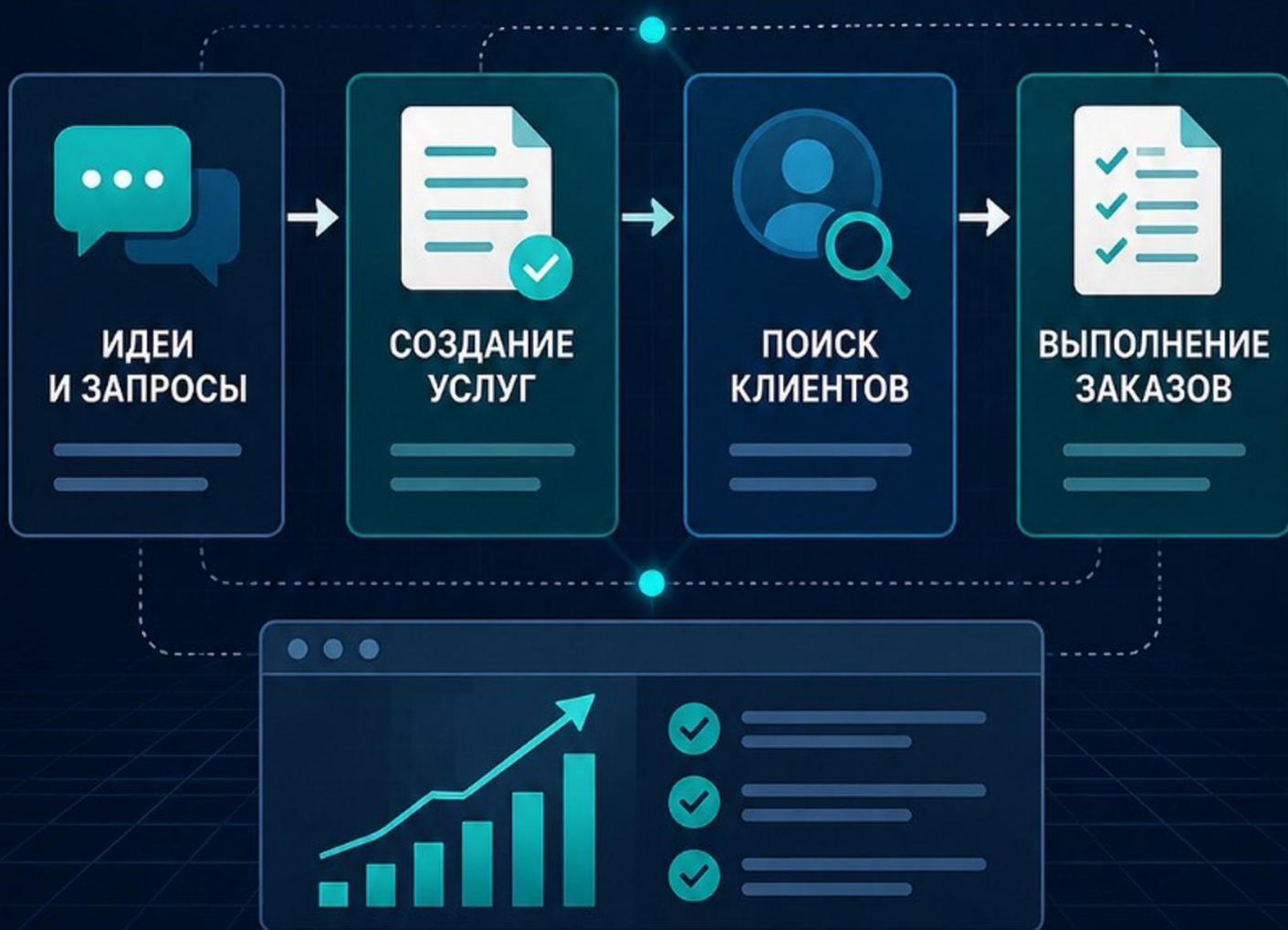


Как зарабатывать с ChatGPT

Практическая система
создания услуг, поиска клиентов
и выполнения заказов



Иаков Суслов

**Как зарабатывать с ChatGPT
расширенное издание**

«Автор»

2026

Суслов И.

Как зарабатывать с ChatGPT расширенное издание / И. Суслов —
«Автор», 2026

ChatGPT способен за несколько секунд подготовить текст, структуру, идею или черновик. Но сам по себе доступ к нейросети ещё не является услугой, за которую клиент готов платить. Эта книга поможет превратить ChatGPT из инструмента для экспериментов в часть понятного рабочего процесса. Вы узнаете, как выбрать направление, создать востребованную услугу, собрать портфолио без выдуманных клиентов, рассчитать цену и найти первые заказы. В книге подробно разобран весь путь исполнителя: от первого сообщения потенциальному клиенту и составления технического задания до проверки результата, обработки правок, получения отзыва и перехода к постоянному сотрудничеству. Внутри вы найдёте готовые промпты для клиентских задач, анкеты и шаблоны технических заданий, сообщения для общения с заказчиками, чек-листы проверки, таблицы учёта клиентов, заказов, времени и дохода, семидневный и тридцатидневный планы действий, а также рабочую тетрадь исполнителя.

© Суслов И., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Выходные данные	17
Аннотация	18
Как пользоваться книгой	19
Оглавление	20
Введение. Почему начать можно без опыта	21
ChatGPT не зарабатывает деньги вместо вас	22
Для кого написана эта книга	23
Какой результат вы получите	24
За что платит клиент	25
Почему новичок тоже может начать	26
Как работать с этой книгой	27
Часть I. Подготовка	28
Глава 1. ChatGPT как рабочий инструмент	28
Что такое ChatGPT простыми словами	28
Помощник, а не готовый специалист	28
Какие задачи можно поручить ChatGPT	29
Создание черновика	29
Генерация идей	29
Редактирование	29
Структурирование информации	29
Подготовка вариантов	30
Что нельзя доверять ChatGPT без проверки	30
Правило трёх этапов	30
Этап 1. Постановка задачи	30
Этап 2. Работа с ChatGPT	31
Этап 3. Человеческая проверка	31
Почему клиент платит человеку	31
Главные ошибки новичков	32
Ошибка 1. Копировать первый ответ	32
Ошибка 2. Давать слишком короткое задание	32
Ошибка 3. Не проверять факты	32
Ошибка 4. Обещать слишком много	32
Ошибка 5. Передавать конфиденциальную информацию	32
Первый рабочий промпт	33
Роль	33
Задача	33
Контекст	33
Требования	33
Формат	34
Практическое задание	34
Проверка результата	34
Чек-лист первой главы	35
Глава 2. Как получать качественные ответы от ChatGPT	36
Хороший результат начинается не с ответа	36
Что такое промпт	37

Формула рабочего промпта	37
1. Цель	37
2. Роль	38
3. Контекст	38
4. Исходные данные	39
5. Требования	39
6. Формат результата	40
Полный пример промпта	40
Почему первый ответ часто бывает слабым	41
Недостаточно данных	41
Неясная цель	41
Противоречивые требования	41
Слишком широкая задача	41
Ожидание идеального текста	41
Продолжайте диалог	41
Метод последовательного улучшения	42
Шаг 1. Получить черновик	42
Шаг 2. Провести самопроверку	42
Шаг 3. Уточнить требования	42
Шаг 4. Сравнить варианты	42
Шаг 5. Отредактировать самостоятельно	42
Как бороться с общими фразами	43
Как задавать стиль	43
Как использовать примеры	44
Разделяйте сложные задачи	44
Этап 1. Сбор информации	44
Этап 2. Анализ аудитории	44
Этап 3. Формулировка предложения	45
Этап 4. Контент-план	45
Этап 5. Создание материалов	45
Просите задавать вопросы	45
Как просить объяснить ответ	45
Универсальный шаблон промпта	45
Шаблоны для пяти популярных задач	46
1. Описание товара	46
2. Пост для социальной сети	46
3. Сценарий короткого видео	46
4. Редактирование текста	46
5. Контент-план	47
Проверка промпта перед отправкой	47
Практическое задание	47
Упражнение «Плохой и хороший запрос»	48
Как понять, что ответ готов	48
Итог главы	49
Глава 3. Что можно продавать с помощью ChatGPT	50
Клиент покупает не нейросеть, а результат	50
Как выбрать первую услугу	51
Три критерия хорошей стартовой услуги	51
1. Результат легко объяснить	51

2. Результат легко проверить	51
3. Услугу можно выполнить повторно	52
Направление 1. Тексты для социальных сетей	52
Что можно предложить	52
Что потребуется от клиента	52
Что может сделать ChatGPT	53
Что должен сделать человек	53
Стартовый пакет	53
Направление 2. Описания товаров	53
Что можно предложить	54
Что потребуется от клиента	54
Пример	54
Стартовый пакет	54
Направление 3. Редактирование и улучшение текста	55
Что можно предложить	55
Рабочий процесс	55
Опасность редактирования	55
Стартовый пакет	56
Направление 4. Контент-планы	56
Что можно предложить	56
Что должен содержать хороший контент-план	56
Ошибка новичка	57
Стартовый пакет	57
Направление 5. Сценарии коротких видео	57
Что можно предложить	57
Структура короткого сценария	58
Что необходимо проверить	58
Стартовый пакет	58
Направление 6. Резюме и сопроводительные письма	58
Что можно предложить	59
Какие данные нужны	59
Пример улучшения	59
Стартовый пакет	59
Направление 7. Простые инструкции и чек-листы	60
Что можно предложить	60
Что может сделать ChatGPT	60
Что нужно проверить	60
Стартовый пакет	60
Направление 8. Структуры презентаций	61
Что можно предложить	61
Пример структуры	61
Стартовый пакет	61
Направление 9. Ответы клиентам и шаблоны сообщений	62
Что можно предложить	62
Что нужно учитывать	62
Стартовый пакет	62
Какое направление выбрать новичку	62
Три рекомендуемых направления для старта	63
Вариант 1. Редактирование коротких текстов	63

Вариант 2. Описания товаров	63
Вариант 3. Публикации для малого бизнеса	64
Почему нельзя предлагать всё сразу	64
Как сформулировать первую услугу	64
Что не стоит писать в предложении	64
Как определить объём услуги	65
Как понять, что услуга готова к продаже	65
1. Есть понятное название	65
2. Описан результат	65
3. Указан объём	66
4. Установлены ограничения	66
5. Есть пример	66
Практическое задание	66
Шаг 1. Выберите направление	66
Шаг 2. Оцените варианты	66
Шаг 3. Выберите одну услугу	66
Шаг 4. Опишите результат	66
Шаг 5. Сформулируйте предложение	67
Упражнение «Один клиент»	67
Чек-лист третьей главы	67
Часть II. Создание первой услуги	69
Глава 4. Как выбрать одно направление и не распыляться	69
Главная проблема новичка — не отсутствие идей	69
Почему выбор бывает таким сложным	70
Принцип временного выбора	70
Четыре уровня выбора	71
Уровень 1. Личная пригодность	71
Уровень 2. Способность оценить качество	71
Уровень 3. Понятность предложения	72
Уровень 4. Доступность клиентов	72
Матрица выбора первой услуги	73
Метод трёх тестовых работ	74
Как отличить трудность от неподходящего направления	75
Обычная трудность	75
Неподходящее направление	75
Не выбирайте услугу только по обещанному доходу	75
Выбирайте узкую задачу, а не широкую профессию	76
Пример: от общей идеи к конкретной услуге	76
Принцип одного результата	77
Как выбрать объём первого пакета	77
Тексты для социальных сетей	77
Описания товаров	77
Сценарии видео	77
Редактирование	78
Контент-план	78
Резюме	78
Определите границы услуги	78
Что считать одной серией правок	79
Определите исходные данные	79

Для описаний товаров	79
Для публикаций	79
Для сценариев	80
Для резюме	80
Создайте минимальный рабочий процесс	80
Засекайте время	80
Тест на повторяемость	81
Проверка спроса без сложного исследования	81
Шаг 1. Найдите двадцать потенциальных клиентов	81
Шаг 2. Изучите их материалы	82
Шаг 3. Найдите признаки задачи	82
Шаг 4. Подготовьте небольшой пример	82
Не путайте отсутствие ответа с отсутствием спроса	82
Правило тридцати дней	83
Неделя 1	83
Неделя 2	83
Неделя 3	83
Неделя 4	83
Когда направление стоит изменить	83
Когда направление нужно не менять, а сузить	84
Три готовые модели для старта	84
Модель 1. Описания товаров	84
Модель 2. Публикации для бизнеса	85
Модель 3. Редактирование текста	85
Практическое задание	85
Шаг 1. Запишите три направления	85
Шаг 2. Оцените их	85
Шаг 3. Выполните три тестовые работы	85
Шаг 4. Засеките время	85
Шаг 5. Сформулируйте услугу	86
Шаг 6. Примите решение на тридцать дней	86
Пример заполненного описания	86
Чек-лист четвёртой главы	86
Глава 5. Как создать услугу, которую понятно покупать	88
Хорошая услуга отвечает на вопросы клиента заранее	88
Услуга и продукт: в чём разница	89
Начните с одного основного результата	89
Формула понятной услуги	90
Кому помогаю	90
Какую задачу решаю	90
Что создаю	91
В каком объёме	91
На каких условиях	91
Как назвать услугу	92
Как описать пользу	92
Определите состав услуги	93
Что не входит в услугу	93
Почему клиент должен предоставить исходные данные	94
Как составить анкету для клиента	94

Срок выполнения	95
Рабочие и календарные дни	95
Правки: что включить в цену	96
Что является правкой, а что новой задачей	96
Как принимать правки	96
Формат передачи результата	97
Три уровня услуги	97
Базовый	97
Стандартный	98
Расширенный	98
Пример пакетов для описаний товаров	98
Стандартный пакет	98
Расширенный пакет	98
Как определить стартовую цену	99
Не оценивайте только время в ChatGPT	99
Метод расчёта по времени	99
Метод расчёта по объёму	100
Метод фиксированного пакета	100
Почему нельзя ставить слишком низкую цену	100
Почему не стоит всё делать бесплатно	101
Стартовая цена и цена после опыта	101
Как назвать цену клиенту	102
Что делать, если клиент просит скидку	102
Срочная работа	102
Предоплата	102
Что зафиксировать до начала работы	103
Как использовать ChatGPT для создания пакета	103
Пример готовой услуги: публикации	104
Для кого	104
Результат	104
В состав входят	104
Клиент предоставляет	104
Срок	104
Не входит	104
Пример готовой услуги: описания товаров	105
Для кого	105
Результат	105
В состав входят	105
Клиент предоставляет	105
Срок	105
Не входит	105
Пример готовой услуги: редактирование	105
Для кого	106
Результат	106
В состав входят	106
Клиент предоставляет	106
Не входит	106
Карточка услуги	106
Название	106

Для кого	106
Какую задачу решает	107
Что получает клиент	107
Что входит	107
Что предоставляет клиент	107
Срок	107
Правки	107
Формат	107
Что не входит	107
Стоимость	107
Порядок оплаты	107
Практическое задание	107
Шаг 1. Назовите результат	108
Шаг 2. Определите объём	108
Шаг 3. Составьте список работ	108
Шаг 4. Определите исходные данные	108
Шаг 5. Установите срок	108
Шаг 6. Ограничьте правки	108
Шаг 7. Запишите исключения	108
Шаг 8. Рассчитайте цену	108
Шаг 9. Подготовьте короткое описание	108
Упражнение «Проверка понятности»	109
Упражнение «Лишний пункт»	109
Чек-лист пятой главы	109
Глава 6. Как создать портфолио без клиентов	110
Портфолио можно собрать до первого заказа	110
Что должно показывать портфолио	111
Сколько примеров нужно новичку	111
Выберите три похожих, но разных проекта	111
Не создавайте примеры для слишком разных аудиторий	112
Где брать задачи для учебных проектов	112
Способ 1. Вымышленный бизнес	112
Способ 2. Реальный открытый пример	113
Способ 3. Собственная ситуация	113
Способ 4. Переработка слабого текста	113
Как создать исходные данные	113
Карточка учебного проекта	114
Название проекта	114
Тип проекта	114
Задача	114
Аудитория	114
Исходные данные	114
Требования	114
Результат	114
Проверка	114
Пример учебного проекта	115
Задача	115
Аудитория	115
Исходные данные	115

Требования	115
Результат	115
Показывайте задачу, а не только готовый текст	115
Пример оформления кейса	116
Исходные данные	116
Ограничения	116
Что было сделано	116
Результат	116
Почему выбрана такая подача	116
Формат «до и после»	116
До	117
После	117
Что изменено	117
Не делайте исходный текст слишком плохим	117
Как использовать ChatGPT при создании примеров	117
Генератор черновика	117
Критик	118
Помощник по вариантам	118
Проверяющий требования	118
Помощник по сокращению	118
Не показывайте первый ответ ChatGPT	118
Создайте собственный стандарт качества	118
Соответствие задаче	119
Факты	119
Стиль	119
Структура	119
Оформление	119
Профессиональная ответственность	119
Как оформить текстовое портфолио	119
Портфолио	120
Кратко обо мне	120
Что я предлагаю	120
Пример 1	120
Пример 2	120
Пример 3	120
Как проходит работа	120
Контакт	120
Что написать о себе без опыта	120
Не делайте ChatGPT главным преимуществом портфолио	121
Как выбрать лучшие работы	121
Портфолио под конкретную аудиторию	121
Учебный проект для описаний товаров	122
Шаг 1. Выберите три товара	122
Шаг 2. Соберите характеристики	122
Шаг 3. Создайте единый шаблон	122
Шаг 4. Подготовьте промпт	122
Шаг 5. Получите несколько вариантов	122
Шаг 6. Проверьте факты	122
Шаг 7. Отредактируйте	122

Шаг 8. Оформите	122
Учебный проект для публикаций	122
Шаг 2. Определите аудиторию	123
Шаг 3. Определите факты	123
Шаг 4. Выберите пять тем	123
Шаг 5. Создайте тексты	123
Шаг 6. Проверьте повторения	123
Шаг 7. Добавьте краткое объяснение	123
Учебный проект для редактирования	123
Шаг 2. Определите проблемы	123
Шаг 3. Подготовьте редакторский комментарий	123
Шаг 4. Создайте новую версию	124
Шаг 5. Покажите сравнение	124
Как получить первый настоящий пример	124
Ограничьте объём	124
Согласуйте использование	124
Не обещайте весь проект бесплатно	124
Попросите честную обратную связь	124
Как оформить отзыв	124
Конфиденциальность	125
Ошибки новичков при создании портфолио	125
Ошибка 2. Случайный набор	125
Ошибка 3. Только готовый результат	125
Ошибка 4. Непроверенные тексты	126
Ошибка 5. Ложные клиенты	126
Ошибка 6. Слишком сложное оформление	126
Ошибка 7. Портфолио говорит только об исполнителе	126
Минимальное портфолио за один день	126
Час 1. Определите три проекта	126
Час 2. Подготовьте исходные данные	126
Часы 3–5. Создайте материалы	126
Час 6. Проверьте	126
Час 7. Оформите документ	126
Час 8. Подготовьте короткое представление	126
Шаблон портфолио	127
Краткое описание	127
Услуга	127
Проект 1	127
Задача	127
Исходные данные	127
Ограничения	127
Результат	127
Что было сделано	127
Проект 2	127
Проект 3	127
Как проходит работа	128
Контакты	128
Практическое задание	128
Шаг 1. Выберите три проекта	128

Шаг 2. Заполните карточки	128
Шаг 3. Создайте черновики	128
Шаг 4. Проведите три проверки	128
Шаг 5. Подготовьте один пример «до и после»	128
Шаг 6. Соберите единый документ	128
Шаг 7. Попросите знакомого проверить понятность	129
Шаг 8. Исправьте замечания	129
Чек-лист шестой главы	129
Глава 7. Контроль качества: как проверять работу ChatGPT	130
Первый ответ нельзя считать готовой работой	130
Почему ChatGPT ошибается уверенно	130
Четыре уровня проверки	131
Уровень 1. Соответствует ли результат задаче?	131
Уровень 2. Правдивы ли факты?	132
Уровень 3. Хорошо ли написан текст?	132
Уровень 4. Можно ли использовать результат?	133
Создайте чек-лист под свою услугу	133
Для описаний товаров	133
Для публикаций	133
Для сценариев	134
Для резюме	134
Для инструкций	134
Проверка по исходному заданию	134
Факт или рекламное предположение	135
Как проверять факты	135
Исходные данные клиента	136
Официальные документы	136
Надёжные внешние источники	136
Прямой вопрос клиенту	136
Отмечайте непроверенные места	136
Не разрешайте ChatGPT заполнять пробелы	136
Проверка чисел	137
Проверка имён и названий	137
Проверка ссылок	137
Поиск повторов	138
Удаление рекламных клише	138
Проверка естественности	139
Проверка длины предложений	139
Проверка абзацев	139
Проверка логики	140
Проверка призыва к действию	140
Проверка тона	140
Единообразие	141
Орфография и пунктуация	141
Метод трёх чтений	141
Первое чтение: смысл	141
Второе чтение: язык	142
Третье чтение: оформление	142
Делайте перерыв	142

Проверка с конца	142
Используйте второй диалог ChatGPT	142
Метод критика и защитника	143
Не просите просто «улучшить»	143
Сравнивайте версии	143
Версии файлов	144
Как передавать материал клиенту	144
Что делать, если вы нашли ошибку после отправки	144
Ответственность в чувствительных темах	145
Конфиденциальность при проверке	145
Личный стандарт качества	146
Финальный чек-лист перед отправкой	146
Факты	146
Текст	146
Оформление	146
Ответственность	147
Практическое задание	147
Шаг 1. Выберите один пример из портфолио	147
Шаг 2. Найдите техническое задание	147
Шаг 3. Проведите проверку соответствия	147
Шаг 4. Проверьте факты	147
Шаг 5. Найдите клише	147
Шаг 6. Удалите повторы	148
Шаг 7. Прочитайте вслух	148
Шаг 8. Откройте новый диалог	148
Шаг 9. Создайте финальную версию	148
Шаг 10. Составьте личный чек-лист	148
Упражнение «Найди выдуманный факт»	148
Упражнение «Сократи без потерь»	148
Чек-лист седьмой главы	149
Часть III. Поиск первого клиента	150
Глава 8. Где искать первые заказы	150
Первый клиент редко появляется сам	150
Не ищите людей, которым «нужен ChatGPT»	151
Портрет подходящего клиента	151
Признаки потенциальной потребности	151
Для публикаций	152
Для описаний товаров	152
Для редактирования	152
Для сценариев	152
Для шаблонов сообщений	152
Канал 1. Знакомые	153
Не просите знакомых притворяться клиентами	153
Работа для знакомого тоже должна иметь границы	153
Канал 2. Локальный бизнес	154
Как изучить компанию перед обращением	154
Не начинайте с критики	155
Канал 3. Биржи фриланса	155
Как выбрать подходящее задание	155

Признаки плохого задания	156
Как откликаться на бирже	156
Не копируйте одно сообщение во все задания	157
Канал 4. Тематические сообщества	157
Как быть полезным до продажи	157
Пример публикации в сообществе	157
Канал 5. Социальные сети	158
Минимальное оформление профиля	158
Краткое описание	158
Примеры	158
Контакт	158
Что публиковать начинающему исполнителю	159
Канал 6. Доски объявлений и площадки услуг	159
Структура объявления	159
Первый абзац	159
Что получает клиент	159
Как проходит работа	160
Что потребуется	160
Срок и правки	160
Примеры	160
Следующий шаг	160
Пример объявления	160
Канал 7. Прямые обращения	160
Прямое обращение не должно быть массовым спамом	161
Структура прямого обращения	161
Не отправляйте сразу большой файл	161
Канал 8. Бывшие коллеги и профессиональные контакты	161
Канал 9. Партнёрства с другими исполнителями	162
Как выбрать первые два канала	162
Конец ознакомительного фрагмента.	163

Иаков Сулов

Как зарабатывать с ChatGPT

расширенное издание

Как зарабатывать с ChatGPT

Практическая система создания услуг, поиска клиентов и выполнения заказов

Иаков Сулов

Электронное издание · 2026

Выходные данные

Как зарабатывать с ChatGPT: практическая система создания услуг, поиска клиентов и выполнения заказов

Автор: Иаков Сулов

Редакция: первое электронное издание

Год: 2026

Возрастная маркировка: 12+

Обложка: создана с использованием генеративного ИИ OpenAI.

Внутренние схемы: авторские иллюстрации, подготовленные специально для издания.

Все права защищены. Названия компаний, сервисов, продуктов и товарные знаки принадлежат их владельцам. Их упоминание используется в информационных целях и не означает официального партнёрства, одобрения или спонсорства.

Важное предупреждение. Книга носит образовательный и информационный характер. Она не является гарантией дохода, предложением трудоустройства, юридической, налоговой, финансовой или инвестиционной консультацией. Результаты зависят от навыков, качества услуги, активности автора предложения, рынка, цены, правил площадок и других обстоятельств.

Об использовании искусственного интеллекта. ChatGPT может создавать неточные числа, выдуманные источники, ошибочные утверждения и ответы, не соответствующие заданию. Все материалы необходимо проверять до передачи клиенту или публикации. Не загружайте пароли, платёжные данные, секретные ключи и лишние персональные или конфиденциальные сведения.

Аннотация

ChatGPT способен за несколько секунд подготовить текст, структуру, идею или черновик. Но сам по себе доступ к нейросети ещё не является услугой, за которую клиент готов платить.

Эта книга поможет превратить ChatGPT из инструмента для экспериментов в часть понятного рабочего процесса. Вы узнаете, как выбрать направление, создать востребованную услугу, собрать портфолио без выдуманных клиентов, рассчитать цену и найти первые заказы.

В книге разобран весь путь исполнителя: от первого сообщения потенциальному клиенту и составления технического задания до проверки результата, обработки правок, получения отзыва и перехода к постоянному сотрудничеству.

Внутри вы найдёте готовые промпты, анкеты, технические задания, примеры сообщений, чек-листы, рабочие таблицы, семидневный запуск и тридцатидневный план развития.

Здесь нет обещаний лёгких денег и полностью автоматического заработка. Главная идея книги проста: ChatGPT ускоряет создание вариантов, но ценность создаёт человек, который понимает задачу, проверяет результат и доводит проект до завершения.

Как пользоваться книгой

Читайте главы последовательно, если начинаете с нуля. После каждой главы выполняйте практическое задание и сохраняйте результат в рабочей папке. Если у вас уже появился заказ, используйте книгу как справочник: переходите к анкете, техническому заданию, расчёту цены, проверке фактов или работе с правками.

Не внедряйте все шаблоны одновременно. Для первого небольшого проекта достаточно понятной услуги, короткой анкеты, письменного подтверждения условий, чек-листа качества и учёта времени.

