

МАШИНА
РАБОТАЕТ
БЫСТРЕЕ.

ЗАРАБАТЫВАЕТ

— **ТОТ, КТО УМЕЕТ** —
ею управлять

РЭН АСАХИНА

Рэн Асахина

**Машина работает быстрее.
Зарабатывает тот, кто
умеет ею управлять**

*<https://litres.ru/74305328>
SelfPub; 2026*

Аннотация

Машина не сделает вас богаче. Она сделает быстрее то, что вы уже умеете: создавать ценность или производить мусор.

В этом и состоит неприятность искусственного интеллекта. Миллионы людей получили инструмент, способный выполнять за часы работу маленькой команды, и немедленно превратили его в генератор постов, красивых планов и новой разновидности прокрастинации.

«Машина работает быстрее» не о том, как попросить ИИ придумать вам богатство. Это книга о более редком навыке: поставить машине точную задачу, заставить её искать слабые места, превратить ответ в продукт и вынести его туда, где заканчиваются фантазии и начинается рынок.

ИИ снижает цену попытки. Но он не отменяет цену глупости. Поэтому преимущество получит не тот, у кого есть доступ к машине. Доступ будет у всех. Заработает тот, кто держит руль.

Содержание

Первый рычаг богатства	4
Искусство спрашивать машину так, чтобы она приносила деньги	22
Промпт как рычаг для денег	39
Конец ознакомительного фрагмента.	51

Рэн Асахина

Машина работает быстрее. Зарабатывает тот, кто умеет ею управлять

Первый рычаг богатства

Ты можешь открыть любой разговор про искусственный интеллект, и через пару минут кто-нибудь обязательно скажет: это просто инструмент. Молоток, калькулятор, новый поисковик, игрушка для студентов, чтобы писать рефераты. Обычно так говорят люди, которые еще не поняли, что перед ними не игрушка. Они смотрят на экран, вводят пару ленивых вопросов, получают пару средних ответов и делают вывод: ничего особенного.

Я тоже когда-то думал примерно так.

Потом я увидел, как один человек за вечер сделал то, на что обычная маленькая команда потратила бы неделю. Не потому, что он был гением. Не потому, что у него были связи. Он просто умел разговаривать с машиной так, будто нанял себе сотрудника, редактора, аналитика, маркетолога и строгого помощника в одном лице. И вот тут до меня до-

шло: проблема не в том, что искусственный интеллект слабый. Проблема в том, что большинство людей обращается с ним как с кнопкой, а не как с рычагом.

Рычаг сам по себе ничего не делает. Камень как лежал на земле, так и будет лежать. Но поставь рычаг правильно, приложи силу в нужном месте, и ты поднимешь то, что раньше казалось неподъемным. С ИИ происходит то же самое.

Эта глава не про модные слова. Не про роботов, которые завтра заберут все рабочие места. Не про красивые прогнозы из презентаций. Я хочу, чтобы ты понял одну простую вещь: богатство в ближайшие годы будет все сильнее уходить к тем, кто умеет соединять свою голову с машинной скоростью. Не к тем, кто знает больше всех терминов. Не к тем, кто спорит в комментариях, какая модель умнее. А к тем, кто каждый день берет конкретную задачу и спрашивает: как я могу сделать это быстрее, дешевле, точнее и масштабнее?

Вот с этого и начинается новая игра.

Когда люди говорят о деньгах, они часто думают о тяжелой работе. Больше часов, больше заказов, больше звонков, больше клиентов, больше усталости. Это старая логика. В ней человек остается главным двигателем. Он пишет, звонит, ищет, продает, проверяет, исправляет, снова пишет, снова звонит. День заканчивается, силы кончаются, а бизнес стоит ровно там, где его оставили руки владельца.

ИИ меняет не только скорость. Он меняет саму конструкцию.

Раньше, чтобы начать онлайн-бизнес, тебе нужен был хотя бы небольшой набор навыков. Надо было писать тексты, понимать дизайн, разбираться в рекламе, уметь делать сайт, считать экономику, отвечать клиентам, вести соцсети. Если денег на команду не было, ты становился командой сам. Утром копирайтер, днем менеджер, вечером дизайнер, ночью человек, который пытается понять, почему реклама съела бюджет и не принесла заявок.

Теперь часть этой работы можно отдать машине. Не всю. Не надо верить людям, которые обещают, что ИИ нажмет две кнопки и на твою карту посыплются деньги. Это сказки для ленивых. Но черновики, идеи, варианты, анализ, план, сценарий, описание продукта, письмо клиенту, структура курса, скрипт для видео, список ошибок, план запуска, таблица гипотез, ответы на возражения, первые версии объявлений, черновой бизнес-план, список ниш, календарь контента, разбор конкурентов - все это больше не обязано начинаться с пустого листа.

А пустой лист, между прочим, убивает больше бизнесов, чем отсутствие денег.

Человек садится вечером после работы и говорит себе: сейчас начну. Открывает документ. Смотрит на белый экран. Пишет заголовок. Стирает. Снова пишет. Потом идет за чаем. Потом проверяет телефон. Потом решает, что сегодня голова не работает, а завтра точно получится. Так проходит неделя. Потом месяц. Потом он видит, как кто-то дру-

гой запустил почти такую же идею и уже продает.

ИИ не решает за тебя, кем быть. Но он убирает трение в начале. Он дает первый материал, от которого можно оттолкнуться. И это огромная разница.

Деньги редко приходят к человеку, который только думает. Деньги приходят туда, где мысли превращаются в предложения, страницы, продукты, услуги, переговоры и системы. ИИ ускоряет именно этот переход. Из идеи в черновик. Из черновика в предложение. Из предложения в тест. Из теста в продажи. Из продаж в повторяемый процесс.

Теперь давай спокойно разберемся, что такое искусственный интеллект в практическом смысле. Не университетским языком, а по-человечески.

ИИ - это система, которая умеет находить связи в огромном количестве данных и выдавать результат, похожий на работу человека: текст, ответ, план, изображение, прогноз, код, таблицу, решение. Она не устает. Не обижается. Не просит перерыв. Не говорит: мне сегодня не в настроении писать продающее письмо для твоего курса. Ей можно дать двадцать вариантов задачи, и она сделает двадцать вариантов.

Но тут есть ловушка.

Многие видят эту скорость и начинают производить мусор быстрее, чем раньше. Был один плохой пост в неделю - стало десять плохих постов в день. Был один скучный лендинг - стало пять скучных лендингов. Было мало пользы - стало много одинакового шума. Это не бизнес. Это завод по

выпуску серого текста.

ИИ дает преимущество только тому, кто умеет думать над задачей. Машина усиливает направление. Если направление глупое, она быстро принесет тебе много глупости. Если направление точное, она быстро принесет материал, который можно превратить в деньги.

Представь двух людей.

Первый пишет: «Дай мне идеи для бизнеса». Получает список из десяти банальных пунктов: блог, интернет-магазин, консалтинг, курс, агентство. Он вздыхает и говорит: ничего нового.

Второй пишет иначе. Он описывает свои навыки, свободное время, сумму, которую готов вложить, язык, рынок, опыт, страхи, ограничения. Просит не просто идеи, а три модели заработка с первым шагом на семь дней, примером услуги, ценой, рисками и способом найти первых клиентов без рекламы. Потом просит раскритиковать эти идеи. Потом просит выбрать одну по вероятности быстрого дохода. Потом просит составить письмо для холодного контакта. Потом берет телефон и отправляет это письмо двадцати людям.

У кого больше шансов заработать?

