

# Приклад експрес-розбору

Спеціаліст у сфері аудіопродакшну: рутинна, дохід і нові формати послуги

## Демонстраційний приклад

Ім'я, деталі та частина формулювань змінені. Документ показує приблизний формат експрес-розбору, а не повну консультаційну роботу.

## 1. Запит клієнта

Мене звати Олександр. Я працюю у сфері аудіопродакшну: реклама, озвучка, монтаж, постпродакшн.

Є стабільна завантаженість, досвід і нормальний професійний рівень, але останнім часом відчуваю обмеження:

- часу постійно не вистачає;
- багато процесів робиться вручну;
- дохід напряду залежить від кількості особистих годин;
- складно брати більше задач без втрати якості;
- хочеться зрозуміти, що реально можна спростити або посилити інструментами.

Потрібен короткий практичний погляд: де є точка росту, що можна прискорити і з чого почати без повної перебудови роботи.

## 2. Короткий висновок

### Головний вузол

Питання не в тому, щоб “вивчити більше інструментів”. Головний вузол — у моделі роботи, де ріст доходу впирається в особистий час спеціаліста.

Тому задача не в тому, щоб додати ще більше сервісів у роботу. Задача — знайти 1–2 процеси, які найбільше забирають ресурс, і поступово зібрати навколо досвіду спеціаліста швидший виробничий шар.

## 3. Що зараз не головне

На цьому етапі не варто:

- тестувати одразу багато інструментів;
- повністю перебудовувати робочий процес;
- продавати себе як “дешевшу автоматизовану озвучку”;
- намагатися замінити професійну якість швидкістю;
- вкладати місяці в навчання без зрозумілого комерційного результату.

Цінність спеціаліста не в тому, щоб робити дешевше. Цінність — у професійному слуху, досвіді, розумінні реклами, темпу, інтонації та фінальному контролі якості.

## 4. Де може бути точка росту

Перший напрям — не “автоматизувати все”, а прибрати частину повторюваної рутини.

- чернова підготовка звуку;
- транскрибація і пошук потрібних фрагментів;
- підготовка різних версій одного ролика;
- локалізація під різні міста, мови або акції;
- пакетні формати для клієнтів.

Головна ідея: інструменти мають не замінити спеціаліста, а зняти частину технічного навантаження навколо нього.

## 5. Приклади інструментів

У повному розборі також були позначені конкретні інструменти під окремі задачі.

Задача	Приклади інструментів	Для чого
Чернова чистка голосу	Adobe Podcast Enhance, Auphonic, ...	шум, реверберація, loudness, первинна підготовка запису
Транскрибація і пошук по аудіо	Whisper, Descript, ...	розшифровка, пошук фрагментів, монтаж по тексту
Voice production / voice cloning	ElevenLabs, Respeecher, ...	чернові версії, локалізації, швидкі варіанти ролика

## 6. Можливі нові формати послуги

<b>Аудіоролик за 24 години</b> Клієнт отримує готовий результат: текст, голос, монтаж, музика, фінальна версія.	<b>Пакет локалізацій</b> Один ролик -> кілька версій: міста, дати, ціни, акції або мови.	<b>Голос бренду</b> Не разова озвучка, а впізнаваний аудіостиль: голос, подача, джінгл, шаблони.
--	---	---

Це переводить послугу з “виконавчої роботи” в більш сильну комерційну пропозицію.

## 7. 3 наступні кроки

### Крок 1. Обрати один процес, який найбільше забирає час

Не брати все одразу. Наприклад: чистка звуку, пошук по архіву, підготовка версій ролика.

### Крок 2. Протестувати 1–2 інструменти тільки на цьому процесі

Перевірити конкретний ефект: скільки часу реально економиться і чи не падає якість.

### Крок 3. Сформулювати один новий комерційний формат

Наприклад: аудіоролик за 24 години, пакет локалізацій, аудіоформлення бренду.

## 8. Що можна розібрати окремо

- упаковку послуги;
- цінову модель;
- перелік інструментів під конкретний робочий процес;
- комерційну пропозицію для клієнтів;
- формат просування нової послуги;
- перехід від разових задач до пакетних пропозицій.

## Підсумок

### Перший реалістичний рух

Вибрати один процес, який забирає найбільше часу, прискорити його без втрати якості і на цій основі протестувати новий формат послуги.