Оглавление

- Введение. Почему начать можно без опыта
- Часть I. Подготовка
 - Глава 1. ChatGPT как рабочий инструмент
 - Глава 2. Как получать качественные ответы
 - Глава 3. Что можно продавать с помощью ChatGPT
- Часть II. Создание первой услуги
 - Глава 4. Как выбрать одно направление
 - Глава 5. Как создать понятную услугу
 - Глава 6. Портфолио без клиентов
 - Глава 7. Контроль качества
- Часть III. Поиск первого клиента
 - Глава 8. Где искать заказы
 - Глава 9. Как написать предложение
 - Глава 10. Цена первой работы
 - Глава 11. Общение с заказчиком
- Часть IV. Выполнение и развитие
 - Глава 12. Первый заказ от сообщения до архива
 - Глава 13. Как работать быстрее
 - Глава 14. От первого заказа к постоянному доходу
 - Глава 15. Законность и профессиональная этика
 - Глава 16. Семидневный план
- Заключение
- Практические приложения

Введение. Почему начать можно без опыта



ChatGPT не зарабатывает деньги вместо вас

В интернете регулярно появляются обещания лёгкого заработка с помощью искусственного интеллекта. Авторы роликов и публикаций рассказывают, что достаточно открыть ChatGPT, написать несколько слов — и деньги начнут поступать почти автоматически.

В реальности всё устроено иначе.

ChatGPT не является волшебной кнопкой, которая превращает любой запрос в доход. Он не ищет клиентов вместо вас, не договаривается об оплате, не отвечает за качество результата и не гарантирует, что заказчик останется доволен.

Однако ChatGPT может стать сильным рабочим инструментом. Он помогает быстрее собирать идеи, создавать черновики, анализировать информацию, улучшать тексты, готовить структуру материалов и выполнять множество повторяющихся задач.

Раньше новичку приходилось тратить недели на обучение, прежде чем он мог предложить клиенту хотя бы простую услугу. Сегодня часть этой работы можно выполнять быстрее. Но между ответом нейросети и готовым результатом для заказчика всё равно остаётся человек.

Именно человек:

- понимает задачу клиента;
- задаёт уточняющие вопросы;
- формулирует правильный запрос;
- проверяет полученный материал;
- исправляет ошибки;
- адаптирует результат под конкретную аудиторию;
- отвечает за сроки и качество.

Поэтому правильная формула заработка выглядит не так:

ChatGPT = деньги.

Она выглядит так:

Проблема клиента + ваши действия + ChatGPT + качественный результат = возможность получить оплату.

Эта книга поможет пройти весь путь: от первого знакомства с ChatGPT до предложения конкретной услуги потенциальному клиенту.

Для кого написана эта книга

Книга предназначена для человека, который хочет начать зарабатывать в интернете, но пока не обладает профессиональными навыками.

Возможно, вы никогда не работали на фрилансе, не создавали тексты на заказ, не общались с предпринимателями и не знаете, какую услугу можно предложить.

Это нормально.

Для начала вам не требуется быть программистом, маркетологом, дизайнером или специалистом по искусственному интеллекту. Не нужно разбираться в сложных терминах и изучать устройство нейронных сетей.

Вам понадобятся:

- доступ к интернету;
- компьютер или смартфон;
- несколько свободных часов;
- готовность учиться;
- внимательность;
- желание доводить работу до результата.

Главное условие — не просто читать, а выполнять задания.

Каждая глава будет приближать вас к конкретному результату. В процессе работы вы выберете первую услугу, создадите несколько примеров, оформите предложение и начнёте искать потенциальных клиентов.

Какой результат вы получите

Цель книги — помочь вам подготовиться к первому заработку с помощью ChatGPT.

Это не означает, что каждый читатель обязательно получит деньги через семь дней. Никто не может гарантировать заработок, потому что результат зависит от качества работы, активности, выбранной услуги, количества обращений к клиентам и ситуации на рынке.

Но после выполнения всех заданий у вас будет:

- понимание возможностей ChatGPT;
- одна конкретная услуга для продажи;
- несколько готовых примеров;
- простое портфолио;
- описание услуги;
- стартовая цена;
- шаблон сообщения клиенту;
- список потенциальных заказчиков;
- план получения первого заказа.

Даже если первый клиент не появится сразу, вы уже перестанете быть человеком, который только размышляет о заработке. У вас будет готовое предложение, которое можно улучшать и показывать новым людям.

За что платит клиент

Клиент редко хочет купить «работу с ChatGPT».

Ему не нужен сам инструмент. Ему нужен результат.

Владельцу интернет-магазина нужны понятные описания товаров. Блогеру — идеи и сценарии публикаций. Небольшому кафе — тексты для социальных сетей. Соискателю — аккуратное резюме. Предпринимателю — структурированная презентация или коммерческое предложение.

Клиент платит не за количество введенных запросов. Он платит за решение задачи.

Представьте, что владелец магазина говорит:

Мне нужны описания для двадцати товаров.

Его не интересует, сколько времени вы будете писать каждое описание и какие инструменты используете. Он хочет получить грамотные, понятные и убедительные тексты в согласованный срок.

Если ChatGPT помогает выполнить такую работу быстрее, это ваше преимущество. Но клиент всё равно оценивает итоговый материал.

Поэтому в этой книге мы не будем продавать «доступ к искусственному интеллекту». Мы будем создавать полезные услуги:

- подготовку текстов;
- редактирование материалов;
- создание описаний товаров;
- разработку контент-планов;
- подготовку сценариев;
- оформление инструкций;
- улучшение резюме;
- создание простых презентаций;
- структурирование информации.

Почему новичок тоже может начать

Большинство людей откладывают первый шаг, потому что считают себя недостаточно подготовленными.

Они думают:

Сначала мне нужно пройти несколько курсов.

Сначала нужно стать специалистом.

Сначала необходимо изучить все функции ChatGPT.

Сначала нужно создать идеальное портфолио.

Подготовка действительно важна. Но она может продолжаться бесконечно.

Для первого заказа не требуется знать всё. Нужно уметь качественно решать одну небольшую задачу.

Например:

- написать десять описаний для товаров;
- составить контент-план на неделю;
- подготовить пять сценариев коротких видео;
- отредактировать текст;
- привести в порядок резюме;
- создать структуру презентации.

Чем уже и понятнее первая услуга, тем проще её выполнить и продать.

Начинающий специалист часто допускает ошибку: предлагает клиенту сразу всё. Он обещает писать тексты, вести социальные сети, создавать сайты, разрабатывать рекламу и консультировать по маркетингу.

Такое предложение не вызывает доверия.

Гораздо убедительнее звучит конкретная формулировка:

Подготовлю десять описаний товаров для интернет-магазина. Тексты будут написаны в едином стиле, структурированы и адаптированы под вашу аудиторию.

Понятная услуга снижает страх клиента и облегчает работу исполнителю.

Как работать с этой книгой

Не стремитесь прочитать всю книгу за один вечер.

После каждой главы выполняйте практическое задание. Сохраняйте результаты в отдельной папке на компьютере или в облачном хранилище.

Создайте папку с названием:

«Первый заработок с ChatGPT»

Внутри подготовьте документы:

«Мои навыки».

«Выбранная услуга».

«Промпты».

«Примеры работ».

«Описание услуги».

«Потенциальные клиенты».

«Переписка».

«Заказы».

К завершению книги эта папка станет вашей рабочей системой.

Не копируйте ответы ChatGPT без проверки. Перечитывайте каждый материал, исправляйте неточности и задавайте дополнительные вопросы. Если текст звучит неестественно, попросите его упростить или перепишите самостоятельно.

Ваша задача — не научиться нажимать одну кнопку. Ваша задача — научиться управлять процессом создания качественного результата.

Часть I. Подготовка

Глава 1. ChatGPT как рабочий инструмент

Что такое ChatGPT простыми словами

ChatGPT — это цифровой помощник, способный работать с текстовой информацией. С ним можно общаться почти так же, как с человеком: задавать вопросы, давать задания, просить объяснения, предлагать исправления и уточнять результат.

Он может:

- придумывать идеи;
- создавать черновики;
- переписывать тексты;
- сокращать и расширять материалы;
- объяснять сложные темы;
- составлять планы;
- подбирать варианты заголовков;
- анализировать предоставленную информацию;
- создавать таблицы и списки;
- предлагать вопросы для интервью;
- помогать готовить сообщения клиентам;
- искать ошибки в тексте;
- имитировать разные стили изложения.

Но важно понимать: ChatGPT не думает так же, как человек. Он создаёт ответы на основе закономерностей в информации, с которой работал во время обучения, и контекста текущего диалога.

Из-за этого его ответы могут выглядеть убедительно, даже если содержат ошибку.

Поэтому ChatGPT следует воспринимать не как всезнающего эксперта, а как очень быстрого помощника, которому требуется постановка задачи и контроль.

Помощник, а не готовый специалист

Представьте нового сотрудника, который быстро выполняет поручения, но пока ничего не знает о вашем проекте.

Если сказать ему:

Напиши хороший текст,

он не поймёт, какой именно текст вам нужен.

Для кого он предназначен? Где будет опубликован? Какой должна быть длина? Что читатель должен сделать после прочтения? Каким должен быть стиль?

ChatGPT находится в похожем положении. Чем меньше информации вы предоставляете, тем более общий результат получаете.

Сравним два запроса.

Первый запрос:

Напиши пост про кофе.

Вероятнее всего, получится обычный текст с общими фразами о вкусе, аромате и бодрости.

Второй запрос:

Напиши пост для социальной сети небольшой семейной кофейни. Аудитория — жители района от 20 до 40 лет. Цель — пригласить людей попробовать новый холодный напиток с апельсином. Объём — до 700 знаков. Стил — дружелюбный, без громких рекламных обещаний. В конце добавь простой призыв прийти в кофейню.

Во втором случае помощник понимает задачу значительно лучше.

Именно умение давать контекст отличает случайного пользователя от человека, который применяет ChatGPT в работе.

Какие задачи можно поручить ChatGPT

Для заработка лучше всего выбирать задачи, в которых результат можно проверить и улучшить.

Создание черновика

Чистый лист часто вызывает затруднения. ChatGPT способен быстро создать первый вариант текста, плана, сценария или описания.

Черновик не обязательно будет идеальным. Его задача — дать основу для дальнейшей работы.

Генерация идей

Помощника можно попросить придумать:

- темы публикаций;
- названия;
- варианты услуг;
- вопросы для интервью;
- идеи коротких видео;
- способы подачи продукта;
- варианты структуры текста.

После этого вы отбираете наиболее подходящие идеи.

Редактирование

ChatGPT может:

- исправить ошибки;
- сделать текст понятнее;
- удалить повторы;
- сократить объём;
- изменить тон;
- разбить материал на абзацы;
- создать заголовки;
- объяснить, какие части звучат слабо.

Структурирование информации

Если у вас есть заметки, сообщения клиента или большой неструктурированный текст, помощник может превратить их в:

- план;

- таблицу;
- инструкцию;
- список действий;
- техническое задание;
- краткое содержание.

Подготовка вариантов

Вместо одного результата можно запросить несколько версий. Например:

Предложи десять вариантов заголовка. Три должны быть нейтральными, три — эмоциональными, два — вопросительными и два — ориентированными на выгоду.

Такой подход даёт материал для выбора, а не заставляет принимать первый ответ.

Что нельзя доверять ChatGPT без проверки

Некоторые ошибки легко заметить. Другие могут выглядеть правдоподобно.

Особенно осторожно следует относиться к:

- датам;
- статистике;
- именам;
- цитатам;
- законам;
- медицинским рекомендациям;
- финансовым советам;
- техническим характеристикам;
- ссылкам на исследования;
- условиям работы сервисов;
- ценам и тарифам;
- информации о конкретных компаниях.

Если вы создаёте для клиента материал, содержащий факты, проверяйте их по надёжным источникам.

Никогда не отправляйте заказчику неподтверждённые сведения только потому, что ChatGPT сформулировал их уверенно.

Уверенный тон не является доказательством точности.

Правило трёх этапов

Каждую коммерческую задачу полезно выполнять в три этапа.

Этап 1. Постановка задачи

Сначала необходимо понять, чего хочет клиент.

Нельзя начинать работу, если вы не знаете:

- какой результат требуется;
- для кого он создаётся;
- где будет использоваться;
- в каком формате его нужно передать;
- какой установлен срок;
- какие примеры нравятся клиенту;
- существуют ли обязательные требования.

Этап 2. Работа с ChatGPT

После получения информации вы составляете подробный запрос, получаете черновик и уточняете результат.

Не всегда достаточно одного сообщения. Часто работа выглядит как диалог:

Вы передаёте исходные данные.

ChatGPT создаёт первый вариант.

Вы находите слабые места.

Просите изменить структуру или стиль.

Получаете новую версию.

Самостоятельно редактируете материал.

Этап 3. Человеческая проверка

Перед отправкой клиенту необходимо проверить:

- соответствует ли результат задаче;
- нет ли фактических ошибок;
- понятен ли текст;
- отсутствуют ли повторы;
- выдержан ли нужный стиль;
- нет ли лишних обещаний;
- правильно ли указаны названия;
- соблюдены ли требования к объёму;
- можно ли улучшить формулировки.

Этот этап нельзя пропускать.

Почему клиент платит человеку

У заказчика тоже может быть доступ к ChatGPT. Возникает логичный вопрос: зачем ему платить исполнителю?

Потому что доступ к инструменту не равен готовому результату.

Большинство клиентов не хотят:

- долго составлять запросы;
- разбираться в настройках;
- исправлять неудачные ответы;
- проверять каждый факт;
- редактировать стиль;
- подбирать структуру;
- выполнять однообразную работу;
- тратить время на десятки вариантов.

Клиент покупает не возможность написать запрос. Он покупает экономию времени и снижение количества проблем.

Хороший исполнитель берёт на себя весь процесс:

выясняет задачу;

собирает информацию;

создаёт материал;

проверяет качество;

вносит правки;

передаёт готовый результат.

ChatGPT помогает сделать этот процесс быстрее, но ценность создаёт исполнитель.

Главные ошибки новичков

Ошибка 1. Копировать первый ответ

Первый вариант редко бывает лучшим. В нём могут быть общие фразы, повторы и неточности.

После получения ответа задайте себе вопросы:

- Всё ли соответствует задаче?
- Можно ли сделать текст конкретнее?
- Есть ли ненужные фразы?
- Похож ли стиль на живую речь?
- Не придуманы ли факты?

Ошибка 2. Давать слишком короткое задание

Запрос из трёх слов оставляет помощнику слишком много свободы.

Вместо:

Напиши описание товара.

Лучше указать:

- название товара;
- его характеристики;
- целевую аудиторию;
- преимущества;
- желаемый объём;
- стиль;
- ограничения;
- формат результата.

Ошибка 3. Не проверять факты

Даже хороший текст теряет ценность, если содержит неправильные данные.

Одна ошибка в цене, размере, сроке или характеристике товара способна испортить отношения с клиентом.

Ошибка 4. Обещать слишком много

Новичок может согласиться на задачу, которую пока не умеет контролировать.

Не стоит брать заказ на юридическое заключение, сложный финансовый анализ или медицинскую рекомендацию только потому, что ChatGPT способен создать похожий текст.

Выбирайте задачи, качество которых можете оценить самостоятельно.

Ошибка 5. Передавать конфиденциальную информацию

Не помещайте в запросы пароли, данные банковских карт, секретные документы, личную переписку и другую информацию, которую клиент не разрешал передавать сторонним сервисам.

Если материал содержит персональные данные, удалите или замените их перед обработкой.

Первый рабочий промпт

Используйте простую структуру:

Роль + задача + контекст + требования + формат результата.

Пример:

Ты — редактор текстов для малого бизнеса. Помоги улучшить описание услуги по уборке квартир. Аудитория — занятые люди от 25 до 45 лет. Текст должен быть понятным, спокойным и вызывать доверие. Не используй громкие обещания и сложные слова. Объём — до 1 000 знаков. Сначала укажи три слабых места исходного текста, затем предложи улучшенную версию.

Эта структура подходит почти для любой задачи.

Роль

Укажите, с какой позиции помощник должен рассматривать задачу:

- редактор;
- маркетолог;
- специалист по клиентскому сервису;
- сценарист;
- преподаватель;
- аналитик;
- рекрутер.

Роль не делает ответ автоматически правильным, но помогает задать направление.

Задача

Опишите конкретное действие:

- создать;
- проверить;
- сократить;
- сравнить;
- переписать;
- структурировать;
- предложить варианты;
- найти слабые места.

Контекст

Передайте исходные данные:

- кто клиент;
- что он продаёт;
- кто его аудитория;
- где будет использован материал;
- какую проблему нужно решить.

Требования

Укажите ограничения:

- объём;
- тон;

- обязательные элементы;
- запрещённые слова;
- количество вариантов;
- срок;
- уровень сложности.

Формат

Объясните, как должен выглядеть ответ:

- таблица;
- список;
- готовый текст;
- пошаговый план;
- несколько вариантов;
- структура с заголовками.

Практическое задание

Откройте документ «Промпты» и создайте первый рабочий запрос. Выберите простую задачу. Например:

- написать пост для небольшой кофейни;
- создать описание товара;
- улучшить резюме;
- составить план статьи;
- подготовить пять идей коротких видео.

Заполните шаблон:

Ты — [роль].

Твоя задача — [конкретное действие].

Исходная информация: [контекст].

Целевая аудитория: [описание людей].

Требования: [объём, стиль, ограничения].

Представь результат в формате [формат].

После получения ответа не останавливайтесь.

Попросите ChatGPT:

найти слабые места;

убрать общие фразы;

сделать текст конкретнее;

предложить второй вариант;

объяснить разницу между версиями.

Сохраните первоначальный и улучшенный результаты.

Проверка результата

Ответьте на пять вопросов:

Соответствует ли материал поставленной задаче?

Понятен ли он человеку, который ничего не знает о теме?

Можно ли удалить хотя бы одно лишнее предложение?

Есть ли утверждения, которые необходимо проверить?

Готовы ли вы показать результат потенциальному клиенту?

Если хотя бы на один вопрос вы ответили отрицательно, продолжите редактирование.

Чек-лист первой главы

Перед переходом к следующей главе убедитесь, что вы:

- понимаете роль ChatGPT в рабочем процессе;
- не воспринимаете его ответы как гарантированно правильные;
- умеете отличать черновик от готовой работы;
- знаете, какие данные требуют проверки;
- создали первый подробный промпт;
- получили несколько вариантов результата;
- самостоятельно отредактировали итоговый материал;
- сохранили работу в отдельной папке.

Главная мысль этой главы:

ChatGPT ускоряет работу, но качество результата зависит от человека.

Глава 2. Как получать качественные ответы от ChatGPT



Хороший результат начинается не с ответа

Новички часто оценивают ChatGPT только по первому сообщению.

Они пишут короткий запрос, получают слабый или слишком общий ответ и делают вывод:

Нейросеть пишет плохо.

Но качество результата во многом зависит от того, насколько понятно поставлена задача.

Представьте, что вы пришли к исполнителю и сказали:

Сделайте мне рекламу.

Исполнитель не знает:

- что именно вы продаёте;
- кому предназначен продукт;
- где будет размещена реклама;
- какой результат вы хотите получить;
- какой стиль вам подходит;
- какие ограничения нужно учитывать.

С ChatGPT происходит то же самое.

Если написать:

Создай продающий текст,

помощнику придётся самостоятельно додумывать почти всё. В результате появятся стандартные фразы, громкие обещания и текст, который можно применить почти к любому бизнесу.

Качественный промпт уменьшает количество догадок.

Чем лучше вы объяснили задачу, тем выше вероятность получить полезный черновик.

При этом даже подробный запрос не гарантирует идеальный результат с первой попытки.

Работа с ChatGPT больше похожа на диалог с помощником, чем на нажатие одной кнопки.

Вы ставите задачу, оцениваете ответ, уточняете требования и постепенно улучшаете результат.

Именно этому посвящена глава.

Что такое промпт

Промпт — это сообщение, которое вы отправляете ChatGPT.

Промптом может быть:

- вопрос;
- команда;
- описание задачи;
- набор исходных данных;
- просьба проанализировать материал;
- инструкция по созданию текста;
- требование изменить предыдущий ответ.

Простой запрос тоже является промптом:

Придумай пять названий для кофейни.

Но для коммерческой работы обычно требуется больше информации.

Например:

Придумай десять названий для небольшой кофейни рядом с университетом. Основная аудитория — студенты и молодые специалисты. Названия должны быть короткими, легко произноситься на русском языке и не содержать слов «кофе», «бодрость» и «утро». Для каждого варианта добавь краткое объяснение идеи.

Во втором запросе указаны:

- количество вариантов;
- тип бизнеса;
- расположение;
- целевая аудитория;
- языковые требования;
- ограничения;
- формат ответа.

Такой промпт даёт ChatGPT больше ориентиров.

Формула рабочего промпта

Для большинства задач можно использовать формулу из шести элементов:

Цель + роль + контекст + исходные данные + требования + формат результата.

Необязательно каждый раз строго соблюдать этот порядок. Важно, чтобы необходимая информация присутствовала в запросе.

Рассмотрим каждый элемент отдельно.

1. Цель

Сначала определите, зачем создаётся материал.

Слабая формулировка:

Напиши текст о доставке еды.

Более точная:

Напиши текст, который познакомит жителей района с новой службой доставки домашних обедов и побудит их сделать первый заказ.

Цель помогает выбрать содержание и стиль.

Один и тот же продукт можно описывать по-разному.

Если задача — познакомить аудиторию с брендом, текст будет объяснять идею и преимущества.

Если задача — получить заявку, в тексте появится конкретное предложение и призыв к действию.

Если задача — ответить на частые вопросы, материал должен быть максимально ясным и информативным.

Перед составлением промпта спросите себя:

Что должен понять, почувствовать или сделать человек после знакомства с результатом?

Ответ на этот вопрос и будет целью.

2. Роль

Роль задаёт направление работы.

Примеры:

Ты — редактор деловых текстов.

Ты — специалист по контенту для малого бизнеса.

Ты — рекрутер, который помогает начинающим специалистам улучшать резюме.

Ты — сценарист коротких образовательных видео.

Роль полезна, но её возможности часто переоценивают.

Если написать:

Ты — лучший маркетолог мира,

это не превратит любой ответ в профессиональную стратегию.

Роль не заменяет исходные данные и требования. Она только подсказывает, с какой точки зрения рассматривать задачу.

Лучше выбирать реалистичную и конкретную роль.

Слишком широкая формулировка:

Ты — бизнес-эксперт.

Более точная:

Ты — редактор текстов для небольших интернет-магазинов.

Чем уже роль, тем понятнее направление работы.

3. Контекст

Контекст объясняет ситуацию.

Допустим, вам нужно написать публикацию о новой услуге. Без контекста ChatGPT не знает:

- что это за компания;
- давно ли она работает;
- почему появилась услуга;
- кто её покупает;
- чем она отличается от других;
- где будет опубликован текст.

Пример контекста:

Небольшая мастерская в Варшаве ремонтирует велосипеды. Весной компания запускает услугу выездного ремонта: мастер приезжает к клиенту домой или в офис. Основная аудитория — люди, которые ежедневно ездят на велосипеде и не хотят тратить время на поездку в мастерскую.

Теперь ChatGPT понимает, о каком бизнесе идёт речь.

Контекст делает текст конкретным.

Вместо общих слов о высоком качестве можно рассказать о реальной пользе: мастер приезжает к клиенту, проводит диагностику и выполняет несложный ремонт на месте.

4. Исходные данные

ChatGPT не должен придумывать важные факты о клиенте.

Передавайте ему проверенную информацию:

- название продукта;
- характеристики;
- условия;
- преимущества;
- цены;
- сроки;
- адрес;
- особенности аудитории;
- отзывы;
- примеры;
- пожелания заказчика.

Например:

Стоимость выезда — 80 злотых. В неё входит диагностика. Мелкие работы оплачиваются отдельно. Мастер приезжает в пределах трёх районов. Заявки принимаются с понедельника по субботу.

Если данных не хватает, попросите ChatGPT сначала составить список вопросов.

Пример:

Прежде чем писать текст, задай мне до десяти вопросов, ответы на которые необходимы для качественного результата. Не начинай работу, пока я не отвечу.

Это полезный приём для задач, в которых вы сами не уверены, какую информацию нужно собрать.

5. Требования

Требования ограничивают результат.

Они могут касаться:

- объёма;
- структуры;
- стиля;
- количества вариантов;
- обязательных элементов;
- запрещённых формулировок;
- уровня сложности;
- призыва к действию;
- языка;
- оформления.

Пример:

Объём — от 700 до 900 знаков. Используйте короткие абзацы. Не употребляйте слова «уникальный», «лучший», «идеальный» и «революционный». Не обещай результат, который нельзя подтвердить. Текст должен звучать спокойно и профессионально.

Ограничения не мешают работе. Наоборот, они помогают получить более подходящий материал.

Клиент тоже часто устанавливает ограничения. Чем раньше вы их выясните, тем меньше правок потребуется позднее.

6. Формат результата

Объясните, как должен выглядеть ответ.

Например:

Представь результат в таблице из трёх столбцов: идея, объяснение и пример.

Сначала дай краткий анализ, затем предложи улучшенную версию текста.

Подготовь пять вариантов заголовка и один основной текст.

Раздели результат на блоки: проблема, решение, преимущества, призыв к действию.

Составь пошаговую инструкцию с нумерованными действиями.

Если не указать формат, ChatGPT выберет его самостоятельно. Иногда это будет удобно, но иногда вы получите длинный ответ, который придётся полностью перестраивать.

Полный пример промпта

Представим, что заказчик продаёт свечи ручной работы и хочет подготовить описание подарочного набора.

Слабый промпт:

Напиши продающее описание свечей.

Рабочий вариант:

Ты — редактор описаний товаров для небольших интернет-магазинов. Подготовь описание подарочного набора из трёх ароматических свечей ручной работы.

Цель текста — помочь покупателю понять, кому можно подарить набор и чем он отличается от обычных свечей.

Исходные данные:

- в набор входят три свечи по 120 граммов;
- ароматы: ваниль, кедр и апельсин;
- используется соевый воск;
- каждая свеча горит примерно 25 часов;
- упаковка изготовлена из плотного картона;
- покупатель может добавить небольшую открытку;
- набор подходит для дня рождения, новоселья или небольшого знака внимания.

Аудитория — мужчины и женщины от 25 до 45 лет, которые ищут спокойный и аккуратный подарок.

Объём — до 1 200 знаков. Стил — тёплый и понятный, без чрезмерной эмоциональности. Не используй слова «уникальный», «роскошный», «идеальный» и «невероятный». Не придумывай характеристики, которых нет в исходных данных.

Структура:

Короткий заголовок.

Основное описание.

Список из четырёх преимуществ.

Спокойный призыв оформить заказ.

Такой запрос уже похож на небольшое техническое задание.

Почему первый ответ часто бывает слабым

Даже после подробного промпта результат может потребовать доработки. Причины бывают разными.

Недостаточно данных

Вы могли забыть указать важную характеристику продукта или пожелание клиента.

Неясная цель

Запрос содержит много информации, но не объясняет, какой результат должен получить заказчик.

Противоречивые требования

Например, вы просите написать очень короткий текст, но одновременно хотите включить десять преимуществ, подробную историю компании и ответы на частые вопросы.

Слишком широкая задача

Запрос:

Создай полную маркетинговую стратегию для нового бизнеса, слишком большой для одного ответа.

Лучше разбить работу на этапы:

описание аудитории;

анализ предложения;

выбор каналов продвижения;

разработка контент-плана;

создание первых материалов.

Ожидание идеального текста

ChatGPT хорошо создаёт основу, но коммерческий материал почти всегда требует человеческого редактирования.

Продолжайте диалог

Не создавайте новый чат после каждого слабого ответа.

Сначала попробуйте уточнить задачу в текущем диалоге.

Полезные команды:

Сделай текст конкретнее. Удали фразы, которые подходят любому бизнесу.

Сократи ответ на 30 процентов, сохранив основные мысли.