Ответ неприятный для мечтателей: у второго. Не потому, что у него модель лучше. А потому, что он использует ИИ как усилитель действия, а не как автомат желаний.

Именно поэтому новая финансовая грамотность начинается не с инвестиций и не с сложных схем. Она начинается

с умения ставить задачи. Кто умеет ставить задачи людям, тот быстрее научится ставить задачи машине. Кто всю жизнь привык говорить туманно, тот и от ИИ будет получать туман.

Теперь о богатстве.

Раньше богатство часто строилось на доступе. У кого был доступ к фабрике, рынку, капиталу, складу, издательству, телеканалу, команде, тот имел преимущество. Интернет уже однажды сломал эту дверь. Человек из маленького города мог открыть магазин, блог, канал, агентство, школу, сервис. Но даже интернет требовал времени и навыков. Ты мог выйти на рынок, но должен был сам тащить на себе большую часть работы.

ИИ открывает следующую дверь. Он снижает цену попытки.

Раньше, чтобы проверить идею продукта, нужно было потратить недели: изучить аудиторию, написать текст, собрать страницу, сделать письма, придумать рекламу. Теперь черновой вариант можно собрать за день. Да, потом его надо проверять, редактировать, доводить руками. Но ты уже не стоишь в начале с пустыми карманами и пустой страницей. У тебя есть рабочий набросок.

А в бизнесе выигрывает не тот, кто один раз придумал идеальную идею. Таких людей почти нет. Выигрывает тот, кто быстрее делает попытки и быстрее учится на обратной связи.

Вот где ИИ становится денежным инструментом.

Он помогает делать больше попыток за меньшее время. Не случайных попыток, а осмысленных. Можно быстро проверить пять ниш, десять офферов, двадцать заголовков, три формата продукта. Можно за вечер увидеть, где мысль пустая, а где у нее есть мясо. Можно попросить модель сыграть клиента, инвестора, недовольного покупателя, холодного подписчика, занятого директора. Можно заранее услышать возражения, которые потом всплывут в реальной продаже.

Это не магия. Это подготовка.

Большинство людей выходит на рынок неподготовленными. Они пишут: «Я делаю качественно, обращайтесь». И удивляются, что никто не обращается. Кому? Зачем? Какой результат? Почему тебе верить? Чем ты отличаешься? Сколько это стоит? Что будет после оплаты? Какие риски снимаешь с клиента? Если человек не отвечает на эти вопросы, рынок проходит мимо.

ИИ помогает эти вопросы не забыть. Он может быть неприятным собеседником, если попросить его не хвалить, а искать слабые места. И я советую именно так с ним работать. Не проси машину подтвердить, что твоя идея великолепна. Проси показать, почему она может провалиться. Проси найти дырки. Проси написать, что скажет скептический клиент. Проси упростить предложение так, чтобы его понял человек в метро за десять секунд.

Деньги любят ясность.

Человек покупает не потому, что ты использовал умные слова. Он покупает, когда понимает: вот моя боль, вот решение, вот цена, вот почему это может сработать, вот что делать дальше. ИИ может помочь тебе добраться до этой ясности быстрее. Но он не сделает выбор за клиента. И не заменит честность.

Теперь надо сказать о DeepSeek, потому что вокруг него много шума. Одни говорят, что это прорыв. Другие спорят, кому принадлежит лидерство. Третьи пугают запретами, политикой, конкуренцией, безопасностью. Для человека, который хочет заработать, главный вопрос проще: что я могу сделать с этим инструментом уже сегодня?

DeepSeek интересен не названием и не тем, что о нем спорят. Интересен он тем, что доступ к сильным ИИ-инструментам становится дешевле и шире. Еще недавно мощные модели казались чем-то дорогим, почти корпоративным. Теперь человек без команды может получить помощника, который пишет, анализирует, предлагает, сравнивает и структурирует. Это меняет стартовые условия.

Старые преимущества не исчезают. Опыт, вкус, дисциплина, связи, репутация, умение продавать - все еще важны. Но появляется новый слой: умение использовать модель как рабочую силу для мышления и производства.

Не вместо себя. Вместе с собой.

Если ты дизайнер, ИИ может помочь с идеями, описаниями, презентациями, письмами клиентам. Если ты копи-

райтер, он ускорит черновики, варианты заголовков, анализ аудитории. Если ты владелец магазина, он поможет с карточками товаров, ответами клиентам, акциями, рассылками. Если ты эксперт, он поможет превратить знания в курс, чек-лист, консультационный продукт, сценарии для видео. Если ты фрилансер, он позволит брать больше задач без падения качества, если ты не будешь лениться редактировать.

Вот это «если» решает всё.

ИИ соблазняет халтурой. Очень легко взять первый ответ и отправить его клиенту. Очень легко опубликовать текст, который вроде бы гладкий, но пахнет пустотой. Очень легко убедить себя, что раз машина написала, значит нормально. Нет. Нормально - это когда человек прочитал и понял. Хорошо - когда он поверил. Отлично - когда он сделал действие: написал, купил, подписался, пришел, оплатил, порекомендовал.

Поэтому в новой экономике ценность смещается. Просто писать текст станет дешевле. Просто делать картинки станет дешевле. Просто собирать стандартные планы станет дешевле. Дорожать будет другое: понимание задачи, вкус, стратегия, проверка, упаковка, доверие, умение видеть, где машина ошиблась, и умение доводить сырье до результата.

ИИ не отменяет мастерство. Он наказывает тех, кто прятался за медленной ручной работой и выдавал процесс за ценность.

Клиенту не важно, сколько часов ты страдал над текстом.

Ему важно, продает ли страница. Заказчику не важно, писал ты руками или с помощником. Ему важно, получил ли он результат без головной боли. Рынок не платит за усталость. Рынок платит за полезный итог.

Это жестко, но освобождает.

Если раньше ты думал: я не могу начать, потому что не умею всего, теперь вопрос другой: какую часть работы я могу закрыть с помощью ИИ, а какую должен взять на себя как человек? Например, машина может набросать десять вариантов письма. Но ты должен выбрать тон, убрать фальшь, добавить реальную деталь, проверить обещания. Машина может составить план продукта. Но ты должен понять, нужен ли он людям. Машина может предложить рекламные идеи. Но ты должен поставить тест и посмотреть цифры.

В этой связке человек становится не печатной машинкой, а редактором решений.

Мне нравится простая схема: мысль, машина, проверка, рынок. Сначала ты формулируешь мысль. Потом просишь ИИ расширить, уточнить, разложить, атаковать слабые места. Потом проверяешь сам: что правда, что мусор, что звучит фальшиво, что можно использовать. Потом выносишь на рынок: клиентам, подписчикам, заказчикам, партнерам. И только рынок показывает, где деньги.

Многие застревают между машиной и фантазией. Они собирают промпты, сохраняют списки идей, читают каналы, смотрят ролики, но ничего не продают. Это новый вид про-

крастинации: человек занят ИИ, но не занят бизнесом.

Не попадайся.

Если после работы с моделью у тебя не появилось действие во внешнем мире, ты просто развлекался. Хорошая сессия с ИИ должна заканчиваться письмом, страницей, предложением, звонком, опубликованным материалом, созданным файлом, отправленным коммерческим предложением, готовым тестом. Иначе это умная болтовня.

Теперь о страхе. Люди боятся, что ИИ заберет работу. Частично заберет. Было бы глупо притворяться, что ничего не изменится. Работы, где человек просто механически делает средний результат по шаблону, станут дешевле. Часть таких задач уйдет в автоматизацию. Но это не значит, что человеку нечего делать. Это значит, что надо подниматься выше по цепочке ценности.

