разбора превращает каждого реального посетителя в источник данных для будущих итераций, а не только в гипотетический бенчмарк.

C. Аналогии физических эффектов

- **Прогрессивное раскрытие (progressive disclosure)** — постепенное раскрытие сложности по мере роста экспертизы или интереса пользователя, аналог систем уровней в играх и профессиональном ПО.
- **Разделение по осведомлённости (уровни Шварца)** — объём объяснения зависит от того, знает ли посетитель о своей проблеме и о существовании метода её решения, а не одинаков для всех.
- **Асимметричная потребность в объяснении** — часть аудитории («интуитивные» посетители) быстрее приходит к ощущению «я понял продукт» при меньшем объёме текста, часть («скептики») — только при большем; оба чувства возникают у разных людей на разном объёме, а не у всех одновременно на одном и том же.

D. ARIZ-85V

Не потребовалось: три независимые стратегии дали пересекающиеся, взаимно усиливающие решения (квиз как су-польный посредник и как принцип «наоборот» одновременно), лучший синтезированный вариант набрал 0.79 по составному критерию, а ИКР-3 («продукт объясняет себя сам на задаче посетителя») практически достигнут решением «квиз с обходом» — критерий перехода к полному циклу ARIZ не выполнен.

Принципы разделения противоречивых свойств

- **По времени:** простота — в первые секунды визита; подробность — на экране ожидания (1–3 минуты, где посетитель уже вложился) и на отдельной странице по явному запросу.
- **По месту:** главная и квиз — предельно просты; методология, сравнения и полный пример отчёта — на `/how-it-works` / `/product`.
- **По условию:** глубина зависит не от воли автора, а от того, кто пришёл — источник трафика, роль, явный клик «как это устроено» определяют, сколько подробности показать.
- **Целое/часть:** ядро сайта (вход в разбор) остаётся простым для всех; только отдельные, добровольно посещаемые модули (страница методологии, кейсы) несут полную глубину.

8. Синтез решений ФАЗА 5

Синтез прошёл в несколько раундов. Первый дал связку «слоёная главная + поле в hero»; при дальнейшем стресс-тесте эта связка была пересобрана в более сильный синтез — квиз с явным обходом, — решение про экран ожидания позже было ещё раз упрощено отдельным раундом ревизии, а при подготовке этой версии отчёта добавлен ещё один раунд генерации (конец раздела).

1. Квиз с обходом

Главная становится квизом из четырёх коротких шагов: сфера задачи → что улучшить → что портится → свободное описание ситуации (2–3 предложения, с предзаполненным шаблоном и зеркалом «ваша загвоздка: хотите X — но тогда Y»). Для тех, кто и так знает, что писать, — явная кнопка «Знаю, что спросить — описать сразу», пропускающая шаги. Старая подробная главная и ролевые страницы не удаляются, а переезжают на `/product` и `/for/<роль>`. Принципы №25, №13, №6; су-польный посредник S3.

2. Форма без слова «противоречие»

Вместо «Опишите противоречие своими словами» — пара простых вопросов «Что хотите улучшить?» и «Что при этом портится?». Противоречие формулирует движок, а не посетитель. Это устраняет самый трудный шаг метода из точки входа. Принцип №25.

3. Слоёная подробность: методология переезжает, а не исчезает

АРИЗ, 9 фаз, композитный балл, таблица сравнения с обычной нейросетью — всё это остаётся, но не на входе: отдельная страница «Как это устроено» для скептиков и B2B-покупателей, плюс тот же материал в человеческой формулировке на экране ожидания, где внимание уже удержано. Принципы №2, №17.

4. Экран ожидания как рассказ о ценности (упрощённая версия)

Первая версия планировала показывать формулировку противоречия текущего разбора пользователя ещё до завершения проверки скептиком — потребовало бы менять поток событий движка и добавляло риск показать сырой, недоработанный результат. После дополнительного раунда упрощения решение стало надёжнее и дешевле: кадры ожидания рассказывают историю на одном уже опубликованном примере из библиотеки кейсов, подобранном по той же сфере, — а настоящая задача пользователя по-прежнему решается полностью и по-настоящему на сервере, просто не иллюстрируется вживую. Принципы №17 (аналогия из стратегии С), су-стандарт «уже присутствующий в системе ресурс» (готовые PDF-кейсы).

5. Однокликовая обратная связь на результате

Под результатом разбора — один ненавязчивый вопрос: «Помогло разобраться?» с двумя вариантами ответа в один тап, без модального окна и без обязательного комментария. Дешёвый, но настоящий канал данных о реальном опыте пользователей, который со временем можно использовать для доработки базы знаний и промптов — то есть сам продукт постепенно накапливает материал для собственного улучшения. Принцип су-поля «измерительное поле из уже происходящего действия», стратегия В.