Перепиши текст более естественным языком. Используй короткие предложения.

Найди в своём ответе пять слабых мест и объясни, как их исправить.

Подготовь ещё два варианта с разной подачей.

Убери повторяющиеся мысли.

Не добавляй новых фактов. Используй только предоставленную информацию.

Замени громкие обещания на проверяемые преимущества.

Объясни, какие части текста могут вызвать недоверие у клиента.

Представь, что ты строгий редактор. Проверь логику, ясность и конкретность. Такие уточнения называют итерациями. Итерация — это новый этап улучшения уже полученного результата.

Метод последовательного улучшения

Для коммерческих задач удобно использовать пять шагов.

Шаг 1. Получить черновик

Сначала создайте основную версию.

Не пытайтесь включить в первый запрос все возможные пожелания. Важно получить материал, с которым можно работать.

Шаг 2. Провести самопроверку

Попросите ChatGPT оценить собственный ответ.

Пример:

Проверь созданный текст как редактор. Найди общие фразы, повторы, неподтверждённые обещания и места, которые можно понять неправильно. Пока не переписывай текст, только составь список замечаний.

Так вы отделяете анализ от редактирования.

Шаг 3. Уточнить требования

После замечаний добавьте инструкции.

Например:

Исправь замечания. Сохрани объём до 900 знаков. Сделай первый абзац более конкретным и добавь информацию о сроке выполнения заказа.

Шаг 4. Сравнить варианты

Не всегда стоит принимать единственную версию.

Попросите:

Подготовь три варианта начала текста:

- нейтральный;
- ориентированный на проблему клиента;
- ориентированный на конкретную выгоду.

Не переписывай остальную часть.

Так вы сможете выбрать лучшее направление.

Шаг 5. Отредактировать самостоятельно

Финальную версию нужно перечитать без помощи ChatGPT.

Уберите:

- неестественные фразы;
- канцелярские выражения;
- повторяющиеся конструкции;
- слишком длинные предложения;
- неподходящие слова;
- сомнительные факты.

Готовым считается не тот ответ, который выдал ChatGPT, а тот материал, который вы готовы отправить клиенту от своего имени.

Как бороться с общими фразами

Одна из главных проблем текстов, созданных с помощью нейросетей, — большое количество формулировок, которые ничего не объясняют.

Примеры:

- высокое качество;
- индивидуальный подход;
- широкий спектр услуг;
- команда профессионалов;
- выгодные условия;
- непревзойдённый результат;
- лучшее решение;
- новый уровень комфорта;
- воплощение ваших желаний.

Такие фразы могут звучать красиво, но не дают конкретной информации.

Сравним два варианта.

Общая фраза:

Мы предлагаем качественную уборку с индивидуальным подходом.

Конкретный вариант:

Перед началом уборки менеджер уточняет площадь квартиры, количество комнат и задачи, которым нужно уделить особое внимание. Клиент заранее получает список работ и итоговую стоимость.

Во втором варианте показано, как именно проявляется подход.

Полезный промпт:

Найди в тексте все общие и рекламные формулировки. Для каждой укажи, какой конкретной информацией её можно заменить. Не придумывай факты — отметь, какие сведения нужно запросить у клиента.

Это особенно важно: если конкретной информации нет, ChatGPT не должен её выдумывать.

Как задавать стиль

Фразы вроде «напиши красиво» или «сделай профессионально» слишком расплывчаты. Лучше описывать стиль через понятные характеристики.

Например:

- спокойный;
- деловой;
- дружелюбный;
- уверенный;
- простой;
- разговорный;
- сдержанный;
- объясняющий;
- энергичный;
- без давления.

Можно также указать, чего следует избегать:

Не используй восклицательные знаки.

Не обращай к читателю на «ты».

Не используй сленг.

Не добавляй эмоциональные обещания.

Избегай сложных терминов.

Не пиши длинными предложениями.

Не используй риторические вопросы.

Полезно предоставить пример текста, который нравится клиенту.

Промпт:

Ниже приведён пример желаемого стиля. Проанализируй длину предложений, тон, структуру и уровень формальности. Не копируй фразы. Используй только общие особенности стиля при создании нового текста.

При этом нельзя просить копировать узнаваемый авторский стиль современного писателя или автора. Для коммерческой работы лучше описывать характеристики текста, а не требовать точного подражания конкретному человеку.

Как использовать примеры

Примеры помогают показать ChatGPT ожидаемый результат.

Допустим, вы создаёте заголовки для карточек товаров.

Можно написать:

Вот три заголовка, которые подходят по структуре:

Настольная лампа для чтения с регулировкой яркости.

Компактный увлажнитель воздуха для спальни и офиса.

Термокружка с герметичной крышкой для поездок.

Создай десять новых заголовков по такой же логике: название товара + важная особенность + ситуация использования. Не повторяй слова из примеров без необходимости.

Пример показывает принцип, но не заменяет требования.

Если предоставить только образец без объяснений, ChatGPT может скопировать поверхностные особенности и не понять, что именно вам понравилось.

Разделяйте сложные задачи

Новичок часто пытается получить весь проект одним запросом.

Например:

Создай название бренда, стратегию продвижения, контент-план, рекламные тексты и финансовый план для интернет-магазина.

Результат, скорее всего, будет поверхностным.

Разделите проект.

Этап 1. Сбор информации

Составь список вопросов, необходимых для понимания бизнеса, продукта, аудитории и целей.

Этап 2. Анализ аудитории

На основе ответов опиши три основные группы потенциальных покупателей. Для каждой укажи потребности, сомнения и критерии выбора.

Этап 3. Формулировка предложения

Предложи пять вариантов позиционирования продукта. Не используй неподтверждённые преимущества.

Этап 4. Контент-план

Подготовь темы публикаций на две недели с учётом выбранной аудитории.

Этап 5. Создание материалов

Напиши первую публикацию по утверждённой теме и структуре.

Такой подход повышает качество и позволяет контролировать каждый этап.

Просите задавать вопросы

ChatGPT не всегда понимает, каких данных ему не хватает. Поэтому прямо разрешайте ему задавать уточняющие вопросы.

Пример:

Перед выполнением задания оцени, достаточно ли исходной информации. Если данных не хватает, задай мне вопросы. Не придумывай ответы самостоятельно.

Для работы с клиентом можно использовать двухэтапную схему.

Сначала:

Составь список вопросов, которые необходимо задать владельцу бизнеса перед созданием описания услуги.

После получения ответов:

Используй только ответы клиента. Если обнаружишь противоречие или пробел, сначала укажи на него и не создавай финальный текст до уточнения.

Так вы снижаете риск выдуманных деталей.

Как просить объяснить ответ

Иногда важно не просто получить результат, но и понять логику.

Попросите:

Объясни, почему выбрана такая структура.

Укажи, для какой аудитории этот вариант подходит лучше.

Сравни две версии и объясни сильные и слабые стороны каждой.

Покажи, какие требования из моего запроса выполнены.

Укажи, где ответ может не соответствовать задаче.

Это помогает учиться, а не только копировать готовые материалы.

Постепенно вы начнёте самостоятельно замечать слабые места и составлять более точные запросы.

Универсальный шаблон промпта

Сохраните следующий шаблон в документе «Промпты».

Ты — [роль].

Цель работы: [какой результат должен дать материал].

Задача: [что именно нужно сделать].

Контекст: [информация о компании, продукте или ситуации].

Целевая аудитория: [для кого создаётся результат].

Исходные данные:

— [факт 1];

— [факт 2];

— [факт 3].

Требования:

— объём: [значение];

— стиль: [описание];

— обязательные элементы: [список];

— ограничения: [что нельзя использовать или придумывать].

Формат результата: [список, таблица, готовый текст, структура или другой формат].

Перед выполнением оцени, достаточно ли информации. Если данных не хватает, задай уточняющие вопросы. Не придумывай факты.

Этот шаблон не нужно заполнять полностью для каждой мелкой задачи.

Но для оплачиваемой работы лучше предоставить больше контекста, чем меньше.

Шаблоны для пяти популярных задач

1. Описание товара

Ты — редактор карточек товаров. Создай описание продукта на основе предоставленных характеристик. Аудитория — [аудитория]. Цель — понятно объяснить назначение и преимущества товара. Не придумывай свойства. Не используй громкие рекламные обещания. Объём — [объём]. Структура: заголовок, краткое описание, список характеристик, три преимущества и рекомендации по использованию.

2. Пост для социальной сети

Ты — специалист по контенту для малого бизнеса. Напиши публикацию для [площадка]. Компания занимается [описание]. Тема публикации — [тема]. Цель — [цель]. Аудитория — [аудитория]. Объём — [объём]. Стиль — [стиль]. Добавь один понятный призыв к действию. Не используй клише и неподтверждённые обещания.

3. Сценарий короткого видео

Ты — сценарист коротких вертикальных видео. Подготовь сценарий продолжительностью до [время]. Тема — [тема]. Аудитория — [аудитория]. Цель — [цель]. Структура: первая фраза для привлечения внимания, объяснение проблемы, основная мысль, пример и завершение. Используй простой разговорный язык. Не добавляй сложных сцен и реквизита.

4. Редактирование текста

Ты — редактор. Проанализируй текст и найди ошибки, повторы, общие фразы, логические пробелы и слишком сложные предложения. Сначала составь список замечаний. Затем предложи отредактированную версию. Сохрани исходный смысл и не добавляй новых фактов.

5. Контент-план

Ты — специалист по контенту. Подготовь план публикаций на [период] для [тип бизнеса]. Аудитория — [аудитория]. Цель — [цель]. Используй четыре типа материалов: образовательные, доверительные, продуктовые и вовлекающие. Представь результат в таблице: дата, тема, цель, формат и основная мысль. Избегай повторяющихся тем.

Проверка промпта перед отправкой

Перед тем как нажать кнопку отправки, задайте себе семь вопросов:

Понятно ли, что именно нужно сделать?

Указана ли цель?

Достаточно ли исходных данных?

Описана ли целевая аудитория?

Есть ли требования к стилю и объёму?

Указаны ли ограничения?

Понятен ли желаемый формат ответа?

Если на большинство вопросов вы можете ответить положительно, промпт готов.

Практическое задание

В этой главе вам нужно создать пять рабочих промптов.

Выберите любые пять задач:

- описание товара;
- пост для социальной сети;
- сценарий короткого видео;
- редактирование текста;
- контент-план;
- письмо клиенту;
- описание услуги;
- структура презентации;
- улучшение резюме;
- список идей для бизнеса.

Для каждого промпта укажите:

- цель;
- роль;
- контекст;
- исходные данные;
- требования;
- формат.

После получения первого ответа выполните три доработки:

попросите найти слабые места;

попросите создать улучшенную версию;

самостоятельно внесите финальные исправления.

Сохраните:

- исходный промпт;
- первый ответ;
- замечания;
- улучшенный ответ;

- собственную финальную версию.

Так вы начнёте создавать личную библиотеку промптов.

Упражнение «Плохой и хороший запрос»

Возьмите короткий промпт:

Напиши рекламу онлайн-курса.

Сначала отправьте его без изменений и сохраните результат.

Затем создайте подробную версию, указав:

- тему курса;
- аудиторию;
- программу;
- продолжительность;
- стоимость;
- формат обучения;
- ожидаемый результат;
- ограничения;
- площадку размещения;
- желаемый объём.

Сравните ответы.

Обратите внимание:

- где появилось больше конкретики;
- уменьшилось ли количество общих фраз;
- соответствует ли текст аудитории;
- можно ли использовать результат без полной переработки;
- какие данные оказались наиболее важными.

Это упражнение наглядно показывает ценность подробного задания.

Как понять, что ответ готов

Материал можно считать готовым только после проверки.

Используйте чек-лист:

- задача выполнена;
- цель материала понятна;
- учтена аудитория;
- соблюден объём;
- выдержан нужный стиль;
- отсутствуют придуманные факты;
- нет громких неподтверждённых обещаний;
- удалены повторы;
- текст удобно читать;
- формат соответствует требованиям;
- результат можно отправить клиенту без стыда.

Последний пункт особенно важен.

Не спрашивайте себя:

Достаточно ли хорошо написал ChatGPT?

Спросите:

Готов ли я отвечать за этот результат перед клиентом?

Итог главы

Качественный промпт не обязан быть сложным. Он должен быть понятным.

Хороший запрос отвечает на основные вопросы:

- что нужно сделать;
- зачем это нужно;
- для кого создаётся результат;
- какие данные необходимо использовать;
- какие требования соблюдать;
- в каком виде представить ответ.

Но даже лучший промпт — только начало работы.

Профессиональный результат появляется после нескольких этапов:

постановка задачи;

получение черновика;

анализ;

уточнение;

повторная генерация;

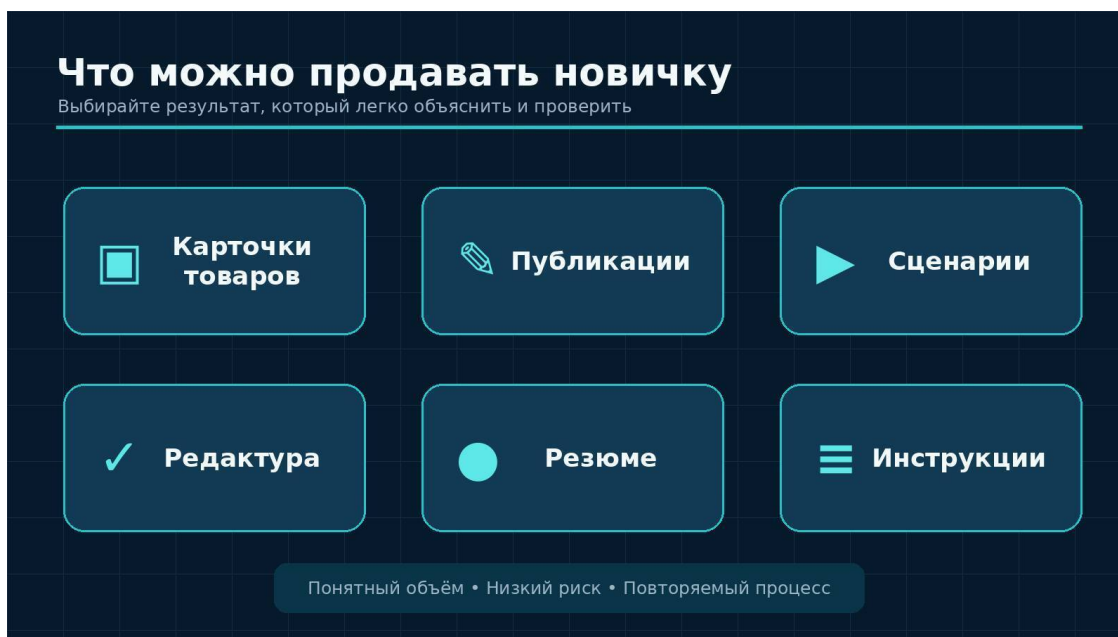
человеческое редактирование;

проверка фактов.

Главная мысль главы:

Не ищите волшебный промпт. Учитесь управлять диалогом и постепенно улучшать результат.

Глава 3. Что можно продавать с помощью ChatGPT



Клиент покупает не нейросеть, а результат

После знакомства с ChatGPT у новичка часто появляется желание предлагать клиентам «услуги искусственного интеллекта».

Такая формулировка звучит современно, но почти ничего не объясняет.

Представьте объявление:

Помогу вам с помощью ChatGPT.

Потенциальный клиент не понимает:

- какую задачу вы решаете;
- что он получит в итоге;
- сколько времени займёт работа;
- сколько это стоит;
- почему за это нужно платить;
- чем ваше предложение отличается от самостоятельного использования ChatGPT.

Клиенту нужен конкретный результат.

Например:

Подготовлю десять описаний товаров для интернет-магазина.

Составлю контент-план на две недели для небольшой компании.

Отредактирую текст и сделаю его понятнее.

Подготовлю пять сценариев коротких видео.

Улучшу структуру резюме и сопроводительного письма.

Во всех этих предложениях понятно, что именно получит заказчик.

ChatGPT остаётся вашим рабочим инструментом, но не становится главным продуктом.

Это важный принцип:

Не продавайте процесс работы с нейросетью. Продавайте понятный и проверяемый результат.

Как выбрать первую услугу

Для первого заработка не нужно создавать сложный бизнес или становиться экспертом сразу в нескольких областях.

Нужно выбрать одну небольшую услугу, которую вы:

- понимаете;
- можете выполнить за несколько часов;
- способны проверить самостоятельно;
- можете показать в портфолио;
- можете объяснить одним предложением;
- готовы повторить для нескольких клиентов.

Чем проще первая услуга, тем быстрее вы сможете подготовить примеры и начать поиск заказчиков.

Не стоит сразу обещать:

- полное ведение бизнеса;
- разработку маркетинговой стратегии;
- создание сложной рекламной кампании;
- юридическую консультацию;
- медицинские рекомендации;
- инвестиционный анализ;
- профессиональное программирование, если вы не умеете проверять код;
- перевод документов, если вы не владеете нужным языком;
- экспертную работу в области, которую не понимаете.

ChatGPT может создать убедительно выглядящий материал, но это не означает, что результат будет правильным.

Выбирайте задачи, качество которых вы способны оценить.

Три критерия хорошей стартовой услуги

Перед выбором направления оцените его по трём критериям.

1. Результат легко объяснить

Клиент должен понять предложение за несколько секунд.

Хороший пример:

Подготовлю семь публикаций для социальной сети вашего бизнеса.

Слабый пример:

Помогу улучшить цифровое присутствие компании с помощью современных технологий.

Первое предложение конкретно. Второе звучит красиво, но не объясняет результат.

2. Результат легко проверить

Вы должны понимать, выполнена задача или нет.

Например, если вы обещали подготовить десять описаний товаров, можно проверить:

- все ли десять текстов созданы;
- соблюден ли объём;
- использованы ли характеристики товаров;
- нет ли ошибок;
- выдержан ли единый стиль.

Чем понятнее критерии качества, тем легче работать.

3. Услугу можно выполнить повторно

Хорошая стартовая услуга не требует каждый раз полностью изобретать рабочий процесс.

Если вы однажды создали:

- шаблон вопросов клиенту;
 - структуру промпта;
 - правила проверки;
 - формат передачи результата,
- то следующий заказ будет выполнить быстрее.
Так постепенно появляется система.

Направление 1. Тексты для социальных сетей

Малому бизнесу регулярно нужны публикации.

Это могут быть:

- информационные посты;
- объявления;
- рассказы о товарах;
- ответы на частые вопросы;
- сообщения об акциях;
- полезные советы;
- представление сотрудников;
- истории клиентов;
- приглашения на мероприятия.

Владельцу бизнеса часто не хватает времени на подготовку контента. Он знает свой продукт, но не всегда понимает, как превратить знания в понятный текст.

Здесь может помочь начинающий исполнитель.

Что можно предложить

Примеры услуг:

Подготовлю пять публикаций для социальной сети.

Создам тексты на неделю для небольшого бизнеса.

Перепишу черновики публикаций понятным языком.

Подготовлю идеи и тексты для запуска новой услуги.

Что потребуется от клиента

Перед началом работы нужно запросить:

- описание бизнеса;
- список товаров или услуг;
- аудиторию;
- цель публикаций;
- примеры предыдущих материалов;
- желаемый стиль;
- площадку размещения;
- ограничения;
- даты важных событий;

- призывы к действию.

Что может сделать ChatGPT

Он поможет:

- предложить темы;
- создать структуру публикации;
- подготовить черновик;
- придумать варианты заголовка;
- сократить или расширить текст;
- изменить стиль;
- убрать повторы;
- проверить понятность.

Что должен сделать человек

Исполнитель обязан:

- проверить факты;
- удалить выдуманные детали;
- адаптировать текст под реальный бизнес;
- убрать шаблонные фразы;
- убедиться, что публикация не вводит читателя в заблуждение;
- проверить названия, цены и даты;
- согласовать результат с клиентом.

Стартовый пакет

Для начала можно предложить:

Пять публикаций для социальной сети

В пакет входят:

- пять тем;
- пять готовых текстов;
- варианты заголовков;
- рекомендации по иллюстрациям;
- одна серия небольших правок.

Такая услуга понятна и клиенту, и исполнителю.

Направление 2. Описания товаров

Интернет-магазинам, продавцам на маркетплейсах и небольшим производителям нужны описания товаров.

Часто исходная информация выглядит как список характеристик:

- материал;
- размер;
- цвет;
- комплектация;
- назначение;
- способ ухода.

Задача исполнителя — превратить эти данные в понятный и аккуратный текст.

Что можно предложить

Подготовлю описания для десяти товаров.

Приведу карточки товаров к единому стилю.

Перепишу описания без повторов и рекламных клише.

Создам структуру карточки товара на основе характеристик.

Что потребуется от клиента

Запросите:

- точное название товара;
- характеристики;
- размеры;
- материалы;
- варианты цвета;
- комплектацию;
- правила использования;
- ограничения;
- реальные преимущества;
- целевую аудиторию;
- требования площадки.

Нельзя позволять ChatGPT самостоятельно придумывать свойства товара.

Если клиент не предоставил важную информацию, нужно задать вопрос.

Пример

Исходные данные:

Термокружка, 450 миллилитров, сталь, крышка, чёрный цвет.

Слабое описание:

Идеальная термокружка премиального качества сохранит ваш напиток горячим весь день.

В этом тексте появились неподтверждённые утверждения. Мы не знаем, действительно ли кружка сохраняет температуру весь день и относится ли она к премиальному сегменту.

Корректный вариант:

Термокружка объёмом 450 миллилитров подходит для поездок, прогулок и использования в офисе. Корпус изготовлен из стали, а крышка помогает снизить риск случайного проливания напитка. Чёрный цвет делает модель нейтральной и практичной для повседневного использования.

Даже здесь перед передачей клиенту нужно проверить, действительно ли конструкция крышки защищает от проливания.

Стартовый пакет

Описания для пяти товаров

В пакет можно включить:

- пять заголовков;
- пять кратких описаний;
- списки характеристик;

- выделение преимуществ;
- единый стиль;
- одну серию правок.

Направление 3. Редактирование и улучшение текста

Многие люди способны написать черновик, но им сложно сделать текст понятным и аккуратным.

Они могут обращаться за помощью с:

- письмами;
- описаниями услуг;
- публикациями;
- статьями;
- инструкциями;
- презентациями;
- объявлениями;
- текстами для сайта.

В этой услуге ChatGPT используется не для создания материала с нуля, а для анализа и редактирования.

Что можно предложить

Отредактирую текст и сделаю его понятнее.

Сокращу материал без потери основной мысли.

Уберу повторы, сложные конструкции и рекламные клише.

Приведу несколько текстов к единому стилю.

Рабочий процесс

Получить исходный текст.

Уточнить его цель.

Узнать, кто будет его читать.

Определить желаемый стиль.

Найти основные проблемы.

Подготовить отредактированную версию.

Сравнить её с оригиналом.

Проверить, не изменился ли смысл.

Передать результат клиенту.

Опасность редактирования

ChatGPT может не только исправить текст, но и незаметно изменить его смысл.

Например, исходная фраза:

Компания обычно отвечает на заявки в течение рабочего дня.

После неудачного редактирования она может превратиться в:

Компания гарантированно отвечает на все заявки в течение одного дня.

Появилось обещание, которого не было в оригинале.

Поэтому после редактирования необходимо сравнивать исходный и новый текст.

Стартовый пакет

Редактирование текста объёмом до определённого количества знаков

В пакет можно включить:

- исправление ошибок;
- улучшение структуры;
- сокращение повторов;
- упрощение сложных предложений;
- комментарии к основным изменениям;
- одну серию правок.

Направление 4. Контент-планы

Контент-план — это список тем для будущих публикаций.

Такая услуга может быть полезна:

- экспертам;
- небольшим компаниям;
- интернет-магазинам;
- специалистам;
- блогерам;
- образовательным проектам.

Клиенту бывает сложно регулярно придумывать новые темы. ChatGPT помогает быстро собрать идеи, а исполнитель отбирает подходящие и связывает их с задачами бизнеса.

Что можно предложить

Составлю контент-план на две недели.

Подготовлю пятнадцать тем публикаций для вашего бизнеса.

Разделю контент на полезные, продуктивные и доверительные материалы.

Подготовлю темы, цели и основные мысли для каждой публикации.

Что должен содержать хороший контент-план

Для каждой публикации можно указать:

- тему;
- цель;
- формат;
- целевую аудиторию;
- основную мысль;
- призыв к действию;
- необходимые исходные материалы.

Пример:

Как подготовить велосипед к сезону

Польза

Инструкция

Проверить тормоза, цепь и давление в шинах

Как проходит выездной ремонт

Доверие

Рассказ о процессе

Мастер приезжает и проводит диагностику на месте

Когда цепь пора менять

Экспертность

Короткий совет

Изношенная цепь может повредить другие детали

Ошибка новичка

Плохой контент-план содержит общие темы:

- расскажите о компании;
- поделитесь полезным советом;
- покажите товар;
- опубликуйте отзыв;
- задайте вопрос подписчикам.

Такие формулировки не дают клиенту готовой идеи.

Хорошая тема должна быть конкретной:

Пять признаков, что велосипеду нужна настройка тормозов.

Как выбрать размер свечи для небольшой комнаты.

Что взять с собой на первое занятие йогой.

Стартовый пакет

Контент-план на 14 дней

В пакет можно включить:

- четырнадцать тем;
- цель каждой публикации;
- рекомендуемый формат;
- краткое содержание;
- призыв к действию;
- три полностью написанных текста.

Направление 5. Сценарии коротких видео

Короткие видео используются для продвижения товаров, услуг и личных брендов.

Но многим авторам сложно:

- придумать тему;
- начать видео;
- удержать внимание;
- объяснить мысль за короткое время;
- закончить ролик понятным призывом.

ChatGPT может помочь создать основу сценария.

Что можно предложить

Подготовлю пять сценариев коротких видео.

Создам идеи и тексты роликов для малого бизнеса.
Перепишу сложную тему в формат короткого объяснения.
Подготовлю сценарии с простыми сценами без сложного монтажа.

Структура короткого сценария

Простой сценарий может включать:

первую фразу;
проблему;
объяснение;
пример;
вывод;
призыв к действию.

Пример:

Первая фраза:

Почему новая свеча может почти не пахнуть после зажигания?

Объяснение:

Одна из причин — слишком большое помещение. Небольшая свеча может хорошо работать в спальне, но её аромата будет недостаточно для просторной гостиной.

Вывод:

При выборе обращайте внимание не только на запах, но и на размер комнаты.

Призыв:

Сохраните совет, чтобы использовать его перед следующей покупкой.

Что необходимо проверить

- правдивость информации;
- естественность речи;
- длину сценария;
- возможность снять предложенные сцены;
- соответствие стилю автора;
- отсутствие сложных или опасных рекомендаций.

Стартовый пакет

Пять сценариев продолжительностью до одной минуты

В пакет можно включить:

- пять идей;
- первые фразы;
- текст для речи;
- подсказки для кадров;
- варианты завершения;
- одну серию правок.

Направление 6. Резюме и сопроводительные письма

Соискателям часто сложно описывать свой опыт и результаты.

ChatGPT помогает:

- структурировать информацию;

- сократить лишнее;
- улучшить формулировки;
- адаптировать резюме под вакансию;
- подготовить черновик сопроводительного письма;
- составить список вопросов перед собеседованием.

Однако это направление требует особой честности.