Не «я пишу тексты», а «я помогаю бизнесу получать заявки через понятные страницы и письма».

Не «я делаю картинки», а «я помогаю бренду выглядеть убедительно и узнаваемо в нужной нише».

Не «я веду соцсети», а «я строю регулярную систему касаний, которая превращает внимание в доверие и продажи».

Разница огромная. Первое легко заменить. Второе требует понимания.

ИИ усиливает тех, кто понимает результат. ИИ ослабляет тех, кто продавал только процесс.

Хорошая новость в том, что начать можно маленько. Не

надо сразу строить империю. Возьми одну повторяющуюся задачу из своей жизни или работы и перестрой ее с помощью ИИ. Например, ответы клиентам. Или подготовку постов. Или анализ конкурентов. Или описания товаров. Или сценарии коротких видео. Или письма для поиска заказчиков. Не десять задач сразу. Одну.

Сделай ее быстрее. Потом лучше. Потом повторяемой. Потом подумай, можно ли превратить это в услугу или продукт.

Допустим, ты научился за два часа делать для малого бизнеса недельный набор постов, писем и идей для рекламы. Раньше ты бы мучился день. Теперь у тебя есть процесс: бриф, анализ аудитории, генерация вариантов, ручная редактура, финальная упаковка. Это уже услуга. Не «я пользуюсь ИИ», а «я за два дня готовлю малому бизнесу контент-пакет для запуска акции». Цена, срок, результат. Понятно.

Или ты умеешь делать промпты для интернет-магазинов: описания товаров, ответы на частые вопросы, письма брошенной корзины, тексты для акций. Собери это в пакет. Проверь на одном магазине. Исправь. Продай второму. Потом третьему. Так появляется система.

Богатство начинается не с миллиона. Оно начинается с повторяемого способа создавать ценность.

ИИ хорош именно тем, что помогает повторять. Не один раз вдохновиться, а каждый день выдавать результат по про-

цессу. Сегодня - десять идей. Завтра - пять писем. Послезавтра - две страницы. Потом - обновление продукта. Потом - ответы клиентам. Через месяц у тебя уже не хаос, а библиотека: промпты, шаблоны, удачные формулировки, проверенные офферы, список ошибок, примеры работ. Это актив.

Да, актив. Не только недвижимость и акции бывают активами. Рабочая система, которая помогает быстрее зарабатывать, тоже актив. База промптов для конкретной ниши - актив. Процесс создания контента - актив. Набор писем, который приводит клиентов, - актив. Упакованная услуга - актив. Маленький цифровой продукт - актив.

Большинство людей не думает так. Они используют ИИ одноразово. Спросили, получили, забыли. Умный человек сохраняет удачные запросы, дорабатывает их, подписывает, группирует, проверяет в деле. Через время у него появляется собственная фабрика решений.

И тут мы подходим к важному правилу: не собирай промпты ради коллекции. Собирай только те, которые помогают делать деньги, экономить время или улучшать качество.

Промпт для красивого вдохновляющего поста может быть приятным. Но промпт, который помогает составить коммерческое предложение под конкретного клиента, стоит дороже. Промпт, который делает план запуска продукта, стоит дороже. Промпт, который помогает выявить слабые места в оффере, стоит дороже. Промпт, который превращает один материал в десять форматов для разных площадок, стоит до-

роже.

Оценивай ИИ-инструменты не по восторгу, а по выхлопу.

Сколько времени сэкономил? Сколько вариантов дал? Сколько из них можно использовать? Как быстро ты дошел до результата? Помог ли он заработать, удержать клиента, улучшить продукт, снизить расходы? Если нет, это развлечение. Развлечения тоже нужны, но не надо называть их стратегией.

Теперь представь ближайшие годы. Бизнесы будут все больше привыкать к ИИ. Клиенты будут видеть больше контента, больше предложений, больше автоматических ответов. Шума станет больше. И на этом фоне выиграют не те, кто просто генерирует больше. Выиграют те, кто точнее понимает человека по другую сторону экрана.

Потому что деньги все равно платит человек.

Даже если воронка автоматизирована, даже если письмо написано с помощью модели, даже если чат-бот отвечает ночью, решение о покупке принимает живой человек со своими страхами, ленью, надеждой, недоверием, срочностью, усталостью. Хороший ИИ-предприниматель не забывает об этом. Он использует машину, чтобы лучше служить человеку, а не чтобы завалить его одинаковыми сообщениями.

В этом есть простая этика и простая выгода. Обманывать быстрее стало легче. Но доверие по-прежнему строится медленно. Можно сгенерировать громкое обещание за десять секунд. Выполнить его придется в реальности. Если ты обеща-

ешь человеку золотые горы, потому что модель красиво написала, рынок быстро тебя накажет.

Поэтому не надо строить бизнес на фантазиях о легких деньгах. Строй его на полезности, усиленной скоростью.

Что можно сделать уже сегодня?

Сначала выбери одну область, где деньги ближе всего к тебе. Не абстрактный «ИИ-бизнес», а конкретная зона: твоя профессия, твой опыт, твоя ниша, твои знакомые, твои навыки. У одного это маркетинг. У другого недвижимост. У третьего обучение. У четвертого дизайн. У пятого бухгалтерия, подбор персонала, локальный сервис, ремонт, здоровье, спорт, языки, туризм. Не обязательно идти туда, где моднее. Иди туда, где ты понимаешь боль людей.

Потом выпиши десять задач, которые там повторяются. Например: объяснить услугу, привлечь клиента, ответить на вопросы, подготовить предложение, собрать отзывы, сделать инструкцию, написать пост, сравнить варианты, найти ошибки, удержать покупателя. Почти в каждой нише эти задачи есть.

Дальше спроси ИИ, как каждую из них ускорить. Не верь первому ответу. Уточняй. Проси примеры. Проси шаблоны. Проси сыграть клиента. Проси сделать вариант проще. Проси сделать вариант жестче. Проси убрать лишнее. Проси написать так, как сказал бы обычный человек, а не рекламный буклет.

После этого выбери одну задачу и сделай реальный ре-

зультат. Не план на будущее. Файл, письмо, страница, предложение, скрипт, пост, продуктовый набросок. Что-то, что можно показать человеку.

И покажи.

Вот здесь начинается разница между тем, кто читает про ИИ, и тем, кто зарабатывает с ИИ. Первый копит знания. Второй выносит результат в мир и получает ответ: интересно, неинтересно, дорого, непонятно, хочу, не хочу, пришли-те детали. Этот ответ дороже любого очередного ролика.

Если тебе откажут, прекрасно. Отказ - это данные. Спроси себя: не та аудитория, слабое предложение, непонятная выгода, нет доверия, плохой пример, рано попросил деньги, не ту боль выбрал? Вернись к ИИ, разложи отказ, собери новую версию. Опять покажи. Так строятся деньги. Не в голове, а через цикл попыток.

Мне хочется, чтобы ты вынес из этой главы не восторг, а спокойную решимость. ИИ не обязан тебя поражать каждый день. Он должен работать. Как электричество. Как интернет. Как таблица. Как хороший помощник, который не делает тебя умнее автоматически, но позволяет быстрее использовать то, что у тебя уже есть.

Будущее богатства не в том, что машина заменит человека полностью. По крайней мере, для нас с тобой практический вывод другой. Будущее богатства в том, что один собранный человек с ИИ сможет делать работу, для которой раньше нужна была маленькая команда. Один эксперт смо-

жет упаковать знания быстрее. Один фрилансер сможет обслуживать больше клиентов. Один предприниматель сможет тестировать больше гипотез. Один автор сможет выпускать больше материалов. Один владелец бизнеса сможет убрать хаос из процессов.