Дополнительный раунд генерации (при подготовке этой версии отчёта)

Чтобы отчёт можно было честно опубликовать как подтверждение того, что инструмент способен улучшать сам себя, а не как витрину одного удачного захода, агент прогнал ещё один раунд генерации специально для этой версии. Результат — два направления, ни одно из которых пока не входит в ранжирование раздела 9: одно взято в бэклог как самостоятельная задача, второе независимо подтвердило ценность идеи, уже отложенной раньше.

Вложенный разбор барьера (в бэклог)

Если найденное решение само упирается в собственный конфликт — например, у однокликовой обратной связи следующий вопрос: «а если отзывов придёт слишком мало, чтобы делать выводы?» — вместо того чтобы решать это вручную, можно запустить внутри уже готового разбора ещё один цикл ТРИЗ-анализа именно для этого барьера. Принцип №7 (вложение): разбор внутри разбора вместо одного плоского прохода. Идея признана перспективной, но инженерно более дорогой — нужен интерфейс для «раскрытия» вложенного цикла, а не просто ещё один вызов модели, — поэтому она отправлена в бэклог, а не в ближайшую разработку.

Накопительный открытый счётчик разборов (подтверждение отложенной идеи)

Независимо от предыдущих раундов, этот проход снова пришёл к идее публичной, анонимной статистики вида «Trizly разобрал N задач» и, в перспективе, витрины типов дилемм по частоте. Идея уже была отложена ранее по объективной причине — нужны согласие, обезличивание и модерация, а разборов пока мало. Повторное появление той же идеи в независимом проходе — не открытие, а подтверждение: это по-прежнему хорошая идея, просто её время ещё не пришло, и условие для возврата к ней — не дата, а объём накопленных согласий на публикацию разборов.

9. Адверсарная проверка ФАЗА 6

Каждое решение проверено «скептиком» по 4 критериям: логика, экономика, реализуемость, побочные эффекты. Проверка отдельно фиксирует, где данных для однозначного вывода не хватает.

Решение	Статус	Реализуемость	Трудоёмкость	Ключевые риски
1. Квиз с обходом	С ДОРАБОТКОЙ	4/5	Средняя	Каждый лишний шаг теряет часть людей — обход и лимит в 4 шага обязательны; квиз почти без текста слабее для поисковой индексации — компенсируется индексируемой `/product`, блогом и `/cases`
2. Форма без «противоречия»	ПОДТВЕРЖДЕНО	4,5/5	Низкая	Не всякая задача укладывается в пару «улучшить/портится» — нужны чипы «Другое» и «Не знаю, просто застрял», принимающие свободный текст
3. Слоёная подробность	ПОДТВЕРЖДЕНО	4,5/5	Низкая	Скептикам методология нужна до, а не после попытки — закрывается явной видимой ссылкой «Как это устроено», а не спрятанной
4. Экран ожидания на примере из библиотеки	ПОДТВЕРЖДЕНО	4,5/5	Низкая	Теряется мгновенный эффект «меня поняли на моих словах»; компенсируется тем, что пример всё равно из той же сферы задачи, а настоящий результат приходит следом без потери качества
5. Однокликовая обратная связь	ПОДТВЕРЖДЕНО	4,5/5	Низкая	Слишком настойчивый виджет сразу после решения задачи может раздражать — делать одноразовым, без модального окна; данные пока некому анализировать системно — сначала копить, затем подключать к улучшению промптов и базы знаний

Отклонено на этапе синтеза: «просто сократить текст» — это компромисс, а не решение противоречия: теряется отличие от универсальной нейросети без устранения самой причины перегрузки. «Чистый сторителлинг на главной» принят частично: истории работают на входных страницах для холодного трафика и в блоге, но не годятся для самой точки первого контакта, где нужна мгновенная ясность, а не повествование.