Нельзя:

- придумывать опыт;
- добавлять несуществующие навыки;
- изменять должности;
- выдумывать достижения;
- указывать ложные результаты;
- создавать рекомендации от несуществующих людей.

Что можно предложить

Помогу структурировать резюме.

Улучшу описание опыта без добавления выдуманных фактов.

Подготовлю сопроводительное письмо под конкретную вакансию.

Сделаю резюме более понятным и кратким.

Какие данные нужны

Запросите:

- желаемую должность;
- опыт работы;
- обязанности;
- достижения;
- образование;
- навыки;
- описание вакансии;
- ограничения;
- язык документа.

Пример улучшения

Исходный вариант:

Работал с клиентами, отвечал на звонки, иногда решал проблемы.

Улучшенный вариант:

Принимал входящие обращения клиентов, отвечал на вопросы по услугам и передавал сложные запросы профильным специалистам.

Здесь не добавлены выдуманные цифры или достижения. Формулировка стала понятнее, но сохранила исходный смысл.

Стартовый пакет

Редактирование резюме и одного сопроводительного письма

В пакет можно включить:

- анализ структуры;

- редактирование описания опыта;
- улучшение раздела навыков;
- адаптацию под вакансию;
- сопроводительное письмо;
- список рекомендаций.

Направление 7. Простые инструкции и чек-листы

Компании и специалисты регулярно используют инструкции:

- как оформить заказ;
- как подготовиться к услуге;
- как пользоваться продуктом;
- какие данные отправить менеджеру;
- как проходит сотрудничество;
- что проверить перед мероприятием.

Часто информация уже существует, но разбросана по сообщениям, заметкам и документам.

Исполнитель может собрать её в понятную последовательность.

Что можно предложить

Превращу ваши заметки в пошаговую инструкцию.

Создам чек-лист подготовки клиента к услуге.

Структурирую процесс оформления заказа.

Подготовлю памятку для новых сотрудников.

Что может сделать ChatGPT

- сгруппировать информацию;
- выделить этапы;
- создать заголовки;
- убрать повторы;
- предложить логичный порядок;
- сформировать чек-лист;
- адаптировать язык под новичка.

Что нужно проверить

- все ли этапы указаны;
- правильна ли последовательность;
- не потерялись ли важные детали;
- нет ли придуманных правил;
- соответствует ли инструкция реальному процессу.

Стартовый пакет

Одна инструкция объёмом до нескольких страниц

В пакет можно включить:

- структуру;

- пошаговое описание;
- чек-лист;
- блок частых вопросов;
- одну серию правок.

Направление 8. Структуры презентаций

Некоторым клиентам не нужна полностью оформленная презентация. Им требуется помощь с содержанием.

Исполнитель может подготовить:

- план;
- названия слайдов;
- ключевые мысли;
- порядок аргументов;
- черновик текста;
- рекомендации по визуальным материалам.

Что можно предложить

Подготовлю структуру презентации из десяти слайдов.

Превращу заметки в понятный план выступления.

Сокращу текст и распределяю его по слайдам.

Создам структуру коммерческого предложения.

Пример структуры

Заголовок и основная идея.

Проблема аудитории.

Почему существующие решения неудобны.

Предлагаемое решение.

Как работает услуга.

Основные преимущества.

Пример использования.

Условия сотрудничества.

Следующий шаг.

Контактная информация.

ChatGPT помогает создать структуру, но исполнитель должен следить за логикой и количеством информации.

На одном слайде не должно быть целой страницы текста.

Стартовый пакет

Структура презентации из 10–12 слайдов

В пакет можно включить:

- названия слайдов;
- тезисы;
- последовательность;
- рекомендации по изображениям;
- финальную проверку логики.

Направление 9. Ответы клиентам и шаблоны сообщений

Бизнес регулярно отвечает на похожие вопросы:

- сколько стоит услуга;
- как оформить заказ;
- когда возможна доставка;
- какие данные нужно предоставить;
- можно ли перенести запись;
- как вернуть товар;
- что входит в стоимость.

Исполнитель может подготовить библиотеку шаблонов.

Что можно предложить

Создам шаблоны ответов на частые вопросы клиентов.

Подготовлю сообщения для первого обращения, оплаты и завершения заказа.

Приведу ответы менеджеров к единому стилю.

Сделаю шаблоны более понятными и вежливыми.

Что нужно учитывать

Ответы должны соответствовать реальным правилам компании.

Нельзя придумывать:

- сроки;
- гарантии;
- условия возврата;
- скидки;
- обязательства;
- способы оплаты.

Клиент обязан предоставить точные данные.

Стартовый пакет

Десять шаблонов сообщений

Например:

- приветствие;
- уточнение задачи;
- сообщение о стоимости;
- подтверждение заказа;
- запрос предоплаты;
- напоминание;
- перенос срока;
- передача результата;
- запрос отзыва;
- ответ на частый вопрос.

Какое направление выбрать новичку

Не существует одной услуги, которая подходит всем.

Выбор зависит от:

- вашего опыта;
- интересов;
- грамотности;
- умения общаться;
- доступного времени;
- способности проверять результат;
- типа клиентов, с которыми вы готовы работать.

Используйте простой тест.

Оцените каждое направление от одного до пяти баллов по следующим критериям:

Интерес

Мне хочется выполнять такие задачи?

Понимание

Я понимаю, как выглядит хороший результат?

Проверка

Я способен заметить основные ошибки?

Скорость

Я могу выполнить заказ за несколько часов?

Портфолио

Я могу самостоятельно создать три примера?

Спрос

Я знаю, кому предложить такую услугу?

Сложите баллы.

Направление с наиболее высоким результатом можно рассматривать как основное.

Но цифры не должны полностью определять выбор. Если услуга кажется вам неприятной или слишком сложной, лучше выбрать другой вариант.

Три рекомендуемых направления для старта

Если вы совсем не знаете, что выбрать, начните с одного из трёх направлений.

Вариант 1. Редактирование коротких текстов

Подходит людям с хорошей грамотностью и внимательностью.

Первая услуга:

Отредактирую текст объёмом до 5 000 знаков: уберу ошибки, повторы и сложные формулировки.

Вариант 2. Описания товаров

Подходит тем, кто любит работать со структурой и характеристиками.

Первая услуга:

Подготовлю пять описаний товаров на основе ваших данных.

Вариант 3. Публикации для малого бизнеса

Подходит людям, которым нравится придумывать идеи и писать.

Первая услуга:

Подготовлю пять публикаций для социальной сети вашего бизнеса.

Эти услуги достаточно просты, чтобы создать учебные примеры без реального клиента.

Почему нельзя предлагать всё сразу

Новичок может думать:

Чем больше услуг я укажу, тем выше вероятность получить заказ.

На практике слишком широкий список часто снижает доверие.

Объявление:

Пишу тексты, создаю сайты, делаю логотипы, составляю бизнес-планы, настраиваю рекламу, веду социальные сети, перевожу документы и консультирую по искусственному интеллекту.

выглядит неправдоподобно.

Клиент не понимает, в чём именно исполнитель силён.

Лучше начать с одного понятного предложения.

Например:

Помогаю небольшим интернет-магазинам создавать понятные описания товаров.

Позднее можно расширить услуги:

- описания товаров;
- ответы на вопросы покупателей;
- тексты категорий;
- публикации о продукции;
- письма клиентам.

Все новые услуги будут связаны с одним направлением.

Как сформулировать первую услугу

Используйте формулу:

Что сделаю + для кого + какой результат + в каком объёме.

Примеры:

Подготовлю пять публикаций для социальной сети небольшой кофейни.

Создам десять описаний товаров для интернет-магазина одежды.

Отредактирую текст сайта объёмом до 10 000 знаков.

Подготовлю семь сценариев коротких видео для эксперта.

Составлю контент-план на две недели для локального бизнеса.

Можно добавить важное преимущество:

Использую только предоставленные вами факты и не придумываю характеристики.

Сохраняю смысл исходного текста.

Перед началом работы задаю вопросы и согласовываю структуру.

Все материалы передаются в редактируемом документе.

Что не стоит писать в предложении

Не делайте главным преимуществом использование ChatGPT.

Слабая формулировка:

Создам тексты с помощью самой современной нейросети.

Клиент может решить, что вы просто скопируете первый ответ.

Лучше:

Подготавливаю тексты на основе ваших данных, отредактирую их и приведу к единому стилю.

Также избегайте обещаний:

- гарантирую рост продаж;
 - любой текст за пять минут;
 - идеальный результат;
 - сделаю лучше всех;
 - профессиональная работа без опыта;
 - полностью автоматический заработок;
 - результат без вашего участия.
- Обещайте только то, что способны выполнить.

Как определить объём услуги

Первая услуга должна быть небольшой.

Слишком большой заказ создаёт риск:

- неверно оценить время;
- устать;
- пропустить ошибки;
- столкнуться с бесконечными правками;
- не выполнить обещанный срок.

Для старта можно выбрать:

- пять публикаций;
- пять описаний товаров;
- три сценария;
- один небольшой текст;
- контент-план на неделю;
- десять шаблонов сообщений;
- структуру презентации из десяти слайдов.

После нескольких заказов вы сможете увеличить объём.

Как понять, что услуга готова к продаже

Проверьте пять элементов.

1. Есть понятное название

Например:

Пять публикаций для социальной сети малого бизнеса

2. Описан результат

Клиент понимает, что получит.

3. Указан объём

Количество текстов, символов, страниц или вариантов определено заранее.

4. Установлены ограничения

Например:

- одна серия правок;
- работа только на основе данных клиента;
- изображения не входят в стоимость;
- публикация материалов не входит в услугу;
- сложная аналитика выполняется отдельно.

5. Есть пример

Даже учебный пример помогает показать уровень работы.

Практическое задание

В этой главе нужно выбрать одну первую услугу.
Откройте документ «Выбранная услуга» и заполните шаблон.

Шаг 1. Выберите направление

Запишите три варианта, которые кажутся вам наиболее интересными.

Например:

описания товаров;
публикации для социальных сетей;
редактирование текстов.

Шаг 2. Оцените варианты

Для каждого направления поставьте от одного до пяти баллов по критериям:

- интерес;
- понимание;
- возможность проверки;
- скорость выполнения;
- простота создания портфолио;
- доступность клиентов.

Шаг 3. Выберите одну услугу

Не выбирайте три услуги одновременно.

Запишите:

Моей первой услугой будет _____.

Шаг 4. Опишите результат

Ответьте:

- что получает клиент;
- в каком количестве;
- в каком формате;
- за какой ориентировочный срок;
- сколько правок включено;
- какие данные должен предоставить клиент.

Шаг 5. Сформулируйте предложение

Используйте шаблон:

Я помогаю [тип клиента] получить [результат]. Подготовлю [объём работы] на основе [исходные данные]. В услугу входит [состав работы].

Пример:

Я помогаю небольшим интернет-магазинам получать понятные описания товаров. Подготавливаю пять текстов на основе предоставленных характеристик. В услугу входят заголовки, основные описания, списки преимуществ и одна серия правок.

Упражнение «Один клиент»

Представьте одного конкретного клиента.

Не пишите:

Моя услуга подходит всем предпринимателям.

Выберите узкую группу:

- кофейни;
- мастера красоты;
- интернет-магазины одежды;
- репетиторы;
- фитнес-тренеры;
- фотографы;
- небольшие мастерские;
- продавцы товаров ручной работы;
- специалисты по ремонту;
- локальные службы доставки.

Затем ответьте:

Какая задача у этого клиента возникает регулярно?

Почему он откладывает её выполнение?

Какой результат вы можете подготовить?

Что клиент должен передать вам?

Как вы будете проверять качество?

Чем конкретнее образ клиента, тем проще сформулировать услугу.

Чек-лист третьей главы

Перед переходом к следующей главе убедитесь, что вы:

- понимаете разницу между инструментом и результатом;
- не пытаетесь продавать сам факт использования ChatGPT;
- выбрали задачу, которую можете проверить;
- отказались от слишком сложных направлений;
- оценили несколько вариантов услуг;

- выбрали одно основное направление;
- определили объём первой работы;
- описали результат для клиента;
- установили ограничения;
- сформулировали предложение одним абзацем.

Главная мысль главы:

Первый заработок начинается не с поиска волшебного способа, а с выбора одной небольшой и понятной услуги.

Часть II. Создание первой услуги

Глава 4. Как выбрать одно направление и не распыляться

Матрица выбора первой услуги
Оцените варианты не по моде, а по управляемости

	Проверка качества	Портфолио	Клиенты	Повторный спрос	Риск
Карточки	5	5	4	5	2
Публикации	4	5	4	5	2
Сценарии	3	4	3	4	3
Редактура	5	5	4	4	2

Выберите один вариант и тестируйте его 30 дней

Главная проблема новичка — не отсутствие идей

После знакомства с возможностями ChatGPT у человека обычно появляется не одна идея заработка, а сразу несколько.

Сегодня хочется писать тексты для социальных сетей. Завтра — делать описания товаров. Через день появляется мысль создавать презентации, сценарии видео, резюме, инструкции или контент-планы.

Каждое новое направление кажется перспективнее предыдущего.

Новичок открывает десятки вкладок, сохраняет обучающие материалы, создаёт несколько черновиков услуг, но так и не начинает искать клиентов.

Это называется распылением.

Распыление создаёт ощущение активности, хотя реального движения почти нет. Человек много думает, сравнивает и готовится, но не завершает ни один конкретный проект.

Первый заработок требует обратного подхода.

Нужно временно отказаться от большинства идей и сосредоточиться на одной услуге.

Не навсегда.

Только до тех пор, пока вы:

- не создадите несколько примеров;
- не сформулируете предложение;
- не покажете его потенциальным клиентам;
- не получите обратную связь;
- не выполните первый заказ;

- не поймёте, подходит ли вам это направление.

Выбор одной услуги не закрывает остальные возможности. Он помогает быстрее получить реальный опыт.

Почему выбор бывает таким сложным

Человек боится ошибиться.

Он думает:

А вдруг я выберу не то направление?

А вдруг на эту услугу нет спроса?

А вдруг другая идея принесла бы больше денег?

А вдруг я потрачу время впустую?

Эти вопросы естественны. Но невозможно заранее получить полную уверенность.

Направление проверяется не размышлениями, а действиями.

Вы можете неделю изучать рынок описаний товаров и всё равно не понять, нравится ли вам такая работа. Но после создания трёх примеров станет ясно:

- удобно ли вам работать с характеристиками;
- можете ли вы замечать ошибки;
- нравится ли вам редактировать однотипные тексты;
- сколько времени занимает одна карточка;
- способны ли вы объяснить пользу клиенту.

Реальная попытка даёт больше информации, чем десятки теоретических сравнений.

Поэтому цель этой главы — не найти идеальное направление на всю жизнь.

Цель — выбрать услугу для первого практического цикла.

Принцип временного выбора

Скажите себе:

Я выбираю это направление не навсегда, а для проверки в течение ближайших тридцати дней.

Такое решение воспринимается легче.

В течение этого периода вы не меняете услугу после первой трудности. Вы выполняете заранее определённые действия:

Изучаете несколько примеров.

Создаёте собственное портфолио.

Описываете услугу.

Находите потенциальных клиентов.

Отправляете предложения.

Анализируете ответы.

При необходимости улучшаете предложение.

Только после завершения цикла можно делать выводы.

Если вы отправили два сообщения и не получили ответа, это ещё не означает, что направление плохое.

Возможно:

- предложение было слишком общим;
- вы написали неподходящим клиентам;
- в сообщении не было примера;
- цена оказалась непонятной;
- клиент не увидел пользы;

- обращений было слишком мало;
- выбран неудачный момент.

Нужно отделять качество направления от качества первой попытки.

Четыре уровня выбора

Чтобы принять решение, оцените направление на четырёх уровнях:

личная пригодность;
качество результата;
понятность услуги;
доступность клиентов.

Рассмотрим каждый уровень.

Уровень 1. Личная пригодность

Даже перспективная услуга может вам не подходить.

Например, сценарии коротких видео могут пользоваться спросом, но вам может быть неприятно постоянно придумывать эмоциональные первые фразы.

Описания товаров могут быть удобны для одного человека и казаться однообразными другому.

Редактирование требует внимательности и терпения. Контент-планы — способности придумывать темы и понимать задачи бизнеса.

Ответьте на вопросы:

- Мне интересно выполнять такую работу?
- Могу ли я заниматься ею несколько часов подряд?
- Не раздражают ли меня повторяющиеся задачи?
- Нравится ли мне работать с текстом?
- Мне проще создавать новое или улучшать готовое?
- Люблю ли я структуру и порядок?
- Готов ли я общаться с клиентами этой сферы?
- Хочу ли я развиваться в этом направлении хотя бы несколько месяцев?

Необязательно испытывать сильную любовь к первой услуге.

Достаточно, чтобы работа не вызывала постоянного сопротивления.

Уровень 2. Способность оценить качество

ChatGPT может создавать материалы почти в любой области. Но исполнитель должен понимать, хороший ли получился результат.

Это критически важное условие.

Представьте, что человек, не знающий иностранного языка, предлагает профессиональный перевод. Он получает текст от ChatGPT, но не способен проверить:

- точность;
- грамматику;
- стиль;
- двусмысленность;
- отраслевые термины.

Такой исполнитель полностью зависит от ответа нейросети.

Это опасно.

Выбирайте направление, в котором можете ответить на вопросы:

- Как выглядит хороший результат?
- Какие ошибки встречаются чаще всего?
- Что нужно проверить перед отправкой?
- Какие факты нельзя придумывать?
- Как понять, что задача клиента выполнена?
- Могу ли я объяснить, почему выбрал именно такую версию?

Если вы не способны оценить итог, услуга пока слишком сложна.

Уровень 3. Понятность предложения

Услуга должна быть понятна без длинного объяснения.

Сравним два варианта.

Слабый:

Помогаю бизнесу использовать возможности искусственного интеллекта.

Конкретный:

Подготовлю десять описаний товаров для интернет-магазина на основе предоставленных характеристик.

В первом случае клиенту непонятно, что произойдёт после оплаты.

Во втором — ясен результат, объём и назначение.

Проверьте свою идею по трём вопросам:

Можно ли объяснить услугу одним предложением?

Понимает ли клиент, что именно он получит?

Можно ли определить момент завершения работы?

Если ответы положительные, предложение достаточно конкретно.

Уровень 4. Доступность клиентов

Нужно понимать, кому предлагать услугу.

Фраза «малому бизнесу» слишком широкая.

Лучше выбрать конкретную группу:

- небольшие интернет-магазины;
- мастера красоты;
- локальные кофейни;
- фотографы;
- репетиторы;
- фитнес-тренеры;
- продавцы изделий ручной работы;
- специалисты по ремонту;
- начинающие эксперты;
- соискатели;
- владельцы небольших образовательных проектов.

Для каждой группы существуют свои задачи.

Интернет-магазину нужны описания товаров.

Репетитору могут понадобиться публикации, объявления и материалы для учеников.

Фотографу — описание услуг, ответы клиентам и тексты для социальных сетей.

Соискателю — резюме и сопроводительное письмо.

Чем понятнее клиент, тем проще найти его и сформулировать предложение.

Матрица выбора первой услуги

Создайте таблицу и оцените каждое направление по десятибалльной шкале.

Интерес

Насколько мне нравится эта работа

Простота

Насколько легко мне начать

Проверяемость

Могу ли я оценить качество

Скорость

Можно ли выполнить заказ за несколько часов

Портфолио

Легко ли создать примеры без клиента

Понятность

Можно ли объяснить услугу одним предложением

Клиенты

Понимаю ли я, кому её предложить

Повторяемость

Можно ли использовать шаблоны и процесс повторно

Развитие

Можно ли повысить цену и расширить услугу

Риск

Насколько опасны ошибки

Для критерия «риск» используйте обратную оценку:

- 10 баллов — ошибки почти не создают серьёзных последствий;
- 1 балл — ошибка может сильно навредить клиенту.

Пример оценки:

Описания товаров

7

8

8

9

8

40

Сценарии видео

9
6
7
8
7
37

Резюме
6
7
8
7
8
36

Таблица не принимает решение за вас. Она помогает увидеть, почему одно направление кажется более подходящим.

Метод трёх тестовых работ

После предварительного выбора выполните три учебных задания.

Не ограничивайтесь одним примером.

Первый результат может получиться удачным случайно. Три работы дают более честную картину.

Допустим, вы выбрали описания товаров.

Создайте карточки для трёх разных продуктов:

предмет одежды;

товар для дома;

аксессуар.

Для каждого примера:

- соберите исходные характеристики;
- составьте промпт;
- получите черновик;
- проверьте факты;
- отредактируйте текст;
- оформите готовый результат;
- засеки время.

После третьей работы ответьте:

- Стал ли процесс быстрее?
- Какие этапы повторялись?
- Что было самым сложным?
- Какие ошибки допускал ChatGPT?
- Могу ли я создать единый шаблон?
- Готов ли я выполнить такую работу для клиента?
- Хочу ли я сделать ещё пять похожих заданий?

Если уже после трёх примеров работа кажется невыносимой, направление можно заменить.

Но если возникают только обычные трудности, не спешите отказываться. Любая новая услуга сначала требует усилий.

Как отличить трудность от неподходящего направления

Новичок может бросить услугу при первом неудобстве.
Важно различать два состояния.

Обычная трудность

Признаки:

- вы пока медленно работаете;
- не знаете, как оформить результат;
- промпты требуют доработки;
- сложно определить цену;
- страшно показывать примеры;
- не хватает уверенности;
- приходится много редактировать.

Такие трудности нормальны. Они уменьшаются с практикой.

Неподходящее направление

Признаки:

- вы постоянно откладываете даже учебные задания;
- сам процесс вызывает сильное раздражение;
- вам неинтересно улучшать результат;
- вы не способны определить качество;
- работа требует знаний, которых у вас нет;
- риск ошибки слишком высок;
- вы не хотите общаться с выбранной аудиторией;
- вы не можете представить, что выполните десять похожих заказов.

В таком случае стоит рассмотреть другой вариант.

Не выбирайте услугу только по обещанному доходу

В интернете можно встретить сообщения:

На создании текстов с ChatGPT можно зарабатывать сотни тысяч.

Сценарии для коротких видео — самая прибыльная услуга.

Автоматизация бизнеса приносит больше всего денег.

Подобные утверждения редко учитывают:

- уровень специалиста;
- наличие клиентов;
- опыт продаж;
- сложность проектов;
- регион;
- конкуренцию;
- качество портфолио;
- ответственность;
- затраты времени.

Высокая цена услуги не означает, что новичку легко получить такой заказ.

Иногда разумнее начать с небольшой и понятной работы, получить отзыв и только потом переходить к сложным проектам.

Первый заказ нужен не только ради денег.

Он даёт:

- опыт общения;
- понимание реальных требований;
- практику оценки сроков;
- первый отзыв;
- уверенность;
- материал для портфолио;
- понимание собственных ошибок.

Выбирайте узкую задачу, а не широкую профессию

Не обязательно сразу решать:

Я стану копирайтером.

Я буду маркетологом.

Я стану специалистом по искусственному интеллекту.

Это слишком широкие определения.

Для старта лучше выбрать конкретное действие:

Я буду создавать описания товаров.

Я буду редактировать короткие тексты.

Я буду составлять контент-планы на две недели.

Я буду готовить сценарии коротких видео.

Я буду улучшать резюме под конкретные вакансии.

Узкая задача быстрее превращается в понятную услугу.

Позже несколько задач могут объединиться в профессию или полноценное направление.

Пример: от общей идеи к конкретной услуге

Рассмотрим путь новичка.

Общая идея:

Хочу зарабатывать на текстах с ChatGPT.

Это ещё не услуга.

Первое уточнение:

Хочу писать тексты для бизнеса.

Направление стало уже, но всё ещё слишком широко.

Второе уточнение:

Хочу писать тексты для социальных сетей малого бизнеса.

Уже понятнее.

Третье уточнение:

Хочу создавать публикации для небольших кофеен.

Появилась конкретная аудитория.

Четвёртое уточнение:

Подготовлю пять публикаций для социальной сети небольшой кофейни на основе информации о меню, атмосфере и текущих предложениях.

Теперь это можно продавать.

Клиент понимает:

- кому предназначена услуга;

- что будет сделано;
- сколько материалов он получит;
- какие данные потребуются.

Принцип одного результата

В начале одна услуга должна приводить к одному основному результату.

Например:

- пять готовых публикаций;
- десять описаний товаров;
- контент-план на четырнадцать дней;
- отредактированное резюме;
- три сценария видео;
- инструкция для клиентов;
- структура презентации.

Не перегружайте первый пакет.

Слабый вариант:

В услугу входят стратегия, анализ конкурентов, контент-план, пятнадцать публикаций, оформление профиля, сценарии видео, консультация и сопровождение.

Для новичка такой пакет слишком сложен.

Он создаёт проблемы:

- трудно оценить срок;
- непонятно, сколько брать денег;
- увеличивается количество правок;
- клиент ожидает экспертного уровня;
- сложно показать единый результат;
- возрастает риск не выполнить обещание.

Начните с одного результата и нескольких понятных дополнительных элементов.

Как выбрать объём первого пакета

Объём должен быть достаточно большим, чтобы клиент увидел ценность, но достаточно маленьким, чтобы вы могли выполнить работу качественно.

Примеры стартового объёма:

Тексты для социальных сетей

- три или пять публикаций;
- один вариант заголовка к каждой;
- рекомендации по теме изображения.

Описания товаров

- пять карточек;
- краткое и полное описание;
- список характеристик.

Сценарии видео

- три или пять сценариев;

- продолжительность до одной минуты;
- первая фраза и основной текст.

Редактирование

- текст до 5 000 или 10 000 знаков;
- список основных исправлений;
- итоговая версия.

Контент-план

- семь или четырнадцать дней;
- тема;
- цель;
- формат;
- краткая основная мысль.

Резюме

- редактирование одного документа;
- адаптация под одну вакансию;
- одно сопроводительное письмо.

Определите границы услуги

Границы защищают и исполнителя, и клиента.

Без них заказ может постоянно расширяться.

Клиент заказывает пять публикаций, а затем просит:

- придумать название компании;
- разработать стратегию;
- найти фотографии;
- разместить материалы;
- отвечать на комментарии;
- создать рекламную кампанию.

Если границы не определены, новичку трудно отказать.

В описании услуги заранее укажите:

- что входит в работу;
- что не входит;
- сколько вариантов предоставляется;
- сколько правок включено;
- в каком формате передаётся результат;
- какой срок выполнения;
- какие данные должен предоставить клиент.

Пример:

В услугу входят пять текстов объёмом до 1 000 знаков, по три варианта заголовка и одна серия правок. Подбор фотографий, публикация материалов и разработка стратегии продвижения оплачиваются отдельно.

Это не грубость. Это профессиональная ясность.

Что считать одной серией правок

Новичку важно понимать разницу между одной правкой и одной серией правок.

Одна правка:

Замените слово в третьем абзаце.

Серия правок:

Клиент собирает все замечания и отправляет их одним сообщением или документом.

Лучше использовать второй подход.

Иначе клиент может несколько дней присылать отдельные сообщения:

Измените заголовок.

Верните прошлый вариант.

Добавьте предложение.

Сократите второй абзац.

Попробуйте другой стиль.

Попросите заказчика собрать замечания вместе.

Формулировка:

В стоимость включена одна серия правок. Пожалуйста, соберите все комментарии к версии в одном сообщении, чтобы я мог внести изменения последовательно.