Но только если он действует.

Сколько людей уже сейчас имеют доступ к сильным ИИ-инструментам и ничего с этим не делают? Миллионы. Они пробуют, удивляются, сохраняют пару ответов, потом возвращаются к старым привычкам. Доступ сам по себе не создает богатство. В мире полно людей с доступом к библиотекам, но мало тех, кто читает и применяет. Полно людей с доступом к спортзалам, но не все становятся сильнее. Полно людей с доступом к интернету, но не каждый построил бизнес.

ИИ - такой же доступ. Возможность. Не гарантия.

Твоя задача - превратить доступ в навык. Навык - в процесс. Процесс - в результат. Результат - в деньги. Деньги - в систему, которая работает снова и снова.

Начни с малого, но начни сегодня. Открой ИИ-инструмент. Не проси его «сделать меня богатым». Это детская просьба. Опиши реальную задачу, реального клиента, реальное ограничение. Попроси помочь собрать первый шаг. Потом сделай этот шаг руками.

Богатство будущего будет казаться магией только тем, кто смотрит со стороны. Для тех, кто внутри, это будет выгля-

деть проще: каждый день они будут брать задачу, усиливать ее машиной, проверять человеческим умом и отправлять результат на рынок.

Вот и весь секрет первой главы.

Не жди, пока ИИ станет идеальным. Не жди, пока все станет понятно. Не жди, пока появится свободный месяц. У тебя уже есть то, чего не было у предпринимателей прошлого: помощник, который может работать в любую минуту, почти без затрат, с огромной скоростью.

Вопрос только в том, поставишь ли ты перед ним настоящую задачу.

Искусство спрашивать машину так, чтобы она приносила деньги

Большинство людей ломаются не на сложных вещах. Они ломаются на первой строке.

Они открывают ИИ, смотрят на пустое поле ввода и пишут что-то вроде: «Придумай мне бизнес». Или: «Напиши пост». Или совсем честно: «Как заработать деньги?»

Через десять секунд получают ответ. Вроде нормальный. Аккуратный, уверенный, с пунктами, с советами. Читают его и чувствуют странное разочарование. Ничего плохого там нет. Но и ничего такого, за что можно было бы зацепиться, тоже нет.

И тогда человек делает самый опасный вывод: «ИИ переоценен».

Нет. Переоценен не ИИ. Переоценена привычка давать плохие задания и ждать сильный результат.

Я видел это много раз. Человек нанимает дизайнера и говорит: «Сделай красиво». Дизайнер делает. Заказчик морщится: «Не то». А что то? Какой стиль? Для кого? Где это будет использоваться? Какие цвета нельзя? Какая цель? Ответа нет. Но виноват дизайнер.

С искусственным интеллектом происходит то же самое, только быстрее. Машина не спорит, не задает двадцать уточ-

няющих вопросов, не обижается. Она просто выполняет то, что вы попросили. Если попросили туман, получите туман. Если попросили инструмент, получите инструмент.

Вот почему во второй главе нужно говорить не о списке чудесных фраз. Не о магических формулах. Не о «секретных промптах», которые якобы открывают сейф с деньгами.

Деньги начинаются не с промпта. Деньги начинаются с ясного мышления.

Промпт - это не заклинание. Это техническое задание, написанное человеческим языком.

И чем лучше вы понимаете, что хотите получить, тем сильнее становится DeepSeek. Он может писать, считать, предлагать, сравнивать, придумывать, спорить, упрощать, строить план, превращать хаос в черновик. Но он не обязан угадывать вашу жизнь за вас.

Многие хотят, чтобы ИИ стал им богатым дядей, который сам придумает нишу, сам найдет клиентов, сам напишет продукт, сам продаст и еще извинится, если вы устали. Так не работает.

ИИ усиливает того, кто им пользуется.

Если у вас в голове каша, он сделает кашу в красивой тарелке. Если у вас есть направление, он ускорит движение. Если у вас есть боль рынка, он поможет превратить ее в продукт. Если у вас есть клиент, он поможет сделать предложение точнее. Если у вас есть только желание «заработать как-нибудь», он даст вам набор общих фраз, которые уже читали

тысячи людей.

Поэтому первое правило простое: перед тем как писать запрос, остановитесь на минуту и спросите себя, чего вы на самом деле хотите.

Не «контент». А какой контент?

Не «бизнес». А для кого, на каком рынке, с каким бюджетом, с каким способом продажи?

Не «пост». А пост для какой площадки, для какого человека, с какой эмоцией, с каким действием после прочтения?

Разница огромная.

Плохой запрос звучит так: «Напиши рекламу для курса».

Рабочий запрос звучит иначе: «Напиши три варианта рекламного текста для курса по автоматизации малого бизнеса с помощью ИИ. Аудитория - владельцы небольших интернет-магазинов, которые устали вручную отвечать клиентам и терять заказы ночью. Тон прямой, без пафоса. Цель - записать человека на бесплатную консультацию. В каждом варианте используй разный угол: экономия времени, рост продаж, снижение хаоса в операционке».

Видите, что произошло? Мы не стали умнее машины. Мы просто дали ей нормальную работу.

Хороший промпт держится на пяти вещах.

Первая - цель. Что должно получиться на выходе?

Вторая - контекст. Для кого, в какой ситуации, с какими ограничениями?

Третья - форма. Список, письмо, сценарий, план, таблица,

структура продукта, анализ?

Четвертая - тон. Жестко, спокойно, по-деловому, разговорно, для новичков, для экспертов?

Пятая - критерий качества. По чему вы поймете, что результат хороший?

Без пятого пункта люди часто тонут. Они получают текст и не знают, что с ним делать. Нравится? Не нравится? Слишком длинно? Слишком скучно? Слишком похоже на рекламу? ИИ не может попасть в цель, если цель стоит где-то в тумане.

Сильный пользователь ИИ отличается от слабого не тем, что знает больше умных слов. Он просто точнее ставит задачу.

Представьте, что вы пришли к опытному помощнику и говорите: «Мне нужен доход». Он может ответить чем угодно. Купить товар и перепродать. Делать сайты. Писать тексты. Вести соцсети. Создать курс. Пойти на работу. Открыть кофейню. Все это вроде отвечает на вопрос, но почти ничем не помогает.

А если вы говорите: «У меня есть два часа вечером, я хорошо разбираюсь в ремонте квартир, не хочу снимать видео, готов общаться с клиентами, стартовый бюджет ноль, хочу за первый месяц получить первые 300 долларов. Какие три услуги на базе ИИ я могу предложить владельцам строительных бригад?»

Теперь разговор стал серьезным.

DeepSeek уже не плавает в океане вариантов. Он идет по узкому коридору. И в этом коридоре можно найти деньги.

Запомните неприятную мысль: широкий запрос почти всегда дает бедный ответ.

Человек просит «идеи для бизнеса» и получает идеи, которые подходят всем. А если идея подходит всем, она почти никому не нужна. Деньги лежат в конкретике. В маленьких рынках, в ясных проблемах, в точных предложениях.

Не «помощь предпринимателям». А «еженедельные письма для владельцев студий йоги, которые хотят вернуть клиентов после пробного занятия».

Не «ведение соцсетей». А «короткие сценарии Reels для стоматологий, чтобы объяснять дорогие услуги простым языком и не выглядеть как базарная реклама».

Не «консалтинг по ИИ». А «настройка системы ответов на повторяющиеся вопросы для онлайн-школ, где менеджеры тонут в одинаковых сообщениях».