10. Ранжирование по составному критерию ФАЗА 7

Composite = Инновационность×0,30 + Реализуемость×0,30 + Стоимость×0,20 + Универсальность×0,20

№1 · Квиз с обходом — 0.79

Инновационность 0.75 · Реализуемость 0.80 · Стоимость 0.80 · Универсальность 0.80

№2 · Форма без слова «противоречие» — 0.77

Инновационность 0.60 · Реализуемость 0.90 · Стоимость 0.90 · Универсальность 0.70

№3 · Экран ожидания на примере из библиотеки — 0.75

Инновационность 0.60 · Реализуемость 0.90 · Стоимость 0.85 · Универсальность 0.65

№4 · Однокликовая обратная связь на результате — 0.74

Инновационность 0.50 · Реализуемость 0.90 · Стоимость 0.90 · Универсальность 0.70

№5 · Слоёная подробность (методология на /product) — 0.71

Инновационность 0.50 · Реализуемость 0.85 · Стоимость 0.80 · Универсальность 0.70

Рекомендованная и фактически принятая связка. Все пять решений внедряются вместе, а не по отдельности: квиз задаёт форму входа, форма без «противоречия» задаёт его содержание, экран ожидания и вынесенная на `/product` методология обеспечивают ту глубину, которая раньше стояла на входе, а однокликовая обратная связь закладывает канал данных для следующих итераций. Изначальная более простая идея («слоёная главная с

полем в hero») отклонена не как ошибочная, а как менее сильный синтез: она снимала часть проблемы, но не устраняла шаг «опишите противоречие» и не давала естественного пути для тех, кто хочет пройти по шагам, а не сразу писать текст.

11. Анализ эволюции и системный оператор ФАЗА 8

	Прошлое	Настоящее	Будущее
Надсистема	ТРИЗ учат через книги, курсы, консультантов — долго и дорого	ChatGPT как повседневный дефолт; скепсис к «ещё одной обёртке над нейросетью»; ожидание мгновенного ответа	Агенты и навыки встроены в другие инструменты — Trizly уже существует и как отдельный сервис, и как скилл
Система	Первая версия сайта, собранная по списку функций	7 ролевых страниц с подробным описанием метода на входе — конфликт простоты и полноты	Сайт как первый шаг самого продукта: квиз, ведущий прямо в диалог с методом
Подсистема	Статичный текст о методе	Форма, требующая от пользователя сформулировать противоречие самостоятельно	Поле ввода и пара простых вопросов, из которых противоречие формулирует сам движок

Закон эволюции: предел развития лендинга — его исчезновение: объясняющая страница сливается с первым шагом продукта (ИКР-3). Неравномерное развитие подсистем: движок Trizly уже прошёл девять фаз анализа и базы знаний, а входной интерфейс оставался на уровне «опишите противоречие» — то есть отставала именно точка входа, а не ядро продукта.

Следующее вероятное новое противоречие: рост числа бесплатных стартов, которые даёт упрощённый вход, против себестоимости и качества разбора (каждый запуск — несколько вызовов модели). Кроме того, для части B2B-покупателей (консультанты, технические директора) чрезмерная простота входа может снижать доверие к глубине метода — решение заложено в слое «Как это устроено» и в самих PDF-отчётах с реальными расчётами.

12. Внешние данные, использованные при углублении противоречия

В отличие от инженерных кейсов серии, здесь роль «расчёта» играют внешние исследования по юзабилити и конверсии, использованные для оценки остроты противоречия (Фаза 1) и для проверки решений (Фаза 6).

12.1. Сколько текста реально читают

За средний визит пользователь успевает прочитать не более ≈28% слов страницы, реалистично — около 20% (Nielsen Norman Group, «How Little Do Users Read»)
Практическое следствие для Trizly: около 30 смысловых элементов на первом экране означает, что посетитель физически не может «прочитать всё» за то время, что готов уделить странице

12.2. Уровень текста и конверсия

Unbounce, отчёт по 57 млн конверсий и 41 тыс. страниц (2024): тексты уровня 5–7 класса конвертируют в среднем 11,1% против 5,3% у текстов профессионального/экспертного уровня — разница более чем в два раза
Оговорка: это корреляционные данные (наблюдение по большому массиву реальных страниц), а не контролируемый эксперимент, но направление эффекта однозначное и подтверждается на очень большой выборке

12.3. Почему «просто сократить» — не решение

Исследование CXL по вовлечённым и невовлечённым посетителям («explanation fiends vs foes») показывает: обеим группам нужно разное количество объяснений, чтобы почувствовать «я понял продукт», — не «меньше текста для всех», а разный объём для разных людей
Это прямое эмпирическое обоснование решения «слоёная подробность» вместо решения «просто сократить текст»

12.4. Ограничения модели

- У trizly.ru на момент анализа мало накопленных данных воронки: события уже размечены в коде, но сайт запущен недавно, и наблюдений пока не хватает для статистических выводов; часть визитов дополнительно не видна до согласия на cookie в счётчике — компенсируется серверным подсчётом запусков разбора (раздел 13).
- Обратная связь первых посетителей — сильный качественный сигнал (независимые люди, одна и та же формулировка проблемы), но не статистика; количественная проверка запланирована 5-секундным тестом и накоплением размеченных событий (раздел 13).