Определите исходные данные

Качество работы зависит от информации клиента.

Для каждой услуги нужен собственный список исходных данных.

Для описаний товаров

- название;
- характеристики;
- материалы;
- размеры;
- комплектация;
- назначение;
- ограничения;
- фотографии;
- требования площадки.

Для публикаций

- описание бизнеса;
- аудитория;
- тема;
- цель;
- факты;
- предложение;
- стиль;
- примеры прошлых публикаций.

Для сценариев

- тема;
- аудитория;
- формат;
- длительность;
- способ съёмки;
- основная мысль;
- призыв к действию.

Для резюме

- опыт;
- обязанности;
- достижения;
- навыки;
- образование;
- вакансии;
- язык документа.

Если клиент не предоставляет данные, нельзя заменять их вымышленными фактами.

Создайте минимальный рабочий процесс

Каждая услуга должна выполняться по понятным этапам.

Пример процесса для пяти публикаций:

Получить информацию о бизнесе.

Уточнить аудиторию и цель.

Согласовать пять тем.

Подготовить промпты.

Получить черновики.

Проверить факты.

Отредактировать стиль.

Оформить документ.

Передать клиенту.

Получить замечания.

Внести одну серию правок.

Передать финальную версию.

Такой процесс помогает:

- не забывать этапы;
- оценивать время;
- объяснять клиенту порядок работы;
- сохранять качество;
- быстрее выполнять повторные заказы.

Засекайте время

Первую учебную работу выполняйте с таймером.

Запишите отдельно:

- время на сбор информации;
- время на составление промпта;
- время на генерацию;
- время на проверку;
- время на редактирование;
- время на оформление.

Допустим, пять описаний товаров заняли три часа.

Это важнее, чем кажется.

Без учёта времени новичок может назначить слишком низкую цену и обнаружить, что работает почти бесплатно.

При повторной работе процесс обычно ускоряется. Но цену следует рассчитывать не только по минутам, проведённым в ChatGPT.

Клиент платит за весь результат, включая:

- понимание задачи;
- подготовку;
- проверку;
- исправление ошибок;
- ответственность;
- коммуникацию;
- соблюдение срока.

Тест на повторяемость

После трёх учебных работ проверьте, можно ли превратить процесс в систему.

Ответьте:

- Какие вопросы я задавал каждый раз?
- Какие части промпта повторялись?
- Какие ошибки возникали чаще всего?
- Какие этапы можно оформить в чек-лист?
- Какие документы можно использовать повторно?
- Можно ли создать шаблон результата?
- Какие данные обязательно нужны от клиента?

Если ответы начинают повторяться, услуга подходит для системной работы.

Создайте:

- шаблон вопросов;
- шаблон промпта;
- чек-лист проверки;
- шаблон документа для клиента;
- сообщение о начале работы;
- сообщение о передаче результата.

Проверка спроса без сложного исследования

Новичку не требуется проводить дорогое маркетинговое исследование.

Можно выполнить простую проверку.

Шаг 1. Найдите двадцать потенциальных клиентов

Например, если вы хотите писать для кофеен, найдите двадцать небольших заведений в социальных сетях.

Шаг 2. Изучите их материалы

Обратите внимание:

- как часто появляются публикации;
- есть ли описания товаров;
- понятны ли тексты;
- повторяются ли темы;
- есть ли устаревшая информация;
- можно ли предложить конкретное улучшение.

Шаг 3. Найдите признаки задачи

Признаки возможной потребности:

- публикации выходят редко;
- тексты очень короткие или неструктурированные;
- карточки товаров заполнены неравномерно;
- ответы клиентам звучат по-разному;
- информация разбросана;
- у бизнеса есть продукт, но его преимущества не объяснены.

Шаг 4. Подготовьте небольшой пример

Не выполняйте весь заказ бесплатно.

Можно предложить:

- один улучшенный заголовок;
- короткий фрагмент описания;
- три идеи публикаций;
- пример структуры;
- один абзац «до и после».

Так клиент увидит ваш подход.

Не путайте отсутствие ответа с отсутствием спроса

Большинство холодных сообщений остаются без ответа.

Это нормально.

Причины могут не иметь отношения к вашей услуге:

- человек занят;
- сообщение попало не вовремя;
- у компании уже есть исполнитель;
- владелец редко проверяет аккаунт;
- сейчас нет бюджета;
- предложение не заинтересовало;
- клиент не понял ценность;
- сообщение показалось массовым.

Поэтому нельзя оценивать направление по одному обращению.

Для первой проверки понадобится несколько десятков качественных контактов.

Важно не отправлять одинаковый спам. Каждое сообщение должно учитывать конкретный бизнес.

Правило тридцати дней

Выберите одну услугу и работайте с ней тридцать дней.

Примерный план:

Неделя 1

- создать три учебные работы;
- оформить портфолио;
- подготовить описание услуги;
- составить шаблон вопросов.

Неделя 2

- найти потенциальных клиентов;
- изучить их задачи;
- подготовить персональные обращения;
- отправить первые предложения.

Неделя 3

- продолжить обращения;
- анализировать ответы;
- улучшить сообщение;
- создать дополнительные примеры.

Неделя 4

- провести переговоры;
- выполнить тестовую или первую небольшую работу;
- собрать обратную связь;
- оценить направление.

После тридцати дней ответьте:

- Сколько примеров создано?
- Сколько сообщений отправлено?
- Сколько ответов получено?
- Какие вопросы задавали клиенты?
- Что оказалось непонятным?
- Сколько времени занимает работа?
- Нравится ли мне процесс?
- Нужно ли менять услугу или только предложение?

Когда направление стоит изменить

Смена услуги оправдана, если вы действительно провели проверку.

Например:

- создали портфолио;

- отправили достаточное количество обращений;
- улучшили предложение;
- получили обратную связь;
- поняли, что работа вам не подходит;
- обнаружили, что не можете контролировать качество;
- нашли слишком высокий риск;
- увидели более подходящее направление.

Не меняйте услугу только потому, что:

- первый пример получился слабым;
- было страшно написать клиенту;
- никто не ответил на три сообщения;
- работа заняла больше времени, чем ожидалось;
- другой человек рассказал о более прибыльном способе;
- появился новый популярный инструмент.

Постоянная смена направления возвращает вас в начальную точку.

Когда направление нужно не менять, а сузить

Иногда проблема не в услуге, а в слишком широкой формулировке.

Например:

Пишу тексты для бизнеса.

Можно сузить до:

Создаю описания товаров для небольших интернет-магазинов.

Или:

Редактирую страницы услуг для мастеров красоты.

Или:

Готовлю публикации для локальных кофеен.

Узкая специализация помогает:

- создавать точные примеры;
- понимать задачи клиента;
- использовать повторяемые промпты;
- быстрее находить потенциальных заказчиков;
- выглядеть более убедительно.

Позднее специализацию можно расширить.

Три готовые модели для старта

Если выбор всё ещё вызывает трудности, используйте одну из готовых моделей.

Модель 1. Описания товаров

Клиент: небольшой интернет-магазин.

Результат: пять описаний товаров.

Исходные данные: характеристики и фотографии.

Срок: несколько рабочих дней.

Правки: одна серия.

Преимущество: легко создать портфолио и проверить объём.

Модель 2. Публикации для бизнеса

Клиент: локальная компания или частный специалист.

Результат: пять готовых публикаций.

Исходные данные: информация о бизнесе, услугах и аудитории.

Срок: несколько рабочих дней.

Правки: одна серия.

Преимущество: можно развить услугу в постоянное сотрудничество.

Модель 3. Редактирование текста

Клиент: предприниматель, специалист или соискатель.

Результат: улучшенный текст с сохранением смысла.

Исходные данные: оригинальный материал и цель.

Срок: зависит от объёма.

Правки: одна серия.

Преимущество: не нужно создавать весь материал с нуля.

Практическое задание

К концу главы у вас должна появиться одна окончательно выбранная услуга. Откройте документ «Выбранная услуга».

Шаг 1. Запишите три направления

Например:

описания товаров;
публикации;
редактирование.

Шаг 2. Оцените их

Используйте критерии:

- интерес;
- простота;
- проверяемость;
- портфолио;
- доступность клиентов;
- повторяемость;
- риск.

Шаг 3. Выполните три тестовые работы

Создайте три разных примера в выбранном направлении.

Шаг 4. Засеките время

Запишите, сколько заняли:

- подготовка;

- работа с ChatGPT;
- редактирование;
- оформление.

Шаг 5. Сформулируйте услугу

Заполните шаблон:

Я помогаю [тип клиента] получить [конкретный результат].

В рамках услуги я подготовлю [объём].

Для работы клиент предоставляет [исходные данные].

Результат передаётся в формате [формат].

Срок выполнения — [срок].

В стоимость входит [количество] серия правок.

В услугу не входит [ограничения].

Шаг 6. Примите решение на тридцать дней

Запишите:

В течение следующих тридцати дней я развиваю только услугу _____.

Я не меняю направление до завершения трёх примеров, подготовки портфолио и отправки предложений потенциальным клиентам.

Пример заполненного описания

Я помогаю небольшим интернет-магазинам получать понятные и аккуратные описания товаров.

В рамках услуги я подготовлю пять карточек на основе предоставленных характеристик.

Для работы клиент передаёт названия, размеры, материалы, комплектацию, особенности использования и требования площадки.

Каждая карточка будет содержать заголовок, краткое описание, основное описание и список характеристик.

Результат передаётся в редактируемом документе.

Срок выполнения — до трёх рабочих дней после получения всей информации.

В стоимость входит одна серия правок.

В услугу не входят загрузка карточек на сайт, обработка фотографий, исследование ключевых запросов и создание характеристик, которых нет в исходных данных.

Такое описание уже можно использовать как основу предложения.

Чек-лист четвёртой главы

Перед переходом к следующей главе убедитесь, что вы:

- понимаете вред постоянного распыления;
- выбрали направление временно, а не навсегда;
- оценили личную пригодность;
- способны проверять качество результата;
- знаете конкретную группу клиентов;
- выполнили три учебные работы;
- засекли время;
- сформулировали объём услуги;

- определили её границы;
- указали количество правок;
- составили список исходных данных;
- приняли решение работать с одной услугой тридцать дней.

Главная мысль главы:

Не нужно сразу выбирать дело на всю жизнь. Нужно выбрать одну услугу, довести её до готового предложения и проверить на реальных клиентах.

Глава 5. Как создать услугу, которую понятно покупать



Хорошая услуга отвечает на вопросы клиента заранее

Вы уже выбрали направление и определили, какой результат можете создавать с помощью ChatGPT.

Следующий шаг — превратить это направление в понятный продукт.

Пока вы говорите:

Я пишу тексты.

или:

Я помогаю бизнесу с контентом,

клиенту приходится самостоятельно догадываться, что именно вы предлагаете.

Он не понимает:

- какой результат получит;
- сколько материалов входит в работу;
- что потребуется от него;
- сколько времени займёт выполнение;
- сколько правок можно запросить;
- в каком формате будет передан результат;
- что произойдёт после оплаты.

Чем больше неопределённости, тем сложнее человеку принять решение.

Понятная услуга уменьшает количество вопросов и снижает риск недоразумений.

Клиент должен быстро увидеть:

для кого предназначено предложение;

какую задачу оно решает;

что входит в работу;

что он получит в конце;

сколько времени займёт выполнение;

какие существуют ограничения;
сколько стоит услуга.

Если эти элементы определены заранее, вам будет проще продавать, выполнять и повторять работу.

Услуга и продукт: в чём разница

Обычная услуга может быть неопределённой.

Например:

Помогаю с текстами.

Продуктовая услуга имеет заранее определённый состав.

Например:

Подготовлю пять публикаций для социальной сети небольшой компании. В пакет входят пять тем, пять текстов объёмом до 1 000 знаков, по два варианта заголовка и одна серия правок. Срок выполнения — три рабочих дня после получения информации.

Второй вариант легче купить, потому что клиент видит границы.

Продуктовая услуга не означает, что все заказчики получают одинаковый результат. Материалы по-прежнему создаются под конкретный бизнес.

Одинаковым остаётся рабочий процесс:

- количество материалов;
- формат;
- этапы;
- срок;
- число правок;
- способ передачи результата.

Такой подход полезен новичку.

Вам не приходится каждый раз заново решать, что входит в заказ. Вы используете понятную модель и постепенно её улучшаете.

Начните с одного основного результата

В центре услуги должен находиться один главный результат.

Например:

- пять описаний товаров;
- семь публикаций;
- три сценария видео;
- отредактированное резюме;
- контент-план на четырнадцать дней;
- инструкция для клиентов;
- структура презентации;
- десять шаблонов ответов.

Не пытайтесь включить в один пакет слишком много разных задач.

Представьте предложение:

Создам стратегию продвижения, разработаю оформление, напишу тексты, подготовлю видео, настрою рекламу и буду вести страницу.

Для новичка это слишком большой объём.

Каждый элемент требует отдельных навыков, сроков и ответственности. Кроме того, клиенту трудно понять, за что именно он платит.

Начните с одного результата.

Дополнительные элементы должны помогать получить этот результат, а не превращать услугу в новый большой проект.

Например, к пяти публикациям можно добавить:

- варианты заголовков;
- рекомендации по иллюстрациям;
- одну серию правок.

Но не следует автоматически добавлять:

- полную стратегию продвижения;
- дизайн;
- публикацию материалов;
- ответы подписчикам;
- настройку рекламы.

Формула понятной услуги

Используйте следующую формулу:

Кому помогаю + какую задачу решаю + что создаю + в каком объёме + на каких условиях.

Пример:

Я помогаю небольшим интернет-магазинам получать понятные описания товаров. Подготавливаю пять карточек на основе предоставленных характеристик. В каждую войдут заголовок, основное описание и список особенностей. Срок выполнения — до трёх рабочих дней. В стоимость включена одна серия правок.

Рассмотрим элементы формулы.

Кому помогаю

Укажите тип клиента.

Например:

- небольшим интернет-магазинам;
- локальным кафе;
- мастерам красоты;
- репетиторам;
- фотографам;
- фитнес-тренерам;
- начинающим экспертам;
- соискателям;
- продавцам товаров ручной работы.

Слишком широкая формулировка:

Работаю со всеми видами бизнеса.

Более понятная:

Помогаю небольшим интернет-магазинам.

Позже можно расширить аудиторию, но в начале конкретика помогает создать подходящие примеры и сообщения.

Какую задачу решаю

Опишите проблему клиента.

Например:

- сложно регулярно готовить публикации;
- описания товаров написаны в разном стиле;
- в резюме неясно показан опыт;
- заметки невозможно использовать как инструкцию;
- для видео не хватает тем и сценариев;
- ответы клиентам каждый раз пишутся заново.

Клиент покупает услугу не потому, что хочет поддержать исполнителя. Он хочет избавиться от конкретной проблемы или быстрее получить результат.

Что создаю

Назовите готовый материал:

- тексты;
- сценарии;
- описания;
- таблицу;
- инструкцию;
- резюме;
- презентацию;
- контент-план.

Не используйте слишком абстрактные слова:

- решение;
- сопровождение;
- улучшение;
- развитие;
- консультационная помощь.

Они могут быть частью предложения, но должны сопровождаться конкретным результатом.

В каком объёме

Укажите количество:

- пять текстов;
- десять карточек;
- три сценария;
- один документ до 10 000 знаков;
- план на четырнадцать дней;
- презентация из десяти слайдов.

Объём помогает оценить работу и сравнить предложения.

На каких условиях

К условиям относятся:

- срок;
- количество правок;
- формат передачи;
- исходные данные;
- ограничения;
- порядок оплаты.

Как назвать услугу

Название должно быть простым.

Клиент не должен расшифровывать сложную формулировку.

Хорошие варианты:

- «Пять публикаций для малого бизнеса».
- «Описания для пяти товаров».
- «Редактирование текста до 10 000 знаков».
- «Три сценария коротких видео».
- «Контент-план на две недели».
- «Резюме и сопроводительное письмо».
- «Десять шаблонов ответов клиентам».
- «Структура презентации из десяти слайдов».

Слабые варианты:

- «Текстовая трансформация».
- «Интеллектуальная упаковка бизнеса».
- «Контент нового поколения».
- «Нейросетевое сопровождение».
- «Комплексное раскрытие смыслов».

Такие названия могут звучать необычно, но не объясняют результат.

Название должно отвечать на вопрос:

Что я получу?

Как описать пользу

Перечень действий не всегда показывает ценность.

Сравним два варианта.

Первый:

Я напишу пять текстов.

Второй:

Вы получите пять готовых публикаций на неделю, поэтому вам не придётся каждый день придумывать тему и писать текст с нуля.

Во втором варианте показана польза.

Другие примеры:

Вы получите описания товаров в едином стиле, которые можно добавить в карточки после проверки характеристик.

Вы получите отредактированное резюме, в котором опыт и обязанности будут изложены понятнее.

Вы получите готовые сценарии, которые можно снять без сложного оборудования.

Вы получите контент-план с конкретными темами, а не общий список рекомендаций.

Польза должна быть реальной и проверяемой.

Не обещайте:

- обязательный рост продаж;
- гарантированный приток клиентов;
- вирусное распространение;
- первое место в поиске;
- быстрое трудоустройство;
- гарантированное увеличение дохода.

Вы отвечаете за материал, но не контролируете все дальнейшие результаты.

Определите состав услуги

Состав — это перечень того, что клиент получает.

Например, пакет «Пять описаний товаров» может включать:

изучение предоставленных характеристик;

пять заголовков;

пять кратких описаний;

пять основных описаний;

списки характеристик;

приведение материалов к единому стилю;

одну серию правок;

передачу результата в редактируемом документе.

Каждый пункт должен быть понятен.

Не добавляйте действия только для того, чтобы список выглядел длиннее.

Фраза:

Проведу многоуровневый нейросетевой анализ,

не создаёт ценности, если клиент не понимает, что изменится в результате.

Описывайте конкретные действия и материалы.

Что не входит в услугу

Этот раздел так же важен, как список включённых работ.

Он предотвращает расширение заказа.

Например, в пакет описаний товаров могут не входить:

- поиск характеристик;
- фотографирование;
- обработка изображений;
- размещение товаров на сайте;
- перевод;
- исследование ключевых запросов;
- юридическая проверка;
- изменение цен;
- создание названий продуктов.

В пакет публикаций могут не входить:

- дизайн;
- подбор фотографий с платных ресурсов;
- публикация в социальной сети;
- ответы на комментарии;
- стратегия продвижения;
- настройка рекламы;
- ежедневное ведение страницы.

Формулировка может быть спокойной:

В стоимость не входят подбор изображений, публикация материалов и настройка рекламы. Эти задачи можно обсудить отдельно.

Границы не делают предложение менее привлекательным. Они делают его профессиональным.

Почему клиент должен предоставить исходные данные

ChatGPT способен придумывать детали, но в коммерческой работе это часто недопустимо.

Если вы создаёте описание реального товара, вы не можете самостоятельно изобрести:

- материал;
- размер;
- срок гарантии;
- комплектацию;
- безопасность;
- способ применения;
- страну производства;
- свойства.

Если вы пишете для кафе, нельзя придумывать:

- состав блюда;
- цену;
- время работы;
- условия доставки;
- наличие скидки.

Поэтому заранее перечислите, что должен передать клиент.

Пример:

Для начала работы потребуются названия товаров, характеристики, размеры, материалы, комплектация, фотографии и требования площадки.

Для публикаций:

Потребуются описание бизнеса, список услуг, информация об аудитории, факты для каждой темы, действующие цены и примеры подходящего стиля.

Для резюме:

Потребуются данные об опыте, обязанностях, достижениях, навыках, образовании и описание выбранной вакансии.

Если клиент не предоставляет информацию, срок выполнения не должен начинаться.

Можно написать:

Срок отсчитывается после получения всех необходимых материалов.

Как составить анкету для клиента

Чтобы не задавать вопросы по одному, подготовьте короткую анкету.

Для публикаций она может выглядеть так:

Как называется компания?

Чем она занимается?

Какие товары или услуги нужно продвигать?

Кто основная аудитория?

Где будут опубликованы тексты?

Какие темы необходимо включить?

Какой стиль вам подходит?

Есть ли слова и обещания, которых следует избегать?

Какие факты, цены и сроки необходимо указать?

Есть ли примеры материалов, которые вам нравятся?

Какое действие должен совершить читатель?

Кто проверяет итоговый текст перед публикацией?

Анкета помогает:

- быстрее собирать информацию;
- уменьшать количество сообщений;
- обнаруживать пробелы;
- создавать точный промпт;
- показывать профессиональный подход.

Не делайте анкету слишком длинной для маленького заказа. Запрашивайте только те сведения, которые действительно нужны.

Срок выполнения

Не обещайте выполнить любую работу за несколько минут только потому, что ChatGPT быстро создаёт черновик.

В срок входят:

- получение и изучение данных;
- уточняющие вопросы;
- подготовка промптов;
- создание черновиков;
- проверка фактов;
- редактирование;
- оформление;
- связь с клиентом;
- внесение правок.

Кроме того, вам нужен запас на непредвиденные ситуации.

Если вы уверены, что работа занимает один день, клиенту можно назвать срок в два рабочих дня.

Это лучше, чем обещать несколько часов и опоздать.

Примеры реалистичных сроков:

- пять небольших публикаций — два или три рабочих дня;
- пять описаний товаров — два или три рабочих дня;
- редактирование короткого текста — один или два рабочих дня;
- три сценария — два рабочих дня;
- контент-план на две недели — три рабочих дня;
- резюме и письмо — два или три рабочих дня.

Срок зависит от сложности, объёма и вашей загрузки.

Рабочие и календарные дни

Уточняйте, какие дни учитываются.

Если вы пишете:

Срок — три дня,

клиент может ожидать результат в воскресенье, хотя вы имели в виду три рабочих дня.

Лучше:

Срок выполнения — до трёх рабочих дней после получения исходных данных и оплаты.

Если правки требуют дополнительного времени, укажите это отдельно:

Правки вносятся в течение двух рабочих дней после получения всех комментариев.

Правки: что включить в цену

Практически любой клиент может попросить что-то изменить.

Правки являются нормальной частью работы.

Проблема возникает, когда они не ограничены.

Фраза:

Внесу любые правки до полного удовлетворения,
создаёт риск бесконечной работы.

Лучше включить одну или две серии правок.

Например:

В стоимость входит одна серия правок в рамках первоначального задания.

Ключевые слова — «в рамках первоначального задания».

Если клиент сначала заказал текст для сайта, а затем решил превратить его в сценарий видео, это уже новая задача.

Что является правкой, а что новой задачей

Правкой можно считать:

- изменение отдельных формулировок;
- сокращение объёма;
- корректировку тона;
- перестановку абзацев;
- добавление факта, который был пропущен;
- замену призыва к действию.

Новой задачей может быть:

- полная смена темы;
- работа для другой аудитории;
- создание дополнительных материалов;
- увеличение объёма;
- изменение утверждённой структуры;
- переписывание на другом языке;
- подготовка нового формата.

Пример:

Клиент заказал пять публикаций для кофейни, согласовал темы и получил тексты. Затем он просит заменить три темы на публикации о другом филиале.

Это не небольшая правка. Значительная часть работы создаётся заново.

Ответ может быть спокойным:

Эта просьба меняет ранее согласованные темы, поэтому относится к дополнительной работе. Я могу рассчитать её отдельно.

Как принимать правки

Попросите клиента собрать замечания одним сообщением или в одном документе.

Формулировка:

Пожалуйста, просмотрите все материалы и соберите комментарии в одном сообщении.

Так я смогу внести изменения последовательно и ничего не пропустить.

Уточните, что именно не подходит.

Вместо:

Мне не нравится,
полезно получить:

- какой фрагмент нужно изменить;
- почему он не подходит;
- какой результат ожидается;
- есть ли пример;
- какую информацию нужно добавить.

Можно задать вопрос:

Правильно ли я понимаю, что текст кажется слишком формальным и его нужно сделать более разговорным, сохранив факты и структуру?

Это снижает риск новой неудачной версии.

Формат передачи результата

Определите, в каком виде клиент получит работу.

Варианты:

- редактируемый документ;
- таблица;
- текстовый файл;
- презентация;
- документ с комментариями;
- две версии: исходная и отредактированная.

Для текстовых услуг удобен редактируемый документ.

Например:

Результат передаётся в документе DOCX или Google Docs.

Не обещайте формат, с которым не умеете работать.

Для пяти публикаций можно использовать таблицу:

|| ||

Для сценариев:

|| ||

Хорошее оформление повышает ценность результата.

Даже качественный текст выглядит непрофессионально, если он передан одним длинным сообщением без заголовков и структуры.

Три уровня услуги

После создания первого пакета можно подготовить несколько вариантов.

Но не усложняйте систему сразу.

Для начала достаточно трёх уровней:

Базовый

Небольшой объём и минимальный состав.

Например:

- три публикации;
- по одному заголовку;
- одна серия правок.

Стандартный

Основной пакет.

Например:

- пять публикаций;
- по два заголовка;
- рекомендации по изображениям;
- одна серия правок.

Расширенный

Большой объём или дополнительный элемент.

Например:

- десять публикаций;
- контент-план;
- варианты заголовков;
- рекомендации по изображениям;
- две серии правок.

Разница между пакетами должна быть понятна.

Не создавайте три почти одинаковых варианта только ради выбора.

Пример пакетов для описаний товаров

Базовый пакет

- три карточки;
- заголовок;
- краткое описание;
- список характеристик;
- одна серия правок.

Стандартный пакет

- пять карточек;
- заголовок;
- краткое описание;
- полное описание;
- список характеристик;
- единый стиль;
- одна серия правок.

Расширенный пакет

- десять карточек;
- заголовок;
- краткое и полное описание;
- списки характеристик;
- приведение к единому стилю;
- таблица для загрузки;

- две серии правок.

Для первого клиента можно продавать только стандартный пакет. Остальные варианты пригодятся позднее.

Как определить стартовую цену

Цена вызывает у новичков больше всего сомнений.

Кажется, что существует единственно правильная сумма. На практике цена зависит от многих факторов:

- объёма;
- сложности;
- рынка;
- опыта;
- срочности;
- количества правок;
- исходных данных;
- ответственности;
- формата;
- уровня клиента;
- дополнительных задач.

Для первого предложения нужна не идеальная, а обоснованная цена.

Не оценивайте только время в ChatGPT

Допустим, нейросеть создала черновик за одну минуту.

Это не означает, что вся услуга стоит как одна минута работы.

Вы тратите время на:

- поиск клиента;
- переписку;
- изучение задачи;
- сбор данных;
- составление запросов;
- сравнение вариантов;
- проверку;
- редактирование;
- оформление;
- передачу;
- правки;
- хранение документов;
- развитие навыков.

Клиент платит не за скорость генерации текста. Он платит за готовый и проверенный результат.

Инструмент может ускорить работу, но не отменяет вашу ответственность.

Метод расчёта по времени

Сначала определите минимальную стоимость часа.

Предположим, вы хотите получать условно 10 единиц оплаты за час работы.

Пять описаний занимают:

- 30 минут на переписку и сбор данных;
- 30 минут на подготовку структуры;
- 60 минут на черновики;
- 90 минут на проверку и редактирование;
- 30 минут на оформление;
- 30 минут на возможные правки.

Итого — четыре часа.

Минимальная цена:

4 часа × 10 единиц = 40 единиц.