Когда вы так формулируете задачу, DeepSeek начинает работать не как игрушка, а как отдел маркетинга, редактор, аналитик и черновой стратег в одном окне.

Но есть еще одна ошибка. Люди ждут идеальный ответ с первого раза.

Так редко бывает.

Нормальная работа с ИИ похожа на разговор с сильным, но очень быстрым стажером. Он может за минуту сделать то, на что у человека ушел бы день. Но ему нужно направление.

Иногда он слишком разгоняется. Иногда пишет красиво, но пусто. Иногда попадает в тон, но промахивается в структуре. Иногда дает хороший скелет, который надо обрастить мясом.

И это нормально.

Вы не обязаны принимать первый ответ. Более того, не надо.

Первый ответ - сырье. Второй - уже ближе. Третий может стать продуктом.

Допустим, вы попросили DeepSeek написать письмо потенциальному клиенту. Он выдал вежливый текст, но вы чувствуете, что письмо похоже на сотню других писем в почте. Не надо переписывать все вручную с нуля. Просто продолжайте работать.

Скажите: «Сделай письмо короче в два раза. Убери канцелярит. Первый абзац должен сразу показать, что я понимаю проблему владельца интернет-магазина. Не используй фразы вроде “надеюсь, у вас все хорошо” и “хотел бы предложить”. Добавь конкретное наблюдение о потерянных заявках в нерабочее время».

Вот это уже управление.

Потом можно еще точнее: «Сделай три версии первого абзаца. Одна - спокойная, одна - более резкая, одна - с вопроса».

Потом: «Выбери лучшую версию и объясни, почему она сильнее для холодного письма».

Потом: «Теперь напиши тему письма. Дай десять вариан-

тов без кликбейта».

Так строится работа.

Не одним героическим запросом. А серией коротких уточнений.

У многих людей есть привычка относиться к ИИ как к автомату с газировкой: бросил монету, нажал кнопку, получил банку. Но сильнее работает другой подход. Вы садитесь рядом с машиной и ведете ее. Не отдаете руль полностью. Не тащите все сами. Ведете.

Тут появляется важная вещь: библиотека промптов.

Если вы каждый раз начинаете с нуля, вы теряете деньги. Хорошие запросы нужно сохранять. Не в голове, не где-то в чате, который потом пропадет, а в отдельном документе. Разделите их по задачам: контент, продажи, продукты, исследование рынка, письма, сценарии, анализ конкурентов, автоматизация, клиентский сервис.

Промпт, который один раз дал сильный результат, - это не случайность. Это заготовка. Ее можно улучшать, адаптировать, продавать как часть услуги, использовать в команде, передавать помощнику.

У меня был бы простой порядок.

Сначала вы создаете промпт для себя. Потом проверяете его на реальной задаче. Потом улучшаете формулировку. Потом добавляете примеры хорошего результата. Потом сохраняете как шаблон. Потом используете снова.

Через месяц у вас уже не хаотичные переписки с ИИ, а

маленькая фабрика.

Вот пример базового промпта для исследования ниши:

«Проанализируй нишу [название ниши] для онлайн-услуги. Опиши, кто покупатель, какая у него главная боль, за что он уже платит, какие возражения мешают покупке, какие услуги можно предложить с помощью ИИ, какие быстрые результаты можно показать за 7 дней. Ответ дай простым языком, без общих советов. В конце предложи три конкретных оффера».

Это не идеальный промпт. Но он уже лучше, чем «дай идеи».

Можно усилить:

«Не предлагай очевидные варианты вроде “вести соцсети” без уточнения. Для каждого оффера укажи: кому продаем, какую боль закрываем, что входит в услугу, сколько можно брать на старте, как найти первых клиентов, какой результат показать в портфолио».

Теперь машина вынуждена думать практичнее.

Именно ограничения делают ответ полезным.

Люди боятся ограничивать ИИ. Им кажется, что если дать машине свободу, она придумает что-то невероятное. Иногда да. Но в бизнесе слишком большая свобода часто приводит к болтовне. Лучше дать рамки и попросить внутри них найти нестандартный ход.

Например: «Придумай 20 идей для цифрового продукта» - это слабо.

Лучше: «Придумай 20 идей цифрового продукта для русскоязычных владельцев маленьких салонов красоты, которые хотят поднять повторные продажи без найма маркетолога. Продукт должен быть создан за 7 дней, продаваться от 1500 до 5000 рублей и не требовать сложной техподдержки».

Вот тут уже можно работать.

DeepSeek особенно силен, когда вы просите его видеть не только текст, но и психологию человека. Потому что продажи почти никогда не идут только через факты.

Факт: «Наш сервис отвечает клиентам круглосуточно».

Боль: «Вы просыпаетесь утром и видите три сообщения от клиентов, которые уже ушли к конкуренту, потому что им ответили быстрее».

Это разные уровни.

Если вы просите ИИ написать рекламу, обязательно указывайте эмоцию, которую нужно зацепить. Страх потерять деньги. Усталость от рутины. Желание выглядеть профессиональнее. Раздражение от хаоса. Мечта о свободном вечере. Стыд за вечные недоделки. Надежда, что наконец-то можно работать проще.

Без эмоции текст может быть правильным, но мертвым.

Попробуйте такой запрос:

«Напиши рекламный текст для услуги настройки ИИ-ассистента для малого бизнеса. Не продавай технологию. Продавай облегчение владельца, который устал отвечать на одни и те же вопросы клиентов. Покажи одну узнаваемую сцену

из его дня. Потом объясни решение простыми словами. Заверши приглашением на короткий разбор».

В этом запросе есть жизнь. Есть сцена. Есть человек. Есть коммерческая задача.

А теперь сравните с «напиши рекламу ИИ-ассистента». Разница понятна.

Еще один прием: заставляйте DeepSeek сначала думать как покупатель.

Не начинайте с текста. Начните с понимания рынка.

«Представь, что ты владелец небольшой клиники. Тебе каждый день пишут пациенты, администраторы не успевают отвечать, часть заявок теряется. Какие пять раздражающих ситуаций ты переживаешь чаще всего? Какие решения тебе уже предлагали и почему ты им не веришь? Что должно быть в предложении, чтобы ты согласился на тест?»

После такого ответа реклама пишется легче. Потому что вы уже не стреляете в темноту.

Можно пойти дальше:

«Теперь на основе этих болей составь оффер на услугу настройки ИИ-ответов для клиники. Сделай его конкретным: срок внедрения, что входит, какой результат клиент увидит, какие риски снимаем, что будет на первом созвоне».

Так вы строите не текст, а предложение.

А деньги платят не за текст. Деньги платят за предложение, которое попадает в боль.

Промпты для контента тоже должны быть не декоратив-

ными, а рабочими.

Большинство контента в интернете никому не нужно. Он существует только потому, что кто-то решил «надо вести блог». ИИ может умножить эту проблему в тысячу раз. Человек раньше писал один скучный пост в неделю, теперь может делать десять скучных постов в день. Это не прогресс. Это шум.

Если хотите использовать DeepSeek для контента, задавайте ему не тему, а задачу внимания.

Плохо: «Напиши пост про продуктивность».

Лучше: «Напиши пост для владельца маленького бизнеса, который каждый день занят, но вечером не может назвать ни одного важного завершённого дела. Начни с узнаваемой сцены. Объясни, почему проблема не в лени, а в отсутствии системы отбора задач. Дай один простой прием на завтра. Без мотивационного тона».

Здесь есть человек, ситуация, мысль, действие.