13. Как проверить результат, а не гадать

Метод	Что показывает	Когда применяется
5-секундный тест	5–7 человек из ЦА смотрят на первый экран (с телефона) 5 секунд и отвечают на три вопроса: «Что делает сервис?», «Для кого?», «Что бы вы нажали?». Проходной балл — 4 из 5 верных ответов на первый и третий вопрос	До выпуска нового варианта и сразу после — прямое сравнение
Новые события под квиз	Аналитика в целом уже работает; под новый квиз добавляются свои события по шагам (какой шаг открыт, какая сфера и пара выбраны, где произошёл возврат) — без них не видно, на каком шаге теряются люди	Внедряется вместе с новой версией
Запись сессий (вебвизор)	При малом трафике записи сессий дают больше сигнала, чем проценты конверсии: видно самое место, где посетитель застревает	Первые 2 недели после запуска новой версии
Серверный счётчик запусков	Число запусков разбора (гости и вошедшие) независимо от того, догрузился ли счётчик в браузере, — честный знаменатель воронки, дополняющий уже собираемую аналитику	Постоянно, как основа для решений о трафике

Критерий успеха. Рост доли запусков разбора от визитов главной относительно базового замера, без падения доли завершённых качественных разборов и без ухудшения качества присылаемых задач. Числовые цели по конверсии фиксируются только после накопления достаточного объёма наблюдений — на старте данных для точных цифр попросту мало, и заявлять точные проценты заранее значило бы обещать больше, чем сейчас можно подтвердить.

14. Дорожная карта внедрения (как фактически шла работа)

Этап	Действие	Результат
1	Разбор первой обратной связи посетителей и кода сайта; формулировка противоречия и ИКР	Диагноз: сайт продаёт устройство метода, а не результат
2	Первый синтез: «слоёная главная» с полем ввода в hero, методология — на отдельную страницу	Рабочее, но не самое сильное решение — принято как черновик ТЗ v2
3	Дополнительный стресс-тест концепции по инициативе владельца продукта: «а что если это вообще квиз?»	Более сильный синтез — квиз с явным обходом для тех, кто уже знает задачу (ТЗ v3)
4	Дополнительное упрощение решения «экран ожидания»: отвязка демонстрации ценности от живых, ещё не проверенных данных текущего разбора	Более простой и надёжный вариант — рассказ на примере из библиотеки кейсов вместо обнажения сырых промежуточных результатов (ТЗ v4)
5	Дополнительный раунд генерации при подготовке этой версии отчёта	Однокликовая обратная связь вошла в синтез; вложенный разбор барьера и открытый счётчик разборов — зафиксированы в бэклоге
6	Реализация по последовательным промптам с проверкой на мобильном и десктопе после каждого	В процессе — критерий приёмки: 5-секундный тест и чек-лист по разделу 13

15. Чему учит этот разбор о самом методе

Синтез — это процесс, а не единственный проход. Первая связка решений («слоёная главная») была логичной и прошла бы проверку скептиком — но при дальнейшем стресс-тесте нашёлся более сильный синтез (квиз), который не отменяет первую идею, а перекомпоновывает её элементы вокруг лучшего идеального конечного результата. ТРИЗ-разбор не гарантирует, что первый синтез — окончательный; он даёт язык и критерии, чтобы заметить, когда стоит собрать решения ещё раз.

Инструмент, который учит искать решения без компромиссов, обязан выдерживать эту проверку на себе. Дополнительный раунд генерации в этой версии отчёта — не косметика для публикации. Если продукт утверждает, что помогает находить решения без компромиссов, самый честный способ это подтвердить — постоянно находить новые направления для самого себя, а не останавливаться на первом приемлемом синтезе и выдавать его за окончательный.

продукта — самого Trizly. В отличие от остальных отчётов серии, данные здесь не иллюстративные: это подлинная работа над сайтом trizly.ru, выполненная в сентябре 2026 года.

16. Приложение: инструменты ТРИЗ, использованные в анализе

Адаптированные принципы изобретательства (продуктовый набор) | Су-польная аналогия | Аналогии физических эффектов и уровней осведомлённости | Принципы разделения (время/место/условие/целое-часть) | ИКР (3 уровня) | Ресурсный чек-лист (6 типов) | Системный оператор | Законы эволюции технических систем | Адверсарная верификация | Многокритериальное ранжирование | Внешние источники: NN/g, Unbounce Conversion Benchmark, CXL