К этой сумме можно добавить запас на налоги, комиссии, непредвиденные изменения и время без заказов.

Расчёт по часам нужен прежде всего вам. Клиенту необязательно показывать внутреннюю формулу.

Ему можно назвать фиксированную цену за пакет.

Метод расчёта по объёму

Некоторые услуги удобно оценивать по количеству:

- один текст;
- одна карточка;
- один сценарий;
- одна страница;
- тысяча знаков;
- один слайд.

Например:

Одна карточка товара стоит определённую сумму, минимальный заказ — пять карточек.

Однако стоимость единицы должна учитывать весь процесс.

Если одна карточка стоит слишком дёшево, минимальный заказ может не покрывать время на переписку и подготовку.

Поэтому полезно установить минимальную сумму заказа.

Метод фиксированного пакета

Для новичка это один из самых удобных вариантов.

Вы заранее определяете:

- состав;
- объём;
- срок;
- правки;
- цену.

Например:

Пять описаний товаров — 50 единиц оплаты.

Клиенту понятна итоговая стоимость, а вам проще контролировать работу.

При этом дополнительные задачи рассчитываются отдельно.

Почему нельзя ставить слишком низкую цену

Новичок может решить:

Сначала буду работать почти бесплатно, чтобы получить клиента.

Низкая цена кажется безопасной, но создаёт проблемы.

Она может:

- вызвать недоверие;
- привлечь людей, которые не ценят работу;
- сделать любое количество правок убыточным;
- лишить мотивации;
- затруднить повышение цены;
- заставить вас торопиться и снижать качество.

Пробный заказ может стоить дешевле обычного, но цена всё равно должна быть разумной.

Лучше уменьшить объём, а не обесценивать работу.

Вместо:

Десять публикаций за символическую сумму,
предложите:

Один небольшой тестовый текст по доступной фиксированной цене.

Почему не стоит всё делать бесплатно

Бесплатный пример может быть полезен, если он ограничен.

Например:

- один заголовок;
- короткий фрагмент;
- три темы;
- небольшой анализ;
- один абзац «до и после».

Но не следует бесплатно выполнять весь заказ.

Причины:

- клиент может забрать работу и исчезнуть;
- вы потратите много времени без обязательств;
- бесплатный труд не всегда повышает доверие;
- человек может ожидать такую же цену в будущем;
- вам будет сложно определить реальную ценность услуги.

Если вы создаёте учебные материалы для портфолио, делайте их самостоятельно, а не по требованию потенциального клиента.

Стартовая цена и цена после опыта

Первая цена может быть ниже будущей, потому что вы:

- только собираете портфолио;
- ещё медленно работаете;
- хотите получить первые отзывы;
- проверяете процесс.

Но заранее определите условие повышения.

Например:

После трёх выполненных заказов и двух отзывов я пересмотрю цену.

Или:

После создания устойчивого процесса подниму стоимость на 20 процентов.

Так временная стартовая цена не превращается в постоянную.

Как назвать цену клиенту

Не нужно оправдываться.

Слабый вариант:

Я новичок, поэтому не знаю, сколько это должно стоить. Может быть, вы сами предложите?

Более уверенный:

Стоимость пакета из пяти публикаций составляет 60 единиц. В цену входят пять текстов, варианты заголовков и одна серия правок. Срок выполнения — три рабочих дня после получения материалов.

Цена должна сопровождаться составом.

Тогда клиент сравнивает не только цифру, но и результат.

Что делать, если клиент просит скидку

Необязательно сразу снижать цену.

Можно уменьшить объём.

Например:

В рамках меньшего бюджета могу предложить пакет из трёх публикаций вместо пяти.

Или убрать дополнительный элемент:

Можно сохранить пять текстов, но без вариантов заголовков и рекомендаций по изображениям.

Так вы сохраняете стоимость своей работы.

Если всё же предоставляете скидку, обозначьте причину:

- первый небольшой заказ;
- пакетный объём;
- долгосрочное сотрудничество;
- ограниченное специальное предложение.

Скидка не должна выглядеть случайной.

Срочная работа

Срочность увеличивает нагрузку.

Если клиент просит выполнить задачу быстрее обычного срока, вы можете:

- отказаться;
- уменьшить объём;
- добавить доплату;
- перенести другие задачи, если это возможно.

Формулировка:

Стандартный срок — три рабочих дня. Выполнение до завтрашнего дня возможно с доплатой за срочность.

Не соглашайтесь на срочную работу, если не уверены, что сохраните качество.

Предоплата

Предоплата снижает риск неоплаченной работы.

Для небольших проектов можно использовать:

- полную предоплату;

- частичную предоплату;
- оплату по этапам.

Один из распространённых вариантов:

- 50 процентов до начала;
- 50 процентов после согласования результата.

Для маленького фиксированного пакета может быть удобна полная предоплата.

Условия оплаты зависят от площадки, законодательства и договорённости сторон.

Главное — согласовать их до начала работы.

Не начинайте большой заказ, надеясь, что клиент обязательно заплатит позднее.

Что зафиксировать до начала работы

Перед стартом подтвердите письменно:

- состав услуги;
- количество материалов;
- формат;
- срок;
- стоимость;
- способ оплаты;
- количество правок;
- исходные данные;
- что не входит в работу.

Даже простое сообщение лучше устной договорённости.

Пример:

Подтверждаю условия. Я подготовлю пять описаний товаров на основе предоставленных характеристик. Каждая карточка будет содержать заголовок, краткое описание, основной текст и список особенностей. Срок — три рабочих дня после получения материалов и предоплаты. Стоимость — 60 единиц. Включена одна серия правок. Размещение карточек на сайте и обработка фотографий в услугу не входят.

Попросите клиента подтвердить условия.

Как использовать ChatGPT для создания пакета

ChatGPT может помочь вам оформить услугу, но исходные решения должны принимать вы.

Полезный промпт:

Ты — консультант по упаковке услуг для начинающих фрилансеров. Помоги оформить моё предложение.

Я создаю [результат] для [тип клиента].

Сейчас в услугу входят [перечень].

Клиент предоставляет [данные].

Работа занимает примерно [время].

Предложи:

понятное название;

краткое описание;

состав услуги;

список того, что не входит;

вопросы клиенту;

реалистичные границы правок.

Не добавляй услуги, которые я не умею выполнять. Не обещай рост продаж или другие гарантированные результаты.

После ответа проверьте каждое предложение.

Не позволяйте ChatGPT автоматически расширять пакет.

Пример готовой услуги: публикации

Название

Пять публикаций для социальной сети малого бизнеса

Для кого

Для локальных компаний и частных специалистов, которым нужны готовые тексты на неделю.

Результат

Пять публикаций, подготовленных на основе информации клиента.

В состав входят

- согласование пяти тем;
- пять текстов объёмом до 1 000 знаков;
- по два варианта заголовка;
- рекомендации по изображениям;
- одна серия правок;
- передача в редактируемом документе.

Клиент предоставляет

- описание бизнеса;
- информацию об услугах;
- данные об аудитории;
- действующие цены и условия;
- желаемый стиль;
- примеры прошлых публикаций.

Срок

До трёх рабочих дней после получения материалов и оплаты.

Не входит

- создание изображений;
- публикация;
- ответы подписчикам;
- разработка стратегии;
- настройка рекламы.

Пример готовой услуги: описания товаров

Название

Описания для пяти товаров

Для кого

Для небольших интернет-магазинов и продавцов товаров ручной работы.

Результат

Пять готовых карточек в едином стиле.

В состав входят

- пять заголовков;
- пять кратких описаний;
- пять полных описаний;
- списки характеристик;
- одна серия правок;
- документ для дальнейшего редактирования.

Клиент предоставляет

- точные названия;
- характеристики;
- размеры;
- материалы;
- комплектацию;
- фотографии;
- требования площадки.

Срок

До трёх рабочих дней.

Не входит

- поиск характеристик;
- перевод;
- загрузка на сайт;
- обработка фотографий;
- создание неподтверждённых преимуществ.

Пример готовой услуги: редактирование

Название

Редактирование текста до 10 000 знаков

Для кого

Для предпринимателей и специалистов, у которых есть черновик, но требуется улучшить язык и структуру.

Результат

Отредактированный материал с сохранением основного смысла.

В состав входят

- анализ исходного текста;
- исправление ошибок;
- удаление повторов;
- упрощение сложных предложений;
- улучшение структуры;
- комментарии к важным изменениям;
- одна серия правок.

Клиент предоставляет

- исходный текст;
- цель;
- аудиторию;
- желаемый стиль;
- обязательные факты;
- ограничения.

Не входит

- проверка специальных юридических, медицинских или финансовых утверждений;
- полное создание нового текста;
- перевод;
- изменение объёма более чем в два раза.

Карточка услуги

Создайте отдельный документ, в котором будет храниться описание предложения. Используйте шаблон.

Название

[Простое название услуги]

Для кого

[Конкретный тип клиента]

Какую задачу решает

[Проблема или потребность]

Что получает клиент

[Главный результат]

Что входит

- [пункт 1];
- [пункт 2];
- [пункт 3].

Что предоставляет клиент

- [данные 1];
- [данные 2];
- [данные 3].

Срок

[Количество рабочих дней]

Правки

[Количество серий]

Формат

[Документ, таблица или другой формат]

Что не входит

- [ограничение 1];
- [ограничение 2].

Стоимость

[Фиксированная сумма]

Порядок оплаты

[Предоплата или этапы]

Практическое задание

В этой главе вы создадите готовую карточку первой услуги.

Шаг 1. Назовите результат

Запишите, что именно получит клиент.

Не пишите:

Помощь с контентом.

Напишите:

Пять готовых публикаций.

Шаг 2. Определите объём

Укажите:

- количество;
- размер;
- продолжительность;
- число страниц;
- число вариантов.

Шаг 3. Составьте список работ

Включите только те действия, которые действительно выполните.

Шаг 4. Определите исходные данные

Составьте анкету из пяти–двенадцати вопросов.

Шаг 5. Установите срок

Засеките время на учебной работе и добавьте разумный запас.

Шаг 6. Ограничьте правки

Для начала выберите одну серию правок.

Шаг 7. Запишите исключения

Определите, что не входит в пакет.

Шаг 8. Рассчитайте цену

Учтите:

- подготовку;
- выполнение;
- проверку;
- оформление;
- общение;
- правки.

Шаг 9. Подготовьте короткое описание

Используйте формулу:

Помогаю [клиент] решить [задача]. Подготовлю [результат и объём] на основе ваших данных. В пакет входят [основные элементы]. Срок — [срок]. Стоимость — [цена].

Упражнение «Проверка понятности»

Покажите описание знакомому, не объясняя его устно.

Попросите ответить на вопросы:

Что именно продаётся?

Кому подходит услуга?

Какой результат получит клиент?

Что входит в цену?

Сколько времени занимает работа?

Какие данные нужно предоставить?

Что не входит?

Сколько стоит услуга?

Если человек не может ответить, описание нужно упростить.

Упражнение «Лишний пункт»

Перечитайте состав услуги.

Для каждого пункта спросите:

Помогает ли это получить основной результат?

Если нет, удалите его или сделайте дополнительной услугой.

Например, подбор изображений может быть полезен, но не обязателен для создания текстов. Не включайте его автоматически, если он значительно увеличивает время.

Чек-лист пятой главы

Перед переходом к следующей главе убедитесь, что вы:

- выбрали один основной результат;
- дали услуге простое название;
- указали конкретного клиента;
- описали пользу;
- определили объём;
- перечислили состав работ;
- составили анкету;
- установили реалистичный срок;
- ограничили количество правок;
- определили, что не входит;
- выбрали формат передачи;
- рассчитали стартовую цену;
- зафиксировали порядок оплаты;
- подготовили полную карточку услуги;
- написали короткое предложение.

Главная мысль главы:

Клиенту легче купить не неопределённую помощь, а понятный результат с известным объёмом, сроком, ценой и условиями.

Глава 6. Как создать портфолио без клиентов



Портфолио можно собрать до первого заказа

Одна из самых частых проблем новичка звучит так:

Чтобы получить клиента, нужно портфолио. Но чтобы собрать портфолио, нужны клиенты.

На первый взгляд это замкнутый круг.

На самом деле портфолио не обязано состоять только из оплаченных заказов. Его задача — показать, что вы умеете создавать определённый результат.

Если вы предлагаете описания товаров, клиенту важно увидеть качество описаний.

Если вы редактируете тексты, ему нужен пример «до и после».

Если вы создаёте контент-планы, он хочет понять, насколько конкретные и полезные темы вы предлагаете.

Клиенту не всегда важно, был ли пример сделан за деньги. Ему важно понять:

- умеете ли вы выполнять задачу;
- понимаете ли особенности бизнеса;
- можете ли работать по структуре;
- внимательны ли к фактам;
- умеете ли оформлять результат;
- подходит ли ему ваш стиль.

Поэтому первые работы можно создать самостоятельно.

Главное — честно обозначать их как учебные или демонстрационные проекты.

Не нужно придумывать несуществующего заказчика, ложные отзывы или историю сотрудничества.

Достаточно написать:

Учебный пример описания товара.

или:

Демонстрационный проект для вымышленной кофейни.
Такой подход честный и профессиональный.

Что должно показывать портфолио

Портфолио — это не просто папка с текстами.
Каждый пример должен помогать клиенту ответить на вопрос:
Сможет ли этот человек решить мою задачу?
Хорошее портфолио показывает:

- конкретную услугу;
- качество результата;
- понимание аудитории;
- умение работать с исходными данными;
- способность соблюдать ограничения;
- аккуратность;
- логику решений;
- разнообразие примеров.

Если вы предлагаете одну услугу, портфолио не должно быть заполнено несвязанными работами.

Например, вы продаёте описания товаров, но показываете:

- стихотворение;
- школьное эссе;
- личный пост;
- поздравление;
- бизнес-план.

Такие материалы почти не помогают клиенту оценить ваше предложение.
Лучше показать три или пять работ, которые напрямую связаны с услугой.

Сколько примеров нужно новичку

Для старта достаточно трёх качественных примеров.

Три работы позволяют показать:

- разные задачи;
- разные типы клиентов;
- разные стили;
- способность повторять результат.

Один пример может выглядеть случайностью.

Десять примеров потребуют много времени и могут задержать начало поиска клиентов.

Поэтому разумный минимум:

- три полноценных проекта;
- один короткий пример «до и после»;
- один шаблон рабочего процесса.

Позднее портфолио можно дополнять реальными заказами.

Выберите три похожих, но разных проекта

Примеры должны относиться к одной услуге, но отличаться по теме.

Если вы создаёте описания товаров, можно выбрать:
товар для дома;

одежду или аксессуар;
продукт ручной работы.

Если вы пишете публикации:

кофейня;

мастер красоты;

локальная мастерская.

Если вы создаёте сценарии коротких видео:

образовательный ролик;

продуктовый ролик;

ответ на частый вопрос.

Если вы редактируете тексты:

описание услуги;

публикация;

деловое письмо.

Так портфолио покажет, что вы умеете применять один процесс в разных ситуациях.

Не создавайте примеры для слишком разных аудиторий

Разнообразие полезно, но портфолио не должно выглядеть случайным.

Например, если вы хотите работать с малым бизнесом, три примера могут быть связаны с локальными компаниями.

Слабый набор:

- текст для кофейни;
- описание промышленного оборудования;
- сценарий детского мультфильма.

Более логичный набор:

- публикации для кофейни;
- тексты для цветочного магазина;
- контент для велосипедной мастерской.

Клиент видит общую специализацию.

Где брать задачи для учебных проектов

Существует несколько безопасных способов создать основу.

Способ 1. Вымышленный бизнес

Придумайте простую компанию.

Например:

- небольшая кофейня;
- мастерская свечей;
- магазин аксессуаров;
- студия йоги;
- локальная пекарня;
- сервис ремонта велосипедов.

Создайте:

- название;
- аудиторию;
- перечень услуг;

- особенности;
- стиль общения;
- несколько проверяемых характеристик.

Не усложняйте проект.

Вам не нужен полный бизнес-план. Требуется только столько информации, сколько необходимо для работы.

Способ 2. Реальный открытый пример

Можно выбрать существующую компанию и создать демонстрационный материал на основе открытой информации.

Но важно:

- не выдавать работу за официальный заказ;
- не использовать закрытые данные;
- не копировать тексты;
- не размещать ложные сведения;
- обозначить проект как независимый учебный пример.

Формулировка:

Демонстрационный вариант публикации, созданный на основе открытой информации.

Проект не является заказом компании.

Способ 3. Собственная ситуация

Можно создать материал для себя или знакомого:

- улучшить собственное резюме;
- написать описание личной услуги;
- подготовить публикации для учебного блога;
- создать инструкцию;
- оформить сценарий видео.

Если знакомый разрешает использовать результат в портфолио, лучше получить согласие.

Способ 4. Переработка слабого текста

Возьмите специально созданный плохой черновик и покажите, как вы его улучшили. Это особенно полезно для услуг редактирования.

Как создать исходные данные

Качественный результат требует конкретики.

Не просите ChatGPT полностью придумать и компанию, и продукт, и преимущества, и отзывы. Это создаст слишком искусственный пример.

Сначала самостоятельно подготовьте исходные данные.

Например, для свечи:

- соевый воск;
- масса — 150 граммов;
- аромат — кедр и апельсин;
- хлопковый фитиль;
- примерное время горения — 30 часов;

- стеклянная банка;
- картонная упаковка;
- подходит для спальни или рабочего стола.

Затем используйте только эти характеристики.

Так вы покажете, что умеете работать с фактами, а не просто копировать выдуманный текст.

Карточка учебного проекта

Перед началом каждой работы заполните небольшую карточку.

Название проекта

Например:

Описание набора ароматических свечей

Тип проекта

Учебный или демонстрационный.

Задача

Подготовить карточку товара для интернет-магазина.

Аудитория

Люди от 25 до 45 лет, которые выбирают небольшой подарок.

Исходные данные

Перечень характеристик.

Требования

- объём;
- стиль;
- структура;
- запрещённые слова;
- формат.

Результат

Что именно будет создано.

Проверка

Какие элементы необходимо проверить перед публикацией.

Эта карточка помогает показать не только текст, но и ваш подход.

Пример учебного проекта

Название

Подарочный набор из трёх свечей

Задача

Создать описание для карточки интернет-магазина.

Аудитория

Люди, которые ищут спокойный и недорогой подарок для знакомого, коллеги или близкого человека.

Исходные данные

- три свечи по 120 граммов;
- соевый воск;
- ароматы: ваниль, кедр и апельсин;
- хлопковые фитили;
- примерное время горения каждой свечи — 25 часов;
- упаковка из плотного картона;
- возможность добавить небольшую открытку.

Требования

- объём до 1 200 знаков;
- спокойный стиль;
- без громких обещаний;
- не использовать слова «идеальный», «роскошный» и «уникальный»;
- добавить краткий список особенностей.

Результат

Заголовок, основное описание и четыре преимущества.

Показывайте задачу, а не только готовый текст

Клиенту полезно видеть контекст.

Если в портфолио размещён только результат, непонятно:

- какие данные были предоставлены;
- какие ограничения соблюдались;
- какую проблему вы решали;
- что именно сделали вы.

Поэтому оформляйте пример в следующей структуре:

задача;

исходные данные;

ограничения;

процесс;
результат;
краткое объяснение решений.

Не нужно публиковать все внутренние промпты. Достаточно показать профессиональный подход.

Пример оформления кейса

Задача

Подготовить пять публикаций для небольшой кофейни, которая запускает сезонное меню.

Исходные данные

Кофейня находится рядом с университетом. Основная аудитория — студенты и молодые специалисты. В сезонное меню входят холодный кофе с апельсином, ягодный лимонад и сэндвич с овощами.

Ограничения

- публикации до 800 знаков;
- дружелюбный стиль;
- без громких обещаний;
- не использовать искусственный дефицит;
- не придумывать скидки.

Что было сделано

- предложены десять тем;
- выбраны пять;
- подготовлены тексты;
- добавлены варианты заголовков;
- проведена проверка фактов и повторов.

Результат

Далее размещаются готовые публикации.

Почему выбрана такая подача

Темы распределены так, чтобы сначала познакомить аудиторию с меню, затем показать отдельные позиции и закончить приглашением зайти в кофейню.

Такой пример выглядит убедительнее, чем просто пять текстов без объяснений.

Формат «до и после»

Формат особенно полезен для:

- редактирования;
- описаний услуг;

- резюме;
- публикаций;
- деловых сообщений;
- карточек товаров.

Он показывает ценность изменений.

До

Мы предлагаем качественные услуги уборки квартир с индивидуальным подходом и доступными ценами. Наша профессиональная команда быстро и эффективно сделает ваш дом идеально чистым.

После

Команда выполняет поддерживающую и генеральную уборку квартир. Перед началом менеджер уточняет площадь, количество комнат и дополнительные задачи. Клиент заранее получает перечень работ и итоговую стоимость.

Что изменено

- удалены общие обещания;
 - добавлен конкретный процесс;
 - убраны слова, которые нельзя подтвердить;
 - текст стал спокойнее;
 - польза для клиента стала понятнее.
- Формат «до и после» показывает вашу работу наглядно.

Не делайте исходный текст слишком плохим

Если черновик выглядит намеренно нелепым, улучшение не вызывает доверия.

Например:

Мы самый лучший магазин во всём мире и продаём просто невероятные товары по супер-ценам.

Такой текст слишком легко исправить.

Создайте реалистичный черновик с обычными проблемами:

- повторениями;
- длинными предложениями;
- общей формулировкой;
- слабой структурой;
- неясной выгодой;
- слишком формальным стилем.

Тогда результат будет выглядеть правдоподобно.

Как использовать ChatGPT при создании примеров

ChatGPT может выполнять несколько ролей.

Генератор черновика

Он создаёт первую версию на основе исходных данных.

Критик

Он анализирует слабые места.

Промпт:

Проверь текст как строгий редактор. Найди общие фразы, повторы, неподтверждённые обещания, логические пробелы и слишком длинные предложения. Не переписывай текст, только перечисли проблемы.

Помощник по вариантам

Он предлагает альтернативы.

Подготовь три варианта заголовка: нейтральный, ориентированный на пользу и более эмоциональный. Не добавляй новых фактов.

Проверяющий требования

Сравни итоговый текст с требованиями. Создай таблицу: требование, выполнено или нет, комментарий.

Помощник по сокращению

Сократи текст на 20 процентов. Сохрани все факты и не добавляй новых утверждений. Но окончательную версию создаёте вы.

Не показывайте первый ответ ChatGPT

Портфолио должно содержать отредактированный результат.

Первый ответ часто включает:

- стандартные вступления;
- повторы;
- громкие слова;
- неестественные обороты;
- слишком много прилагательных;
- выдуманные детали;
- слабые призывы к действию.

Ваша ценность как исполнителя проявляется в том, что вы:

- замечаете проблемы;
- уточняете задачу;
- выбираете подходящие варианты;
- редактируете;
- проверяете;
- оформляете.

Если вы публикуете необработанный ответ, клиент может получить такой же результат самостоятельно.

Создайте собственный стандарт качества

Перед добавлением проекта в портфолио проверьте его по чек-листу.

Соответствие задаче

- Выполнена ли основная цель?
- Подходит ли материал выбранной аудитории?
- Соблюден ли формат?

Факты

- Все ли характеристики взяты из исходных данных?
- Нет ли выдуманных преимуществ?
- Проверены ли имена, числа и сроки?

Стиль

- Нет ли лишних клише?
- Понятны ли предложения?
- Соответствует ли тон задаче?
- Удалены ли повторы?

Структура

- Есть ли логичный порядок?
- Удобно ли читать?
- Достаточно ли заголовков и абзацев?

Оформление

- Единый ли шрифт?
- Нет ли случайных переносов?
- Понятны ли названия разделов?
- Легко ли найти итоговый результат?

Профессиональная ответственность

- Готовы ли вы отвечать за этот материал?
- Можете ли объяснить каждое важное решение?
- Не вводит ли пример клиента в заблуждение?

Как оформить текстовое портфолио

Для начала не нужен сложный сайт.

Можно использовать:

- документ PDF;
- файл DOCX;
- облачный документ;
- презентацию;
- папку с отдельными примерами;
- страницу на платформе для портфолио;
- профиль на бирже фриланса.

Главное — удобство просмотра.
Для старта можно создать один документ:

Портфолио

Имя и специализация

Создаю понятные описания товаров для небольших интернет-магазинов.

Кратко обо мне

Два или три предложения.

Что я предлагаю

Описание услуги.

Пример 1

Задача, исходные данные, результат.

Пример 2

Задача, исходные данные, результат.

Пример 3

Задача, исходные данные, результат.

Как проходит работа

Краткий список этапов.

Контакт

Способ связи.

Что написать о себе без опыта

Не нужно начинать с признания:
Я новичок и пока ничего не умею.
Это честно, но не помогает клиенту понять пользу.
Также не стоит выдумывать опыт.
Можно написать:

Создаю и редактирую тексты для небольших интернет-магазинов. Работаю на основе предоставленных характеристик, не добавляю неподтверждённые свойства и передаю материалы в удобном редактируемом формате.

Или:

Помогаю небольшим компаниям готовить публикации для социальных сетей. Сначала уточняю задачу и аудиторию, затем создаю черновик, проверяю факты и редактирую итоговый текст.

Здесь нет ложных утверждений, но показан рабочий подход.

Не делайте ChatGPT главным преимуществом портфолио

Фраза:

Все тексты созданы с помощью самой современной нейросети,
может снизить доверие.

Клиент может подумать:

Тогда зачем мне платить вам?

Лучше показывать процесс:

- сбор информации;
- подготовка;
- работа с инструментами;
- редактирование;
- проверка;
- оформление.

Использование ChatGPT можно упомянуть честно, если это важно:

В работе использую инструменты искусственного интеллекта для создания черновиков и вариантов, а итоговый материал проверяю и редактирую самостоятельно.

Главное — не создавать впечатление полностью автоматической работы.

Как выбрать лучшие работы

Не добавляйте в портфолио всё, что сделали.

Выберите примеры, которые:

- соответствуют вашей услуге;
- показывают разные задачи;
- выглядят аккуратно;
- не содержат ошибок;
- имеют понятный контекст;
- демонстрируют сильные стороны;
- могут заинтересовать выбранного клиента.

Лучше три сильных примера, чем пятнадцать слабых.

Портфолио под конкретную аудиторию

Один универсальный документ можно адаптировать.

Если вы обращаетесь к кофейне, сначала покажите пример для кофейни или похожего локального бизнеса.

Если пишете интернет-магазину, начните с карточек товаров.

Если предлагаете работу эксперту, покажите сценарии или публикации для экспертного блога.

Клиент обычно быстрее реагирует на пример, похожий на его задачу.

Поэтому можно менять порядок кейсов в зависимости от получателя.

Учебный проект для описаний товаров

Рассмотрим полный процесс.

Шаг 1. Выберите три товара

Например:

- настольная лампа;
- тканевая сумка;
- набор свечей.

Шаг 2. Соберите характеристики

Используйте вымышленные, но реалистичные данные или открытые характеристики без копирования чужого описания.

Шаг 3. Создайте единый шаблон

Для каждой карточки:

- заголовок;
- краткое описание;
- основное описание;
- характеристики;
- рекомендации по использованию.

Шаг 4. Подготовьте промпт

Укажите аудиторию, стиль, ограничения и формат.

Шаг 5. Получите несколько вариантов

Не принимайте первый ответ.