Еще лучше, если вы просите несколько углов.

«Дай 10 углов для поста о том, как предпринимателю использовать ИИ без хаоса. Каждый угол должен начинаться с конкретной проблемы: переписка, счета, повторяющиеся вопросы, контент, встречи, отчеты, поиск идей. Не повторяй общий смысл».

Углы важнее готового текста. Хороший угол можно превратить в пост, письмо, видео, вебинар, лендинг. Слабый угол убьет даже красивый текст.

Для видео промпт должен учитывать удержание внимания.

Не просите просто сценарий. Просите структуру.

«Создай сценарий короткого видео на 60 секунд для предпринимателей о том, как ИИ помогает перестать терять заявки. Структура: первая фраза цепляет боль, затем короткая сцена, затем ошибка, которую делают многие, затем простое решение, затем призыв написать слово “заявки”. Тон разговорный, без обещаний легких денег».

Вот это можно отдавать в работу.

Для писем используйте другую логику. Письмо должно пройти через усталого человека. У него нет времени восхищаться вашим стилем. Он скользит глазами. Если первая строка пустая, он ушел.

Запрос для письма:

«Напиши короткое холодное письмо владельцу онлайн-школы. Цель - предложить аудит повторяющихся вопросов учеников и показать, как ИИ может разгрузить кураторов. Письмо не длиннее 120 слов. Первый абзац должен показать проблему без вступлений. Не используй “мы предлагаем”, “уникальное решение”, “инновационный”. В конце один простой вопрос для ответа».

Такие ограничения спасают текст от рекламной пены.

Для продаж полезно просить не один вариант, а несколько уровней смелости.

«Напиши три версии оффера: осторожную, уверенную и

дерзкую. Все три для одной услуги - настройка ИИ-системы ответов клиентам в интернет-магазине. Покажи разницу в тоне, но не используй агрессию и пустые обещания».

Это помогает понять, где ваш голос. Иногда осторожный вариант слишком слабый. Иногда дерзкий звучит дешево. Между ними находится рабочая сила.

DeepSeek хорош и для проверки текста. Не только для создания.

После того как вы написали страницу, письмо или объявление, попросите его сыграть жесткого редактора.

«Разбери этот текст как редактор, который отвечает за продажи. Найди места, где текст звучит общо, где нет конкретики, где читатель может не поверить, где слишком много обещаний. Не переписывай сразу. Сначала дай список проблем с объяснением».

Потом:

«Теперь перепиши текст, исправив только эти проблемы. Сохрани мой разговорный тон. Не делай текст слишком гладким».

Очень полезная связка. Сначала диагноз, потом лечение.

Если сразу просить переписать, ИИ иногда уничтожает живой голос. Он делает текст правильным, но стерильным. Поэтому лучше управлять этапами.

Сначала анализ. Потом правка. Потом сокращение. Потом варианты заголовка. Потом финальная сборка.

Это похоже на производство, а не на случайное вдохнове-

ние.

Для цифровых продуктов используйте промпты, которые заставляют думать о покупателе и результате.

«Придумай структуру мини-продукта для владельцев маленьких кофеен, которые хотят делать регулярные посты без SMM-специалиста. Продукт должен быть простым: шаблоны, инструкции, примеры. Покупатель должен получить первый результат за один вечер. Дай название, обещание, состав продукта, цену, план создания за 5 дней и текст для первой продажи».

В этом запросе уже есть бизнес. Не полный, но первый чертеж.

Дальше можно развивать:

«Составь 30 шаблонов постов для кофеен. Каждый шаблон должен включать тему, короткую структуру, пример первой фразы и идею фотографии. Не используй банальные темы вроде “доброе утро с кофе”, если нет нового угла».

Потом:

«Сделай лендинг для этого продукта. Тон - как от человека, который сам устал от бессмысленного контент-плана и предлагает простую рабочую систему».

Потом:

«Напиши 7 писем для продажи этого продукта по базе владельцев кофеен. Письма короткие, каждое с одной мыслью».

Так за один вечер можно собрать основу продукта, кото-

рый раньше человек откладывал бы месяцами.

Но тут нужно сказать честно. ИИ не освобождает вас от проверки.

Он может придумать услугу, но вы должны понять, купят ли ее. Он может написать текст, но вы должны отправить его реальным людям. Он может предложить цену, но рынок быстро покажет, прав он или нет. Он может сделать сценарий, но камера и монтаж все равно потребуют вкуса.

Опасность ИИ в том, что он дает ощущение выполненной работы до того, как вы сделали настоящую работу.

Вы получили план - и уже будто построили бизнес. Получили список идей - и будто нашли нишу. Получили текст лендинга - и будто продали продукт.

Нет.

Настоящая работа начинается после красивого ответа.

Нужно отправить письмо. Позвонить клиенту. Выложить пост. Собрать оплату. Получить отказ. Изменить оффер. Еще раз написать. Еще раз проверить.

DeepSeek ускоряет путь, но не отменяет трение.

Хороший промпт для проверки рынка:

«Составь план проверки спроса на услугу [описание услуги] за 7 дней без бюджета. Укажи, кому написать, что предложить, какой минимальный результат считать подтверждением спроса, какие вопросы задать после отказа, как изменить оффер по итогам ответов».

Вот такие запросы ближе к деньгам, чем просьба «дай

прибыльную идею».

Потому что прибыльная идея - это не идея, которая красиво звучит. Это идея, за которую кто-то платит.

Отдельно поговорим о роли.

Релевые промпты часто высмеивают, потому что люди пишут: «Действуй как гениальный миллиардер». И ждут чуда. Это смешно. Но сама идея роли полезна, если роль конкретная.

Плохо: «Действуй как лучший маркетолог мира».

Лучше: «Действуй как редактор лендингов для B2B-услуг. Твоя задача - убрать общие обещания, усилить конкретику, сделать первый экран понятным за 5 секунд».

Плохо: «Действуй как бизнес-гуру».

Лучше: «Действуй как консультант для фрилансера, который хочет поднять чек с 50 до 300 долларов за проект. Оцени текущий оффер и предложи, как упаковать услугу в более дорогой пакет».

Роль должна добавлять рамку принятия решений. Иначе это карнавал.

Еще один сильный прием - попросить DeepSeek спорить с вами.

Люди любят, когда ИИ подтверждает их идеи. Это приятно и бесполезно. Если вы хотите заработать, просите критику.

«Я хочу продавать [продукт] аудитории [аудитория]. Разбери идею скептически. Почему это могут не купить? Какие

есть слабые места? Что в оффере звучит неправдоподобно? Какие три изменения повысили бы шанс продажи?»

Такой запрос может сэкономить недели.

Потому что иногда проблема не в тексте, не в дизайне и не в рекламе. Проблема в том, что предложение никому не нужно в таком виде.

Пусть машина покажет это раньше, чем рынок покажет большее.

С этого места начинается взрослая работа. Не надо собирать тысячи промптов ради коллекции. Возьмите десять задач, которые могут привести к деньгам: оффер, письмо, пост, сценарий, анализ ниши, проверка возражений, структура продукта, план первой продажи, разбор конкурентов, улучшение текста. Для каждой сделайте один сильный шаблон и проверьте его на реальном деле.

Если ответ не ведет к действию в ближайшие сутки, запрос слабый. Добавьте в конец простую команду: «Заверши тремя шагами, которые можно сделать сегодня без бюджета». Потом сделайте хотя бы один шаг.

ИИ-эпоха наградит не тех, кто знает больше красивых формул. Она наградит тех, кто быстрее превращает ответы в письма, продукты, звонки, проверки и продажи.

Пустое поле ввода - это не проблема. Это станок. Вопрос только в том, что вы принесете к станку: туман или чертеж.

Промпт как рычаг для денег

Когда человек впервые открывает сильную нейросеть, он обычно делает одну и ту же ошибку. Он садится перед пустым окном, пишет что-то вроде: «придумай мне бизнес» или «напиши пост», получает в ответ ровный, скучный текст и разочарованно закрывает вкладку. Через пять минут он уже говорит друзьям, что всё это шум, игрушка, очередная мода для тех, кто любит красивые слова.

Я понимаю эту реакцию. Я сам видел десятки людей, которые пробовали нейросеть ровно так. Они обращались к ней как к поисковику, как к секретарю на испытательном сроке, как к автомату с газировкой: кинул монету, нажал кнопку, получил банку. Но ИИ работает иначе. Он не угадывает за тебя, кем ты хочешь стать, что продаёшь, кому пишешь, почему это должно быть кому-то нужно и какой результат должен получиться в конце.

Промпт решает эту проблему.

Не красивое слово. Не модный термин. Обычная рабочая команда, только составленная не на бегу, а с головой. Промпт сообщает машине, чего ты хочешь, в каком контексте, для какого человека, с какой целью и в каком виде. И вот тут начинается разница между человеком, который «поигрался с ИИ», и человеком, который использует его как инструмент для заработка.

Представь двух владельцев маленького бизнеса. У обоих есть одинаковый доступ к нейросети. Первый пишет: «Сделай рекламу для моего курса». Второй пишет: «Составь три варианта рекламного текста для курса по домашней бухгалтерии для женщин 35-50 лет, которые устали жить от зарплаты до зарплаты. Тон спокойный, без крика и обещаний лёгких денег. Цель текста: записать человека на бесплатный урок. Каждый вариант начни с боли, потом покажи простое решение, потом дай короткий призыв оставить email».

У них одинаковый инструмент, но разный результат.

Первый получит что-то среднее, годное только для мусорной корзины. Второй получит материал, с которым уже можно работать. Не потому что ИИ его любит больше. Просто второй человек дал машине опору. Он не просил «что-нибудь». Он описал задачу так, как нормальный руководитель ставит задачу сотруднику.

Вот почему промпты связаны с деньгами. Не потому что текст команды сам по себе продаётся. Хотя и это бывает. А потому что хорошая команда сокращает путь от идеи до результата. Быстрее появляется рекламный текст. Быстрее собирается сценарий. Быстрее проверяется ниша. Быстрее создаётся продукт. В бизнесе скорость не гарантирует победу, но медлительность почти всегда стоит денег.

Самое неприятное в ИИ для новичка в том, что он сразу показывает уровень мышления человека. Если у тебя в голове туман, на экране тоже будет туман. Если ты не знаешь,

кому продаёшь, ИИ не спасёт. Если ты сам не понимаешь, что хочешь получить, он не превратит это в точную стратегию. Нейросеть усиливает то, что ты ей даёшь. Даёшь слабую мысль, получаешь слабый результат. Даёшь ясную задачу, получаешь основу для действия.

Поэтому в этой главе речь не о магических фразах. Я не буду делать вид, что есть десять секретных слов, после которых деньги сами побегут на карту. Таких слов нет. Есть другой навык: научиться разговаривать с ИИ так, чтобы он работал на конкретную цель.

Начать нужно с простой вещи. Любой хороший промпт отвечает на пять вопросов.

Что нужно сделать? Для кого? Зачем? В каком формате? Какие ограничения учитывать?

Если хотя бы два вопроса выпали, результат часто становится рыхлым. Например, «напиши статью про ИИ» ничего не говорит о читателе. Для школьника? Для владельца кофейни? Для юриста? Для человека, который хочет заработать первые сто долларов? Тема одна, тексты разные. «Сделай план бизнеса» тоже пустая просьба. Бизнес на чём? В каком городе? С каким бюджетом? Сколько времени у человека есть в неделю? Он один или с партнёром?

ИИ не обязан догадываться. И не надо на него злиться за то, что он не прочитал твои мысли.

Первый элемент промпта: намерение. Ты должен назвать действие. Не «помоги с маркетингом», а «составь рекламное

объявление». Не «подскажи про блог», а «придумай 20 тем для блога и расставь их по степени коммерческого потенциала». Не «что делать с клиентами», а «напиши письмо для повторной продажи людям, которые купили первый продукт и не открывали рассылку две недели».

Намерение делает команду твёрдой. Машина понимает, какую работу выполнять.

Второй элемент: контекст. Без него ИИ пишет по среднему рынку. А средний рынок почти всегда скучный. Контекст отвечает на вопрос: что происходит на самом деле? Кто ты? Кто клиент? Что уже есть? Чего нет? Какие боли у аудитории? Почему человек должен заинтересоваться?

Допустим, ты продаёшь консультации по английскому языку. Можно попросить: «Напиши объявление для уроков английского». В ответ выйдет стандартная реклама: «Выучите английский быстро и эффективно». Таких объявлений тысячи. Но можно написать иначе: «Я преподаватель английского для взрослых, которые много раз начинали учить язык и бросали через месяц. Мне нужен текст для короткого объявления в Instagram. Нужно показать, что занятия не будут похожи на школьный урок, без стыда за ошибки и без зубрёжки. Цель: получить заявки на пробное занятие».

Это уже рабочий материал.

Третий элемент: формат. Люди часто забывают о нём, а потом жалуются, что ответ неудобный. Нужен список? Сценарий? Таблица? План на неделю? Письмо? Диалог продаж?

Структура лендинга? Один экран текста? Десять вариантов заголовков? Если формат не задан, ИИ выберет его сам. Иногда удачно, чаще нет.

Формат особенно важен, когда ты работаешь не для себя, а для клиента. Клиент не платит за «интересные мысли». Он платит за результат, который можно взять и применить. Поэтому проси вывод в таком виде, в каком его удобно использовать: блоки для лендинга, темы для контент-плана, письмо с темой и основным текстом, сценарий ролика с ремарками для кадра.

Четвёртый элемент: детали. Тут многие перегибают. Они думают, что хороший промпт обязан быть огромным, как договор аренды. Нет. Подробности нужны только те, которые влияют на результат. Возраст аудитории, цена продукта, уровень доверия, главная боль, платформа, длина текста, тон, запрет на обещания, нужный призыв. Всё остальное можно не тащить.

Пятый элемент: ограничения. Они спасают от мусора. «Без громких обещаний». «Не использовать слова про лёгкие деньги». «Не писать как рекламный баннер». «Без сложных терминов». «Не больше 1200 знаков». «Сначала дай три идеи, потом выбери лучшую и объясни почему». Ограничения сужают коридор. А в узком коридоре часто появляется более точный результат.

Вот простая формула, которой можно пользоваться каждый день.

Сделай вот что, для такой аудитории, в такой ситуации, с такой целью, в таком формате, с такими ограничениями.

Звучит почти слишком просто. Но на практике именно эта формула отличает нормальную работу от случайной болтовни.

Давай разберём на живом примере. У тебя есть идея сделать цифровой продукт: набор шаблонов для самозанятых, чтобы они считали доходы, расходы и налоги. Плохой промпт: «Придумай продукт для самозанятых». Лучше: «Придумай структуру цифрового продукта для самозанятых в России, которые зарабатывают от 50 до 200 тысяч рублей в месяц и плохо ведут учёт. Продукт должен быть простым, без бухгалтерского языка. Формат: название продукта, состав, главная выгода, кому подойдёт, цена, три идеи для продвижения. Не обещай экономию налогов незаконными способами».