Шаг 6. Проверьте факты

Сравните текст с исходными данными.

Шаг 7. Отредактируйте

Удалите лишние слова и сделайте стиль естественным.

Шаг 8. Оформите

Поместите три карточки в единый документ.

Учебный проект для публикаций

Шаг 1. Придумайте бизнес

Например, небольшая пекарня.

Шаг 2. Определите аудиторию

Жители района, которые покупают хлеб, выпечку и десерты.

Шаг 3. Определите факты

- выпечка готовится утром;
- есть хлеб на закваске;
- принимаются предварительные заказы;
- работает программа многоразовых сумок;
- по выходным появляется сезонный пирог.

Шаг 4. Выберите пять тем

- знакомство с пекарней;
- процесс приготовления;
- хлеб на закваске;
- предварительный заказ;
- сезонный продукт.

Шаг 5. Создайте тексты

Каждый текст должен решать отдельную задачу.

Шаг 6. Проверьте повторения

Не начинайте все публикации одинаково.

Шаг 7. Добавьте краткое объяснение

Укажите цель каждой публикации.

Учебный проект для редактирования Шаг 1. Создайте реалистичный черновик

Например, описание услуги фотографа.

Шаг 2. Определите проблемы

- слишком длинное вступление;
- много общих фраз;
- неясный порядок работы;
- отсутствует конкретный результат;
- нет призыва связаться.

Шаг 3. Подготовьте редакторский комментарий

Объясните, что нужно изменить.

Шаг 4. Создайте новую версию

Сохраните смысл, но улучшите структуру.

Шаг 5. Покажите сравнение

Разместите «до», «после» и список изменений.

Как получить первый настоящий пример

После создания учебного портфолио можно предложить небольшую работу знакомому или локальному бизнесу.

Но соблюдайте правила.

Ограничьте объём

Например:

- один текст;
- одно описание;
- три темы;
- короткий аудит;
- один небольшой сценарий.

Согласуйте использование

Спросите:

Можно ли после завершения добавить эту работу в портфолио без публикации конфиденциальной информации?

Не обещайте весь проект бесплатно

Бесплатный небольшой пример — это демонстрация.

Полный заказ должен оплачиваться.

Попросите честную обратную связь

Не требуйте положительный отзыв.

Спросите:

- что было полезно;
- что осталось непонятным;
- что нужно улучшить;
- соответствует ли результат задаче.

Как оформить отзыв

Настоящий отзыв может усилить портфолио.

Он должен быть:

- получен от реального человека;
- опубликован с разрешения;

- не изменён по смыслу;
- связан с конкретной работой.

Не создавайте отзыв с помощью ChatGPT от имени вымышленного клиента.

Можно помочь человеку структурировать его собственные мысли, но итог должен отражать реальный опыт.

Например, вместо просьбы:

Напишите хороший отзыв,

задайте вопросы:

Какая задача была до начала работы?

Что вы получили?

Что понравилось в процессе?

Был ли результат удобен для использования?

Кому вы могли бы рекомендовать такую услугу?

Клиент может ответить своими словами.

Конфиденциальность

Не все реальные работы можно публиковать.

Клиент может передать:

- внутренние документы;
- неопубликованные материалы;
- данные покупателей;
- финансовую информацию;
- личную переписку;
- будущие продукты.

Не добавляйте такие материалы в портфолио без разрешения.

Можно:

- скрыть названия;
- заменить цифры;
- удалить личные данные;
- показать только структуру;
- пересоздать похожий учебный пример;
- описать задачу без раскрытия деталей.

Но любые изменения должны быть согласованы, если проект всё ещё можно связать с клиентом.

Ошибки новичков при создании портфолио

Ошибка 1. Слишком много примеров

Человек несколько месяцев создаёт портфолио и не начинает поиск заказчиков.

Решение: подготовить три работы и переходить к предложениям.

Ошибка 2. Случайный набор

Примеры не связаны с услугой.

Решение: оставить только работы, которые показывают нужный навык.

Ошибка 3. Только готовый результат

Нет задачи и исходных данных.

Решение: добавить краткий контекст.

Ошибка 4. Непроверенные тексты

В портфолио остаются ошибки и придуманные факты.

Решение: использовать чек-лист качества.

Ошибка 5. Ложные клиенты

Учебный проект выдаётся за реальный заказ.

Решение: честно обозначить статус.

Ошибка 6. Слишком сложное оформление

Новичок тратит недели на сайт и логотип.

Решение: начать с аккуратного документа.

Ошибка 7. Портфолио говорит только об исполнителе

Много текста о мотивации, но мало результата.

Решение: поставить примеры на первое место.

Минимальное портфолио за один день

Если вы хотите начать быстро, используйте следующий план.

Час 1. Определите три проекта

Выберите одну услугу и три темы.

Час 2. Подготовьте исходные данные

Составьте карточки задач.

Часы 3–5. Создайте материалы

Используйте ChatGPT для черновиков, затем отредактируйте.

Час 6. Проверьте

Примените чек-лист.

Час 7. Оформите документ

Добавьте заголовки, задачи и результаты.

Час 8. Подготовьте короткое представление

Напишите, кому и чем вы помогаете.

Не стремитесь создать идеальный дизайн. Цель — получить рабочую версию.

Шаблон портфолио

Имя и специализация

[Ваше имя]

[Одна конкретная услуга]

Краткое описание

Помогаю [тип клиента] получать [результат]. Работаю на основе предоставленных данных, проверяю факты и передаю материалы в редактируемом формате.

Услуга

- результат;
- объём;
- срок;
- правки;
- формат.

Проект 1

Задача

[Описание]

Исходные данные

[Краткий список]

Ограничения

[Требования]

Результат

[Готовая работа]

Что было сделано

[Краткое объяснение]

Проект 2

Та же структура.

Проект 3

Та же структура.

Как проходит работа

Получение информации.
Уточнение задачи.
Создание черновика.
Проверка.
Редактирование.
Передача.
Правки.

Контакты

[Способ связи]

Практическое задание

В этой главе необходимо создать первое портфолио.

Шаг 1. Выберите три проекта

Они должны соответствовать вашей услуге.

Шаг 2. Заполните карточки

Для каждого проекта укажите:

- задачу;
- аудиторию;
- исходные данные;
- ограничения;
- результат.

Шаг 3. Создайте черновики

Используйте рабочие промпты.

Шаг 4. Проведите три проверки

Самопроверка ChatGPT.
Собственная редактура.
Финальная проверка по чек-листу.

Шаг 5. Подготовьте один пример «до и после»

Покажите ценность изменений.

Шаг 6. Соберите единый документ

Используйте простую структуру.

Шаг 7. Попросите знакомого проверить понятность

Не спрашивайте только:

Нравится ли тебе?

Задайте конкретные вопросы:

- Понятно ли, какую услугу я предлагаю?
- Видно ли, что именно было сделано?
- Какой пример кажется самым сильным?
- Есть ли непонятные места?
- Вызывает ли результат доверие?
- Понятно ли, как со мной связаться?

Шаг 8. Исправьте замечания

После этого портфолио готово к первой отправке.

Чек-лист шестой главы

Перед переходом к следующей главе убедитесь, что вы:

- выбрали одну услугу;
- создали три связанных примера;
- честно обозначили учебные проекты;
- подготовили исходные данные;
- показали задачи и ограничения;
- отредактировали ответы ChatGPT;
- проверили факты;
- создали пример «до и после»;
- оформили материалы в едином стиле;
- добавили описание услуги;
- указали порядок работы;
- не использовали ложные отзывы;
- получили внешнюю обратную связь;
- готовы отправить портфолио потенциальному клиенту.

Главная мысль главы:

Для первого портфолио не нужны оплаченные заказы. Нужны несколько качественных примеров, которые честно и понятно показывают вашу способность решать конкретную задачу.

Глава 7. Контроль качества: как проверять работу ChatGPT



Первый ответ нельзя считать готовой работой

ChatGPT способен создать текст за несколько секунд. Из-за этого легко почувствовать, что задача уже выполнена.

Вы отправили запрос, получили связный ответ, быстро прочитали его и решили:

Выглядит нормально. Можно отправлять клиенту.

Именно на этом этапе возникает большинство проблем.

Ответ может быть грамотно написан, но при этом:

- не соответствовать задаче;
- содержать выдуманные факты;
- повторять одну мысль разными словами;
- использовать слишком общие формулировки;
- обещать то, чего компания не может гарантировать;
- звучать неестественно;
- не учитывать аудиторию;
- нарушать ограничения клиента;
- содержать неправильные числа, имена или характеристики.

Связный текст и качественный результат — не одно и то же.

Главная ответственность исполнителя заключается не в том, чтобы получить ответ от нейросети, а в том, чтобы проверить и довести его до состояния, в котором материал можно безопасно использовать.

Контроль качества — это не дополнительный этап. Это часть самой услуги.

Почему ChatGPT ошибается уверенно

Одна из опасных особенностей нейросети заключается в том, что неправильный ответ может звучать убедительно.

ChatGPT не всегда пишет:

Я не уверен.

Он может:

- придумать источник;
- ошибиться в дате;
- приписать товару несуществующее свойство;
- изменить смысл исходного текста;
- создать правдоподобную статистику;
- добавить несуществующее правило;
- назвать выдуманный тариф;
- неверно объяснить закон;
- составить цитату, которой никто не произносил.

Уверенный тон не доказывает точность.

Поэтому каждое важное утверждение нужно оценивать отдельно.

Особенно внимательно проверяйте:

- числа;
- даты;
- имена;
- адреса;
- цены;
- размеры;
- характеристики;
- сроки;
- цитаты;
- законы;
- правила площадок;
- медицинские утверждения;
- финансовые рекомендации;
- технические данные.

Если материал зависит от факта, который вы не можете подтвердить, не отправляйте его клиенту как достоверный.

Четыре уровня проверки

Удобно проверять материал по четырём уровням:

соответствие задаче;

фактическая точность;

качество текста;

готовность к использованию.

Каждый уровень отвечает на свой вопрос.

Уровень 1. Соответствует ли результат задаче?

Даже хороший текст бесполезен, если клиент просил другое.

Проверьте:

- выполнена ли цель;
- соблюден ли формат;

- учтена ли аудитория;
- использованы ли исходные данные;
- соблюден ли объём;
- добавлены ли обязательные элементы;
- отсутствуют ли запрещённые элементы.

Допустим, клиент попросил спокойное описание услуги без рекламного давления.

ChatGPT создал эмоциональный текст с фразами:

Не упустите шанс!

Закажите прямо сейчас!

Лучшее решение для вас!

Текст может быть грамотным, но задаче он не соответствует.

Уровень 2. Правдивы ли факты?

Проверьте каждое утверждение, которое можно подтвердить или опровергнуть.

Сравните текст с исходными данными клиента.

Например, клиент указал:

- срок выполнения — пять рабочих дней;
- гарантия — шесть месяцев;
- доставка доступна только по городу;
- товар изготовлен из хлопка.

В тексте не должно появиться:

- выполнение за три дня;
- годовая гарантия;
- доставка по всей стране;
- натуральный лён.

Даже если новые характеристики выглядят привлекательнее, их нельзя придумывать.

Уровень 3. Хорошо ли написан текст?

Здесь оцениваются:

- ясность;
- структура;
- стиль;
- повторы;
- длина предложений;
- естественность;
- конкретность;
- логика.

Материал может быть фактически правильным, но тяжёлым для чтения.

Например:

Наша компания предоставляет широкий спектр высококачественных услуг, ориентированных на удовлетворение индивидуальных потребностей каждого клиента с целью достижения максимально эффективного результата.

В предложении много слов, но мало информации.

Более ясный вариант:

Перед началом работы менеджер уточняет задачу, сроки и желаемый результат. После этого клиент получает план и итоговую стоимость.

Уровень 4. Можно ли использовать результат?

Финальный вопрос:

Может ли клиент взять этот материал и применить его без дополнительной переработки?

Проверьте:

- удобен ли формат;
- есть ли заголовки;
- правильно ли оформлены списки;
- совпадает ли нумерация;
- нет ли внутренних комментариев;
- удалены ли служебные фразы ChatGPT;
- открывается ли файл;
- понятно ли, какая версия финальная;
- указаны ли необходимые подписи;
- нет ли случайных заметок.

Иногда хороший текст теряет ценность из-за небрежной передачи.

Создайте чек-лист под свою услугу

Универсальная проверка полезна, но для каждой услуги нужен дополнительный список.

Для описаний товаров

Проверьте:

- название;
- материал;
- размеры;
- цвет;
- комплектацию;
- назначение;
- способ использования;
- ограничения;
- соответствие требованиям площадки;
- отсутствие неподтверждённых свойств.

Для публикаций

Проверьте:

- цель;
- аудиторию;
- тему;
- название компании;
- цены;
- даты;
- адрес;
- призыв к действию;
- соответствие стилю;
- отсутствие повторов между публикациями.

Для сценариев

Проверьте:

- длительность;
- естественность устной речи;
- первую фразу;
- логику;
- возможность снять сцены;
- точность информации;
- соответствие площадке;
- безопасность рекомендаций.

Для резюме

Проверьте:

- правдивость опыта;
- названия должностей;
- даты;
- обязанности;
- достижения;
- контакты;
- соответствие вакансии;
- отсутствие выдуманных навыков.

Для инструкций

Проверьте:

- последовательность;
- полноту;
- понятность;
- предупреждения;
- названия кнопок и разделов;
- актуальность процесса;
- отсутствие пропущенных шагов.

Проверка по исходному заданию

Перед началом работы сохраняйте техническое задание отдельно.

После завершения откройте его рядом с результатом.

Создайте таблицу:

Пять публикаций

Да

Подготовлено пять текстов

Объём до 1 000 знаков

Да

Все тексты соответствуют

Спокойный стиль

Частично

Во втором тексте есть эмоциональные фразы

Без скидок

Да

Скидки не упоминаются

Один призыв к действию

Да

Добавлен в конце каждого текста

Такой подход помогает замечать то, что легко пропустить при обычном чтении.

ChatGPT тоже можно попросить провести сравнение.

Промпт:

Ниже находятся техническое задание и готовый текст. Сравни их. Создай таблицу из трёх столбцов: требование, выполнено или нет, комментарий. Не исправляй материал и не придумывай новые требования.

После этого всё равно проверьте вывод самостоятельно.

Факт или рекламное предположение

Коммерческие тексты часто содержат формулировки, похожие на факты.

Например:

- помогает лучше спать;
- подходит для чувствительной кожи;
- сохраняет тепло весь день;
- увеличивает продуктивность;
- полностью безопасен;
- подходит каждому;
- снижает расходы;
- гарантирует результат.

Такие утверждения требуют подтверждения.

Если клиент не предоставил доказательства, лучше использовать нейтральные формулировки.

Неподтверждённо:

Эта свеча поможет вам полностью избавиться от стресса.

Нейтрально:

Мягкий аромат свечи подойдёт для спокойной вечерней обстановки.

Неподтверждённо:

Термокружка сохраняет напиток горячим весь день.

Корректнее:

Термокружка предназначена для напитков в дороге и офисе.

Но даже нейтральную фразу нужно сверять с назначением товара.

Как проверять факты

Используйте несколько источников.

Исходные данные клиента

Это основной источник для характеристик, цен и условий.

Официальные документы

Например:

- сайт компании;
- инструкция производителя;
- договор;
- прайс-лист;
- техническая документация;
- правила площадки.

Надёжные внешние источники

Они нужны для общих фактов, статистики и отраслевой информации.

Не доверяйте первому случайному сайту.

Прямой вопрос клиенту

Если данные противоречат друг другу, не выбирайте вариант самостоятельно.

Напишите:

В предоставленных материалах указаны два разных срока: три и пять рабочих дней.

Какой из них актуален?

Уточнение лучше предположения.

Отмечайте непроверенные места

Во время работы используйте временные метки:

- [УТОЧНИТЬ ЦЕНУ];
- [ПРОВЕРИТЬ ДАТУ];
- [НУЖЕН АДРЕС];
- [ПОДТВЕРДИТЬ ХАРАКТЕРИСТИКУ];
- [СОГЛАСОВАТЬ ФОРМУЛИРОВКУ].

Такие пометки помогают не забыть пробелы.

Перед передачей результата выполните поиск по символу «[» или слову «уточнить».

Все служебные заметки должны быть удалены или заменены подтверждёнными данными.

Не разрешайте ChatGPT заполнять пробелы

Если информации не хватает, модель часто пытается сделать текст законченным.

Например, вы не указали срок доставки, а в ответе появляется:

Доставка занимает от двух до трёх дней.

Чтобы снизить риск, добавляйте в промпт:

Используй только предоставленные факты. Если для текста не хватает информации, поставь метку [НУЖНО УТОЧНИТЬ] и не придумывай значение.

Дополнительный промпт для проверки:

Найди в тексте все утверждения, которые отсутствуют в исходных данных. Для каждого укажи фрагмент и объясни, на каком основании он появился.

Это не гарантирует идеальную проверку, но помогает заметить часть проблем.

Проверка чисел

Числа требуют отдельного внимания.

ChatGPT может:

- перепутать значения;
- неправильно сложить данные;
- изменить единицы измерения;
- округлить результат;
- переставить цифры;
- неверно рассчитать процент;
- написать разные значения в разных частях текста.

Проверяйте:

- стоимость;
- скидку;
- количество;
- вес;
- размер;
- длительность;
- проценты;
- даты;
- сроки;
- контактные номера.

Не выполняйте важные расчёты мысленно, если можно использовать калькулятор или таблицу.

Особенно осторожно относитесь к финансовым документам.

Проверка имён и названий

Неправильно написанное название компании сразу снижает доверие.

Проверяйте:

- имя клиента;
- название бренда;
- название продукта;
- имя специалиста;
- географические названия;
- наименования площадок;
- названия документов;
- домены и адреса электронной почты.

Не полагайтесь на автоматическую проверку орфографии: она может не распознать ошибку в имени.

Скопируйте правильное название из официального источника.

Проверка ссылок

ChatGPT может создавать несуществующие ссылки или путать адреса.

Перед передачей:

откройте каждую ссылку;

убедитесь, что страница существует;

проверьте, ведёт ли она к нужному материалу;

удалите лишние параметры;

проверьте отсутствие опечаток;

убедитесь, что информация актуальна.

Не включайте ссылку только потому, что она выглядит правдоподобно.

Поиск повторов

Ответы ChatGPT часто повторяют одну мысль разными словами.

Пример:

Мы внимательно относимся к потребностям каждого клиента. Индивидуальный подход позволяет учитывать пожелания каждого заказчика. Мы стараемся понимать задачи клиентов и предлагать подходящие решения.

Все три предложения говорят почти об одном.

Оставьте одно конкретное объяснение:

Перед началом работы менеджер уточняет задачу, срок и обязательные требования.

Для поиска повторов используйте промпт:

Найди предложения и абзацы, которые повторяют одну мысль. Для каждого повтора укажи, что можно удалить или объединить. Пока не переписывай текст полностью.

После анализа сокращайте вручную.

Удаление рекламных клише

Часто встречаются фразы:

- высокое качество;
- команда профессионалов;
- индивидуальный подход;
- широкий ассортимент;
- выгодные цены;
- надёжное решение;
- непревзойдённый результат;
- современный подход;
- инновационные технологии;
- воплощение мечты.

Иногда они могут использоваться, но без доказательств почти ничего не значат.

Заменяйте клише на факты.

Вместо:

Предлагаем широкий ассортимент.

Напишите:

В каталоге представлены настольные, напольные и настенные светильники.

Вместо:

Индивидуальный подход.

Напишите:

Перед расчётом стоимости специалист уточняет площадь, сроки и перечень работ.

Вместо:

Быстрая доставка.

Напишите:

Заказы по городу доставляются в течение двух рабочих дней.

Последнюю формулировку можно использовать только после подтверждения срока.

Проверка естественности

Некоторые тексты формально правильны, но звучат искусственно.

Признаки:

- слишком много одинаковых конструкций;
- каждый абзац начинается одинаково;
- чрезмерное количество списков;
- неестественные переходы;
- частое использование слов «позволяет», «обеспечивает», «является»;
- длинные вступления;
- постоянное обращение к читателю;
- одинаковый ритм предложений.

Прочитайте текст вслух.

Если фразу трудно произнести, её, скорее всего, трудно читать.

Пример:

Данный продукт является оптимальным решением для обеспечения комфортного процесса организации повседневного пространства.

Проще:

Органайзер помогает хранить повседневные вещи в одном месте.

Проверка длины предложений

Длинные предложения не всегда плохи. Но если в одном предложении содержатся четыре или пять мыслей, читателю сложно следить за логикой.

Пример:

После получения заявки менеджер связывается с клиентом, уточняет объём работы, обсуждает дополнительные пожелания, рассчитывает стоимость и отправляет подтверждение, после чего заказ передаётся исполнителю, который согласовывает время приезда.

Можно разделить:

После получения заявки менеджер уточняет объём работы и дополнительные пожелания. Затем клиент получает расчёт стоимости. После подтверждения заказ передаётся исполнителю, который согласовывает время приезда.

Смысл стал понятнее.

Проверка абзацев

Один абзац должен раскрывать одну основную мысль.

Если абзац занимает половину страницы, попробуйте разделить его.

Если каждый абзац состоит из одного короткого предложения, текст может выглядеть слишком рваным.

Нужен баланс.

Для публикаций в социальных сетях абзацы обычно короче, чем в книге или деловом документе.

Формат зависит от площадки.

Проверка логики

Текст должен двигаться последовательно.

Например, описание услуги может строиться так:

проблема;

решение;

процесс;

результат;

условия;

следующий шаг.

Слабая структура может выглядеть так:

- сначала цена;
- затем история компании;
- потом снова цена;
- далее преимущества;
- в конце неожиданно описание процесса.

Проверьте, можно ли переставить блоки так, чтобы каждый следующий отвечал на вопрос, возникающий после предыдущего.

Проверка призыва к действию

В коммерческом тексте часто нужен следующий шаг.

Он должен быть конкретным.

Слабые варианты:

Выбирайте лучшее!

Не упустите возможность!

Сделайте шаг к успеху!

Более понятные:

Напишите менеджеру, чтобы уточнить свободную дату.

Отправьте характеристики товаров для расчёта стоимости.

Заполните форму, чтобы получить программу курса.

Сохраните инструкцию перед поездкой.

Призыв должен соответствовать реальному процессу клиента.

Проверка тона

Сравните тон с аудиторией и задачей.

Для юридического документа не подойдёт чрезмерно разговорный стиль.

Для публикации небольшой кофейни может быть неуместен тяжёлый официальный язык.

Для сообщения о проблеме нельзя использовать слишком весёлый тон.

Оцените:

- уровень формальности;
- обращение на «ты» или «вы»;
- эмоциональность;
- количество восклицательных знаков;
- использование сленга;
- профессиональные термины;

- длину объяснений.

Если клиент предоставил примеры предыдущих материалов, сравните стиль.

Единообразие

В нескольких текстах должны одинаково оформляться:

- название компании;
- обращение к читателю;
- кавычки;
- списки;
- числа;
- даты;
- заголовки;
- сокращения;
- единицы измерения.

Например, плохо, если в одном документе написано:

- 5 кг;
- пять килограмм;
- 5 килограммов.

Выберите единый вариант в соответствии с контекстом.

Также проверьте, не меняется ли обращение с «вы» на «ты».

Орфография и пунктуация

ChatGPT обычно пишет грамотно, но ошибки возможны.

Кроме того, они могут появиться после ручного редактирования.

Используйте:

- встроенную проверку;
- словари;
- сервисы проверки;
- повторное чтение;
- чтение вслух.

Не принимайте все автоматические исправления бездумно. Сервис может ошибиться в названии бренда или профессиональном термине.

Метод трёх чтений

Не пытайтесь проверить всё одновременно.

Используйте три отдельных чтения.

Первое чтение: смысл

Смотрите только на:

- соответствие задаче;
- логику;
- полноту;
- факты.

Не исправляйте каждую запятую сразу.

Второе чтение: язык

Проверяйте:

- повторы;
- клише;
- длину предложений;
- стиль;
- естественность.

Третье чтение: оформление

Проверяйте:

- заголовки;
- списки;
- номера;
- пробелы;
- формат;
- имена файлов;
- служебные комментарии.

Разделение проверки снижает вероятность пропустить ошибку.

Делайте перерыв

После долгой работы мозг перестаёт замечать проблемы.

Если срок позволяет, отложите материал хотя бы на короткое время.

После перерыва легче увидеть:

- повтор;
- лишний абзац;
- пропущенное слово;
- неясную формулировку;
- ошибку в структуре.

Для важного проекта полезно провести финальную проверку на следующий день.

Проверка с конца

Чтобы заметить орфографические ошибки, иногда полезно читать предложения в обратном порядке: от последнего к первому.

Так вы меньше следите за сюжетом и больше замечаете форму.

Этот способ не подходит для проверки логики, но полезен для:

- опечаток;
- повторяющихся слов;
- пропущенных окончаний;
- неправильной пунктуации.

Используйте второй диалог ChatGPT

Во время долгой работы текущий чат содержит много контекста. Модель может повторять свои прежние решения и хуже замечать ошибки.

Для независимой проверки можно открыть новый диалог.

Передайте:

- исходное задание;
- готовый результат;
- конкретную инструкцию для проверки.

Например:

Ты — независимый редактор. Ниже находятся техническое задание и готовый текст. Найди несоответствия, придуманные факты, повторы, неясные формулировки и нарушения ограничений. Не переписывай материал полностью. Представь замечания в таблице и цитируй проблемные фрагменты.

Новый диалог не знает историю создания текста и может заметить другие проблемы.

Но его выводы тоже требуют оценки.

Метод критика и защитника

Для более глубокой проверки можно попросить ChatGPT рассмотреть текст с двух сторон.

Промпт:

Сначала выступи строгим критиком и найди слабые места текста. Затем выступи защитником и объясни, какие элементы работают хорошо. В конце составь список изменений, которые действительно улучшат результат, не меняя факты.

Это помогает не переписывать материал только ради переписывания.

Не каждое замечание нужно принимать.

Не просите просто «улучшить»

Команда:

Улучши текст,
слишком общая.

ChatGPT может:

- изменить стиль;
- добавить новые факты;
- увеличить объём;
- сделать текст эмоциональнее;
- убрать важные детали.

Лучше уточнить:

Сократи текст на 15 процентов. Удали повторы и общие фразы. Сохрани все факты, структуру и спокойный тон. Не добавляй новых утверждений.

Чем точнее задача редактирования, тем меньше неожиданных изменений.

Сравнивайте версии

После каждого серьёзного редактирования сравнивайте новый текст с предыдущим.

Проверьте:

- не исчезли ли факты;
- не изменился ли смысл;
- не появились ли новые обещания;
- не потерялись ли ограничения;
- действительно ли новая версия лучше.

Можно попросить ChatGPT:

Сравни две версии. Укажи, какие факты были добавлены, удалены или изменены. Не оценивай стиль.

Это полезно, но не заменяет ручного сравнения.

Версии файлов

Не храните все изменения в одном документе без копий.

Используйте понятные названия:

- Проект_черновик_01;
- Проект_после_редактуры_02;
- Проект_для_согласования_03;
- Проект_финал_04.

После окончательного утверждения:

- Проект_финал;
- Проект_финал_с_правками.

Избегайте названий:

- финал;
- новый финал;
- финал последний;
- точно финал;
- финал исправленный 2.

Понятная система версий снижает риск отправить неправильный файл.

Как передавать материал клиенту

Не отправляйте только файл без пояснения.

Краткое сообщение может содержать:

- что подготовлено;
- что проверено;
- на что обратить внимание;
- как оставить комментарии;
- срок правок.

Пример:

Подготовил пять описаний товаров по согласованной структуре. Проверил названия, характеристики и единообразие оформления. Результат находится в приложенном документе. Пожалуйста, соберите комментарии в одном сообщении. Одна серия правок включена в стоимость.

Не нужно подробно описывать каждый промпт и весь внутренний процесс.

Клиенту важен результат.

Что делать, если вы нашли ошибку после отправки

Ошибки случаются.

Не пытайтесь скрыть очевидную проблему.

Напишите клиенту:

После отправки я заметил неточность в третьем описании: указан неверный размер. Я уже исправил документ и отправляю актуальную версию. Прошу использовать новый файл.

Короткое честное сообщение лучше попытки надеяться, что клиент ничего не заметит.

Если ошибка серьёзная, объясните:

- что произошло;
- что исправлено;
- какую версию использовать;
- как вы предотвратите повторение.

Ответственность в чувствительных темах

Особенно осторожно работайте с материалами, связанными с:

- здоровьем;
- правом;
- финансами;
- безопасностью;
- детьми;
- лекарствами;
- инвестициями;
- налогами;
- техническими инструкциями;
- аварийными ситуациями.

Если вы не являетесь специалистом, не берите на себя экспертную ответственность.

ChatGPT не заменяет врача, юриста, финансового консультанта или инженера.

Вы можете помогать со структурой и редактурой, но содержание должно проверяться профильным специалистом.

Укажите это клиенту заранее.

Например:

Я могу отредактировать текст и улучшить его структуру, но не выполняю юридическую проверку содержания. Финальную версию должен подтвердить профильный специалист.

Конфиденциальность при проверке

Не загружайте в ChatGPT данные, которые клиент не разрешал передавать сторонним сервисам.

К таким данным могут относиться:

- полные имена;
- адреса;
- телефоны;
- документы;
- пароли;
- финансовые сведения;
- списки клиентов;
- медицинская информация;
- внутренние отчёты;
- закрытые планы компании.

Перед обработкой:

- удалите личные данные;
- замените имена;
- скройте номера;
- используйте условные обозначения;
- сократите документ до нужного фрагмента.

Если конфиденциальность критична, согласуйте с клиентом инструменты и способ обработки.

Личный стандарт качества

Создайте документ «Стандарт качества».

Запишите правила, которые будете применять к каждому заказу.

Пример:

Я использую только подтверждённые факты.

Я проверяю все числа, даты и названия.

Я не отправляю первый ответ ChatGPT.

Я сравниваю результат с техническим заданием.

Я удаляю рекламные клише.

Я проверяю текст минимум два раза.

Я сохраняю отдельные версии файлов.

Я не передаю конфиденциальные данные без разрешения.

Я не обещаю результат, который не контролирую.

Я отправляю клиенту только финальную версию с понятным названием.

Такой стандарт станет частью вашей профессиональной репутации.

Финальный чек-лист перед отправкой

Задача

- Все требования выполнены.
- Нужный объём соблюлён.
- Цель материала понятна.
- Аудитория учтена.
- Формат соответствует договорённости.

Факты

- Названия проверены.
- Числа проверены.
- Даты проверены.
- Характеристики подтверждены.
- Неподтверждённые утверждения удалены.
- Все ссылки открываются.

Текст

- Повторы удалены.
- Клише заменены на конкретику.
- Предложения понятны.
- Силь соответствует задаче.
- Логика последовательна.
- Призыв к действию корректен.

Оформление

- Заголовки единообразны.
- Списки оформлены одинаково.
- Служебные пометки удалены.
- Название файла понятно.
- Отправляется правильная версия.
- Документ открывается.

Ответственность

- Конфиденциальные данные защищены.
- Рискованные утверждения проверены специалистом.
- Вы готовы объяснить свои решения.
- Вы готовы отвечать за результат.

Практическое задание

В этой главе нужно создать собственную систему контроля качества.

Шаг 1. Выберите один пример из портфолио

Используйте работу, созданную в предыдущей главе.

Шаг 2. Найдите техническое задание

Разместите его рядом с результатом.

Шаг 3. Проведите проверку соответствия

Создайте таблицу:

- требование;
- выполнено;
- комментарий;
- необходимое изменение.

Шаг 4. Проверьте факты

Выделите все:

- числа;
- даты;
- имена;
- характеристики;
- обещания;
- ссылки.

Подтвердите каждое утверждение.

Шаг 5. Найдите клише

Отметьте общие фразы и замените их конкретной информацией.

Шаг 6. Удалите повторы

Проверьте предложения и абзацы.

Шаг 7. Прочитайте вслух

Упростите места, на которых вы запинаетесь.

Шаг 8. Откройте новый диалог

Попросите ChatGPT выступить независимым редактором.
Не принимайте замечания автоматически. Оцените каждое.

Шаг 9. Создайте финальную версию

Сохраните её отдельно.

Шаг 10. Составьте личный чек-лист

Включите не менее пятнадцати пунктов, подходящих вашей услуге.

Упражнение «Найди выдуманный факт»

Создайте короткий набор исходных данных:

- хлопковая сумка;
- размер 35 на 40 сантиметров;
- две ручки;
- один внутренний карман;
- цвет — бежевый.

Попросите ChatGPT написать описание товара.

Затем отметьте все утверждения, которых не было в исходных данных.

Могут появиться:

- страна производства;
- способность выдерживать определённый вес;
- машинная стирка;
- экологичность;
- ручная работа;
- водостойкость;
- длина ручек;
- назначение для ноутбука.

Упражнение показывает, как легко правдоподобные детали превращаются в выдуманные факты.

Упражнение «Сократи без потерь»

Возьмите текст объёмом около 1 000 знаков.

Попросите ChatGPT сократить его на 30 процентов, не удаляя факты.

Затем сравните версии.

Проверьте:

- какие факты исчезли;
- изменился ли смысл;
- появились ли новые формулировки;
- действительно ли удалено только лишнее;
- соответствует ли новый текст задаче.

После этого создайте собственную сокращённую версию.

Чек-лист седьмой главы

Перед переходом к следующей главе убедитесь, что вы:

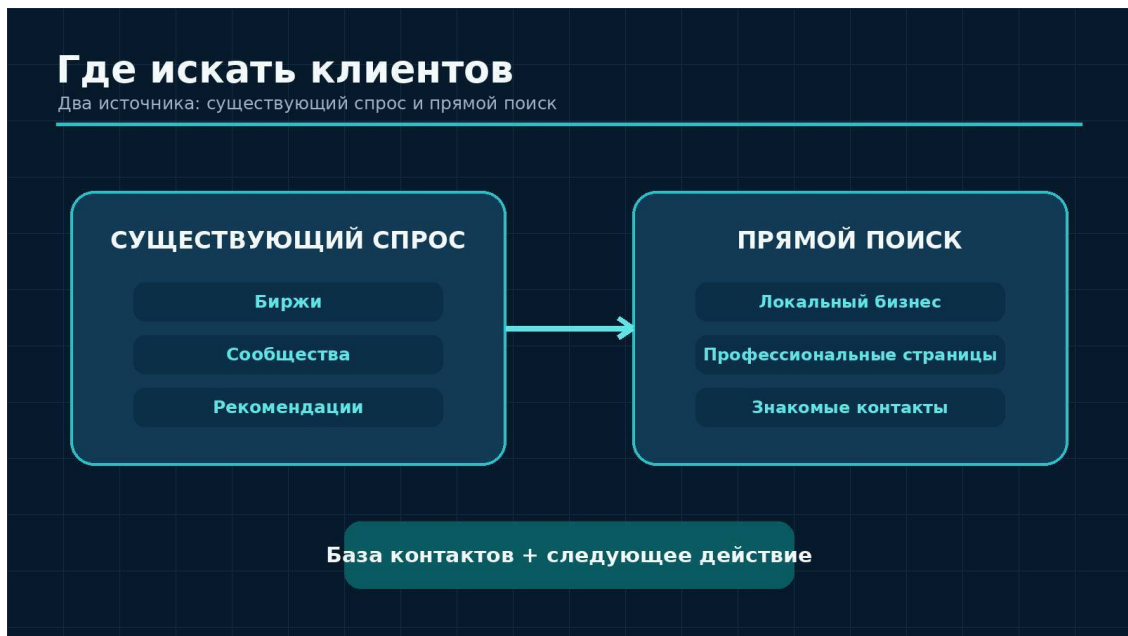
- не считаете первый ответ готовой работой;
- проверяете соответствие заданию;
- сверяете факты с исходными данными;
- отдельно проверяете числа, даты и имена;
- не позволяете ChatGPT заполнять пробелы;
- удаляете клише;
- находите повторы;
- проверяете логику;
- читаете текст вслух;
- сравниваете версии;
- используете понятные названия файлов;
- защищаете конфиденциальные данные;
- создали личный стандарт качества;
- подготовили финальный чек-лист;
- готовы отвечать за отправленный результат.

Главная мысль главы:

Скорость ChatGPT создаёт черновик. Ценность исполнителя создают проверка, редактора и ответственность.

Часть III. Поиск первого клиента

Глава 8. Где искать первые заказы



Первый клиент редко появляется сам

К этому этапу у вас уже есть:

- выбранная услуга;
- понятное описание предложения;
- стартовая цена;
- несколько примеров;
- портфолио;
- система проверки качества.

Теперь начинается этап, который многие новички откладывают дольше всего, — поиск клиентов.

Можно бесконечно улучшать промпты, переделывать портфолио, менять название услуги и добавлять новые примеры. Всё это создаёт ощущение подготовки, но не приводит к заказу, пока предложение никто не увидит.

Чтобы получить оплату, необходимо выйти к людям, которым потенциально нужен ваш результат.

Это не означает, что нужно писать всем подряд или отправлять сотни одинаковых сообщений.

Поиск клиентов состоит из трёх действий:

- найти подходящего человека или компанию;
- заметить возможную задачу;
- сделать понятное предложение.

Первый клиент может появиться:

- среди знакомых;
- в профессиональном сообществе;
- на бирже фриланса;
- в социальной сети;
- в локальном бизнесе;
- среди авторов объявлений;
- после прямого обращения.

Не существует одного правильного источника заказов.

Задача новичка — проверить несколько каналов и понять, где ему проще получать ответы.

Не ищите людей, которым «нужен ChatGPT»

Потенциальный клиент редко думает:

Мне нужен специалист по ChatGPT.

Чаще он думает:

Не успеваю подготовить публикации.

Нужно заполнить карточки товаров.

Резюме выглядит слабо.

Не знаю, что публиковать в блоге.

Нужно привести инструкцию в порядок.

Не хватает сценариев для видео.

Каждый раз приходится заново отвечать клиентам.

Ищите не интерес к технологии, а существующую задачу.

ChatGPT остаётся вашим инструментом.

Клиенту нужно решение.

Портрет подходящего клиента

До начала поиска опишите человека или компанию, которым может быть полезна ваша услуга.

Например, вы создаёте публикации для социальных сетей.

Ваш потенциальный клиент:

- ведёт небольшой бизнес;
- уже имеет страницу;
- публикует материалы нерегулярно;
- самостоятельно пишет тексты;
- предлагает понятный товар или услугу;
- отвечает на сообщения;
- может принять решение без сложного согласования;
- нуждается в небольшом объёме контента.

Это лучше, чем определение:

Любой бизнес.

Чем точнее портрет, тем легче искать.

Признаки потенциальной потребности

Вы не всегда можете знать, готов ли человек купить услугу. Но можно замечать внешние признаки задачи.

Для публикаций

- записи выходят редко;
- последняя публикация сделана несколько недель назад;
- тексты состоят из одного предложения;
- информация о товарах и услугах почти отсутствует;
- темы постоянно повторяются;
- публикации не объясняют пользу;
- в профиле много фотографий, но мало текста;
- появляются новые продукты, но о них почти не рассказывают.

Для описаний товаров

- часть карточек не заполнена;
- описания состоят только из характеристик;
- товары оформлены в разном стиле;
- встречаются повторы;
- непонятно назначение продукта;
- есть фотографии, но нет полезной информации;
- в карточках используются неподтверждённые рекламные фразы.

Для редактирования

- на сайте встречаются длинные и сложные абзацы;
- описание услуги не объясняет процесс;
- в тексте много повторов;
- информация расположена хаотично;
- разные страницы написаны в разном стиле;
- встречаются опечатки;
- призыв к действию непонятен.

Для сценариев

- автор регулярно снимает видео, но темы повторяются;
- начало роликов слишком долгое;
- эксперт публикует полезные мысли в текстах, но почти не использует видео;
- в комментариях часто задают вопросы, на которые можно ответить роликами.

Для шаблонов сообщений

- компания отвечает клиентам неравномерно;
 - важная информация каждый раз формулируется заново;
 - условия оплаты и записи объясняются в разных сообщениях;
 - у бизнеса много повторяющихся вопросов.
- Наличие признака не означает, что нужно сразу критиковать компанию. Он лишь помогает сформулировать возможную пользу.

Канал 1. Знакомые

Для многих новичков это самый простой источник первого опыта.

Знакомые уже знают вас и с большей вероятностью ответят на сообщение.

Среди них могут быть:

- предприниматели;
- самозанятые специалисты;
- мастера;
- продавцы;
- блогеры;
- соискатели;
- сотрудники небольших компаний;
- люди, запускающие собственный проект.

Не нужно писать:

Купи у меня услугу.

Можно спокойно сообщить, чем вы начали заниматься.

Пример:

Я сейчас развиваю услугу по созданию описаний товаров для небольших магазинов. Подготавливаю тексты на основе характеристик, проверяю факты и привожу карточки к единому стилю. Если тебе или кому-то из знакомых понадобится такая помощь, могу показать примеры.

Такое сообщение не оказывает давления.

Не просите знакомых притворяться клиентами

Знакомый может помочь:

- дать реальную небольшую задачу;
- проверить понятность предложения;
- показать портфолио предпринимателю;
- порекомендовать вас;
- оставить честную обратную связь.

Но не стоит просить его:

- написать вымышленный отзыв;
- изображать оплаченного заказчика;
- подтверждать опыт, которого не было;
- рекомендовать вас в области, которой вы не владеете.

Доверие важно с самого начала.

Работа для знакомого тоже должна иметь границы

Даже дружеский заказ нужно согласовать.

Зафиксируйте:

- что именно вы делаете;
- в каком объёме;
- когда передаёте результат;
- сколько правок входит;
- будет ли работа оплачена;
- можно ли использовать её в портфолио.

Фраза:

Посмотри, пожалуйста, мой сайт,
может превратиться в несколько дней неоплачиваемой работы.
Лучше:

Я могу отредактировать описание одной услуги объёмом до 5 000 знаков. Сначала отмечу основные проблемы, затем подготовлю новую версию. Сделаю это до пятницы.
Конкретика полезна даже между знакомыми.

Канал 2. Локальный бизнес

Небольшие компании часто принимают решения быстрее крупных организаций.
Это могут быть:

- кофейни;
- пекарни;
- цветочные магазины;
- салоны;
- мастерские;
- фотографы;
- репетиторы;
- фитнес-студии;
- службы ремонта;
- небольшие интернет-магазины;
- локальные доставки;
- семейные производства.

Преимущество локального бизнеса заключается в том, что его проще изучить.
Можно посмотреть:

- сайт;
- страницу в социальной сети;
- каталог;
- отзывы;
- публикации;
- описание услуг;
- частые вопросы клиентов.

После этого вы сможете сделать персональное предложение.

Как изучить компанию перед обращением

Не нужно проводить сложный аудит.
Достаточно потратить несколько минут и ответить на вопросы:
Что продаёт компания?
Кто её клиент?
Какие материалы уже есть?
Какая задача может возникать регулярно?
Есть ли очевидный пробел?
Как ваша услуга может помочь?
Какой пример из портфолио ближе всего к этой компании?
Сохраните заметки.

Например:

Компания: небольшая пекарня.

Проблема: публикации выходят редко, новые продукты почти не описываются.

Предложение: пять публикаций на неделю.

Подходящий пример: демонстрационный проект для кофейни.

Так вы не будете писать случайное сообщение.

Не начинайте с критики

Слабое обращение:

У вас плохие тексты и неинтересная страница. Я могу всё исправить.

Даже если проблемы существуют, такое сообщение вызывает защитную реакцию.

Более уважительный вариант:

Увидел, что вы недавно добавили сезонные десерты. Для них можно подготовить небольшую серию публикаций: отдельное знакомство с каждой позицией, рассказ о составе и напоминание о предварительном заказе.

Здесь вы не оцениваете работу клиента свысока, а показываете идею.

Канал 3. Биржи фриланса

Биржи объединяют заказчиков и исполнителей.

На них публикуются задания, связанные с:

- текстами;
- карточками товаров;
- публикациями;
- резюме;
- презентациями;
- сценариями;
- редактированием;
- инструкциями;
- обработкой информации.

Преимущество биржи — заказчик уже признаёт наличие задачи.

Вам не нужно убеждать его, что услуга вообще полезна.

Но конкуренция может быть высокой.

Как выбрать подходящее задание

Не откликайтесь на всё подряд.

Подходящий первый заказ:

- имеет понятный результат;
- соответствует вашей услуге;
- содержит исходные данные;
- имеет ограниченный объём;
- не требует экспертных знаний, которых у вас нет;
- имеет реалистичный срок;
- позволяет проверить качество;
- не связан с сомнительными или опасными действиями.

Например:

Нужно подготовить пять описаний товаров на основе характеристик.

Это понятная задача.

Более рискованный вариант:

Нужен полный запуск бренда, стратегия, сайт, реклама и продажи под ключ за два дня.

Такой проект слишком широк для первого заказа.

Признаки плохого задания

Будьте осторожны, если:

- описание слишком расплывчатое;
- заказчик обещает огромный доход без понятной работы;
- требуется заплатить за доступ к заданию;
- просят купить программу или курс;
- предлагают провести платежи через вашу карту;
- просят зарегистрировать чужие аккаунты на ваши данные;
- требуют выполнить весь проект бесплатно;
- предлагают оплату только после неопределённого результата;
- срок явно нереалистичен;
- заказчик избегает фиксации условий;
- нужно использовать обман, спам или поддельные отзывы.

Никогда не передавайте:

- пароль;
- данные карты;
- код подтверждения;
- фотографию документа;
- доступ к личной почте;
- банковский аккаунт.

Настоящий заказ не требует доступа к вашим деньгам.

Как откликаться на бирже

Не отправляйте длинную автобиографию.

Заказчику важно увидеть:

- что вы прочитали задание;
- что понимаете результат;
- что можете выполнить работу;
- какой у вас есть подходящий пример;
- какие вопросы нужно уточнить.

Структура отклика:

короткое обращение;

понимание задачи;

описание подхода;

релевантный пример;

вопрос;

срок или следующий шаг.

Пример:

Здравствуйте. Могу подготовить пять описаний товаров на основе предоставленных характеристик. Сначала приведу данные к единой структуре, затем создам черновики, проверю соответствие характеристикам и отредактирую тексты. Есть демонстрационные примеры карточек для товаров для дома и аксессуаров. Подскажите, пожалуйста, какой объём требуется для одной карточки и есть ли требования площадки?

Такой отклик показывает, что вы думаете о задаче.

Не копируйте одно сообщение во все задания

Шаблон полезен, но каждый отклик нужно адаптировать.

Заказчики замечают сообщения, которые подходят к любому проекту.

Слабый шаблон:

Готов выполнить быстро и качественно. Большой опыт. Обращайтесь.

Он не показывает понимания задачи.

Персонализация может состоять всего из двух или трёх деталей:

- названия задачи;
- требуемого объёма;
- особенности аудитории;
- конкретного вопроса;
- подходящего примера.

Канал 4. Тематические сообщества

Заказы могут появляться в:

- группах предпринимателей;
- сообществах фрилансеров;
- чатах локального бизнеса;
- профессиональных каналах;
- группах соискателей;
- сообществах авторов и экспертов;
- объявлениях о подработке.

Сначала изучите правила.

Некоторые сообщества запрещают прямую рекламу или разрешают её только в определённые дни.

Не публикуйте предложение там, где оно нарушает правила.

Как быть полезным до продажи

В тематическом сообществе доверие можно создавать через полезное участие.

Например:

- ответить на вопрос;
- показать короткий пример;
- объяснить ошибку;
- поделиться чек-листом;
- подсказать структуру;
- разобрать задачу без давления.

Но не превращайте каждый комментарий в рекламу.

Люди быстро замечают скрытые продажи.

Полезный ответ должен решать хотя бы часть вопроса сам по себе.

Пример публикации в сообществе

Подготавливаю описания товаров для небольших интернет-магазинов. Работаю на основе характеристик клиента, не добавляю выдуманные свойства и привожу карточки к единому

стилю. Сейчас беру несколько небольших проектов для расширения портфолио. Могу подготовить пять карточек с одной серией правок. Примеры отправлю в личном сообщении.

В объявлении есть:

- конкретная услуга;
- понятная аудитория;
- объём;
- рабочий принцип;
- следующий шаг.

Канал 5. Социальные сети

Социальная сеть может быть одновременно:

- местом поиска клиентов;
- витриной портфолио;
- каналом доверия;
- способом общения.

Необязательно становиться блогером и ежедневно публиковать материалы.

Для начала достаточно, чтобы профиль отвечал на вопросы:

- кто вы;
- чем занимаетесь;
- кому помогаете;
- какой результат создаёте;
- где посмотреть примеры;
- как связаться.

Минимальное оформление профиля Имя или заголовок

Используйте понятное описание.

Например:

Описания товаров для интернет-магазинов.

или:

Редактирование текстов для малого бизнеса.

Краткое описание

Подготавливаю пять описаний товаров на основе ваших характеристик. Проверяю факты и передаю тексты в редактируемом документе.

Примеры

Разместите:

- один кейс;
- пример «до и после»;
- описание процесса;
- отзыв, если он настоящий.

Контакт

Укажите понятный способ написать вам.

Что публиковать начинающему исполнителю

Необязательно постоянно рассказывать о ChatGPT.

Полезнее показывать результат и подход.

Темы:

- как заменить рекламные клише конкретикой;
- почему нельзя придумывать характеристики товара;
- пример «до и после»;
- чек-лист хорошего описания;
- разбор структуры публикации;
- три ошибки в резюме;
- как собрать исходные данные у клиента;
- что входит в вашу услугу;
- как проходит работа.

Такие публикации помогают потенциальному клиенту понять вашу компетентность.

Канал 6. Доски объявлений и площадки услуг

Можно разместить карточку услуги на площадках, где люди ищут исполнителей.

Объявление должно содержать:

- понятный заголовок;
- конкретный результат;
- объём;
- процесс;
- срок;
- цену или принцип расчёта;
- примеры;
- ограничения;
- способ связи.

Слабый заголовок:

Работа с нейросетями.

Сильнее:

Подготовлю пять описаний товаров для интернет-магазина.

Структура объявления Заголовок

Назовите результат.

Первый абзац

Объясните, кому подходит услуга.

Что получает клиент

Перечислите состав.

Как проходит работа

Покажите этапы.

Что потребуется

Укажите исходные данные.

Срок и правки

Зафиксируйте условия.

Примеры

Добавьте портфолио.

Следующий шаг

Попросите отправить краткое описание задачи.

Пример объявления

Подготовлю пять описаний товаров для небольшого интернет-магазина.

Работаю на основе предоставленных характеристик и не добавляю неподтверждённые свойства.

В услугу входят:

- пять заголовков;
- пять кратких описаний;
- пять основных текстов;
- списки характеристик;
- одна серия правок.

Для начала потребуются названия товаров, материалы, размеры, комплектация, фотографии и требования площадки.

Срок выполнения — до трёх рабочих дней после получения информации.

Результат передаётся в редактируемом документе.

Напишите, сколько у вас товаров и для какой площадки нужны карточки. После этого я подтверждаю стоимость и срок.

Канал 7. Прямые обращения

Прямое обращение означает, что вы сами находите потенциального клиента и предлагаете услугу.

Это может быть:

- личное сообщение;
- электронное письмо;
- сообщение через форму сайта;
- обращение в профессиональной социальной сети.

Преимущество этого способа — вы самостоятельно выбираете подходящие компании.

Недостаток — многие люди не ответят.

Это нормально.

Прямое обращение не должно быть массовым спамом

Спам — это одинаковое сообщение, отправленное большому количеству неподходящих людей без учёта их ситуации.

Хорошее обращение:

- адресовано конкретному человеку или компании;
- связано с реальной задачей;
- показывает, что вы изучили бизнес;
- не оказывает давление;
- не содержит ложных обещаний;
- позволяет легко отказаться.

Не пишите человеку ежедневно, если он не ответил.

Одного вежливого напоминания обычно достаточно.

Структура прямого обращения

Почему вы пишете именно этому человеку.

Какую задачу заметили.

Какой результат можете предложить.

Небольшой релевантный пример.

Простой следующий шаг.

Пример:

Здравствуйте. Увидел, что в вашем магазине недавно появились новые аксессуары, но в карточках пока указаны в основном характеристики. Я занимаюсь подготовкой описаний для небольших интернет-магазинов и могу оформить пять карточек в едином стиле на основе ваших данных. Есть демонстрационный пример для похожей категории. Могу отправить его и кратко описать условия.

Сообщение не обещает увеличить продажи и не критикует клиента.

Не отправляйте сразу большой файл

При первом обращении не всегда стоит прикладывать множество документов.

Это может выглядеть небезопасно или перегружать сообщение.

Лучше:

- дать ссылку на портфолио;
- отправить один релевантный пример;
- предложить показать материалы после ответа.

Убедитесь, что ссылка открывается без сложной регистрации.

Канал 8. Бывшие коллеги и профессиональные контакты

Если вы раньше работали в компании, учились или участвовали в проектах, у вас уже могут быть профессиональные связи.

Можно сообщить о новой услуге людям, с которыми у вас были нормальные отношения.

Не нужно просить работу напрямую.

Пример:

Я начал заниматься редактированием текстов для небольших компаний: упрощаю структуру, убираю повторы и готовлю финальную версию для сайта или публикации. Сейчас собираю первые проекты. Если у вас появится похожая задача, буду рад показать примеры.

Такое сообщение напоминает о вас без давления.

Канал 9. Партнёрства с другими исполнителями

Другим специалистам могут потребоваться дополнительные руки.

Например:

- дизайнеру нужны готовые тексты;
- специалисту по сайтам — описания страниц;
- маркетологу — карточки товаров;
- фотографу — тексты для клиента;
- карьерному консультанту — помощь с редактурой;
- видеомонтажёру — сценарии.

Вы можете предложить не конкуренцию, а дополнение.

Пример:

Я подготавливаю и редактирую тексты для сайтов малого бизнеса. Если в ваших проектах клиент передаёт неструктурированные материалы, могу помогать превращать их в готовые блоки для страниц.

Такие партнёрства могут давать повторные заказы.

Как выбрать первые два канала

Не пытайтесь активно использовать все способы одновременно.

Выберите два.

Например:

- знакомые и прямые обращения;
- биржа и тематические сообщества;
- локальный бизнес и социальные сети.

Один канал может давать быстрый доступ к заданиям, другой — создавать долгосрочные связи.

Для новичка полезно сочетание:

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.