После такого запроса ты уже получишь не облако слов, а заготовку продукта.

Потом можно идти глубже. «Раскрой первый шаблон». «Напиши текст страницы продажи». «Составь письмо для холодной аудитории». «Придумай бесплатный лид-магнит». «Сделай сценарий короткого видео». Один большой бизнес редко рождается из одного запроса. Он собирается цепочкой. Хорошая работа с ИИ похожа не на выстрел, а на разговор, где каждый следующий вопрос уточняет предыдущий ответ.

Новички часто пытаются получить всё сразу. «Сделай мне бизнес, сайт, рекламу, продукт и план заработка». ИИ, конечно, что-то выдаст. Но это будет слишком широко. Там не будет плотности. Лучше идти шагами. Сначала ниша. Потом аудитория. Потом боль. Потом продукт. Потом предложение. Потом упаковка. Потом тексты. Потом каналы продаж. Потом улучшения.

Так работает нормальное мышление. ИИ не отменяет порядок. Он просто ускоряет каждый этап.

Есть ещё один приём, который сильно повышает качество ответа: роль. Только не надо писать нелепое «будь гением маркетинга мирового уровня» и ждать чуда. Роль полезна, когда она задаёт рамку мышления. «Действуй как редактор коммерческих текстов». «Действуй как консультант по запуску маленьких онлайн-продуктов». «Действуй как строгий покупатель, который не верит рекламе». «Действуй как владелец малого бизнеса, который считает каждую тысячу рублей».

Роль помогает получить другой угол зрения. Особенно полезна роль критика. Люди любят просить ИИ создавать. Но ещё полезнее просить его ломать слабые места. Например: «Проверь эту идею продукта как скептический покупатель. Найди пять причин, почему человек не купит. Потом предложи, как исправить каждую причину». Такой запрос часто стоит дороже десяти красивых идей.

Деньги обычно лежат не в вдохновении, а в исправленных

слабых местах.

Допустим, ты сделал лендинг. Тебе кажется, что всё хорошо. ИИ может стать первым неприятным читателем. Попроси его: «Прочитай этот текст как человек, который видит меня впервые и не доверяет мне. Где я звучу голословно? Где не хватает доказательств? Где слишком много общих слов? Что убрать, чтобы текст стал убедительнее?»

Ответ может задеть самолюбие. Отлично. Значит, инструмент начал работать.

Промпт для денег не обязан быть длинным. Он обязан быть точным. Иногда точный короткий запрос сильнее страницы объяснений. «Дай 15 причин, почему занятый предприниматель не купит услугу ведения соцсетей за 60 тысяч рублей в месяц». Или: «Перепиши это объявление так, чтобы оно звучало не как обещание чуда, а как спокойное деловое предложение». Или: «Составь список возражений клиента перед покупкой курса за 19 900 рублей и ответь на каждое без давления».

Такие промпты двигают бизнес, потому что они работают с реальными барьерами.

Есть отдельная категория промптов для создания контента. Тут источник часто обещает вирусность, быстрые просмотры, сильные заголовки. Да, ИИ может помогать с этим. Но не надо путать шум с доходом. Заголовок, который собрал лайки, ещё не построил бизнес. Контент нужен не ради контента. Он должен подводить человека к доверию, покупке.

ке, подписке, заявке, разговору.

Поэтому в промпте для контента всегда держи цель. Не «дай темы для роликов», а «дай 30 тем для коротких роликов, которые привлекут владельцев маленьких интернет-магазинов и подведут их к услуге настройки чат-бота». Не «напиши пост про продуктивность», а «напиши пост для фрилансеров, которые устали срывать сроки, и мягко подведи к покупке шаблона планирования».

Цель меняет всё.

Если цель не задана, ИИ создаёт информационный текст. Он может быть полезным, но не продавать. А если цель задана грубо, текст становится навязчивым. Нужен баланс. Хороший коммерческий текст не хватает человека за рукав. Он показывает проблему так, что человек узнаёт себя, потом даёт ясный следующий шаг.

Вот пример плохого запроса: «Напиши продающий пост, чтобы все купили мой курс». В таком запросе уже заложен плохой вкус. Лучше так: «Напиши пост для людей, которые хотят начать фриланс, но боятся, что у них нет опыта. Цель: показать, что первый заказ можно получить через маленькую услугу, а не через идеальное портфолио. В конце предложи бесплатный чек-лист. Тон спокойный, без давления».

Это уже похоже на нормальный разговор с человеком.

Теперь про промпты для услуг. Если ты фрилансер, нейросеть может дать тебе не только тексты для клиентов, но и саму систему продажи. Можно попросить её составить па-

кет услуг, объяснить ценность, подготовить письмо для потенциального клиента, сделать вопросы для брифа, написать план работы на месяц, собрать отчёт о результатах.

Например: «Я предлагаю малому бизнесу услугу: настройка простого AI-помощника для ответов на частые вопросы клиентов. Составь три пакета услуг: базовый, стандартный, расширенный. Для каждого укажи, что входит, кому подходит, какой результат получает клиент и как объяснить цену без технических терминов».

Такой промпт может помочь человеку, который умеет делать работу, но не умеет её упаковать. А упаковка часто решает, получишь ты 5 тысяч или 50 тысяч.

Ещё один сильный ход: просить ИИ сначала задавать вопросы. Не спеши получать ответ. Напиши: «Прежде чем предложить стратегию, задай мне 10 вопросов о продукте, аудитории, цене и каналах продаж». Это простой способ не строить дом на песке. Нейросеть вынудит тебя прояснить то, что ты сам обходил стороной.

Я часто вижу, как люди хотят сразу перейти к красивой части: название, логотип, слоган, сайт. А базовые вопросы не решены. Кто покупает? Почему сейчас? Чем ты отличаешься? Что мешает купить? Как клиент поймёт, что получил результат? Где ты его найдёшь? Сколько стоит привлечение? Если эти вопросы пустые, красивый сайт не спасёт.

Промпт может быть зеркалом. Неприятным, но полезным. Для цифровых продуктов хорошая цепочка выглядит так.

Сначала запрос на выбор ниши. Потом запрос на боль аудитории. Потом проверка готовности платить. Потом структура продукта. Потом позиционирование. Потом страница продаж. Потом письма и посты. Потом вопросы для улучшения. Потом анализ возражений.

Например:

«Предложи 10 ниш для цифрового продукта, который можно сделать за 7 дней без команды. Условия: аудитория должна уже покупать решения, продукт должен стоить от 990 до 4990 рублей, продвижение возможно через короткие видео и Telegram».

Затем:

«Выбери три самые сильные ниши из списка. Для каждой опиши боль аудитории, срочность проблемы, готовность платить и простой первый продукт».

Затем:

«Для ниши номер два составь структуру продукта на 5 модулей, чтобы человек получил результат за один вечер».

Так ты двигаешься не фантазией, а проверкой. ИИ помогает думать, но не заменяет ответственность. Ты всё равно выбираешь, тестируешь, смотришь на рынок, разговариваешь с людьми.

Есть промпты для анализа конкурентов. Только не надо использовать их для воровства. Смысл не в том, чтобы списать чужой продукт. Смысл в том, чтобы понять рынок. «Проанализируй пять типичных предложений в нише он-

лайн-курсов по финансовой грамотности. Найди общие обещания, слабые места, незакрытые боли аудитории и варианты позиционирования, которые звучат свежее». Такой запрос помогает увидеть, где все говорят одно и то же.

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.