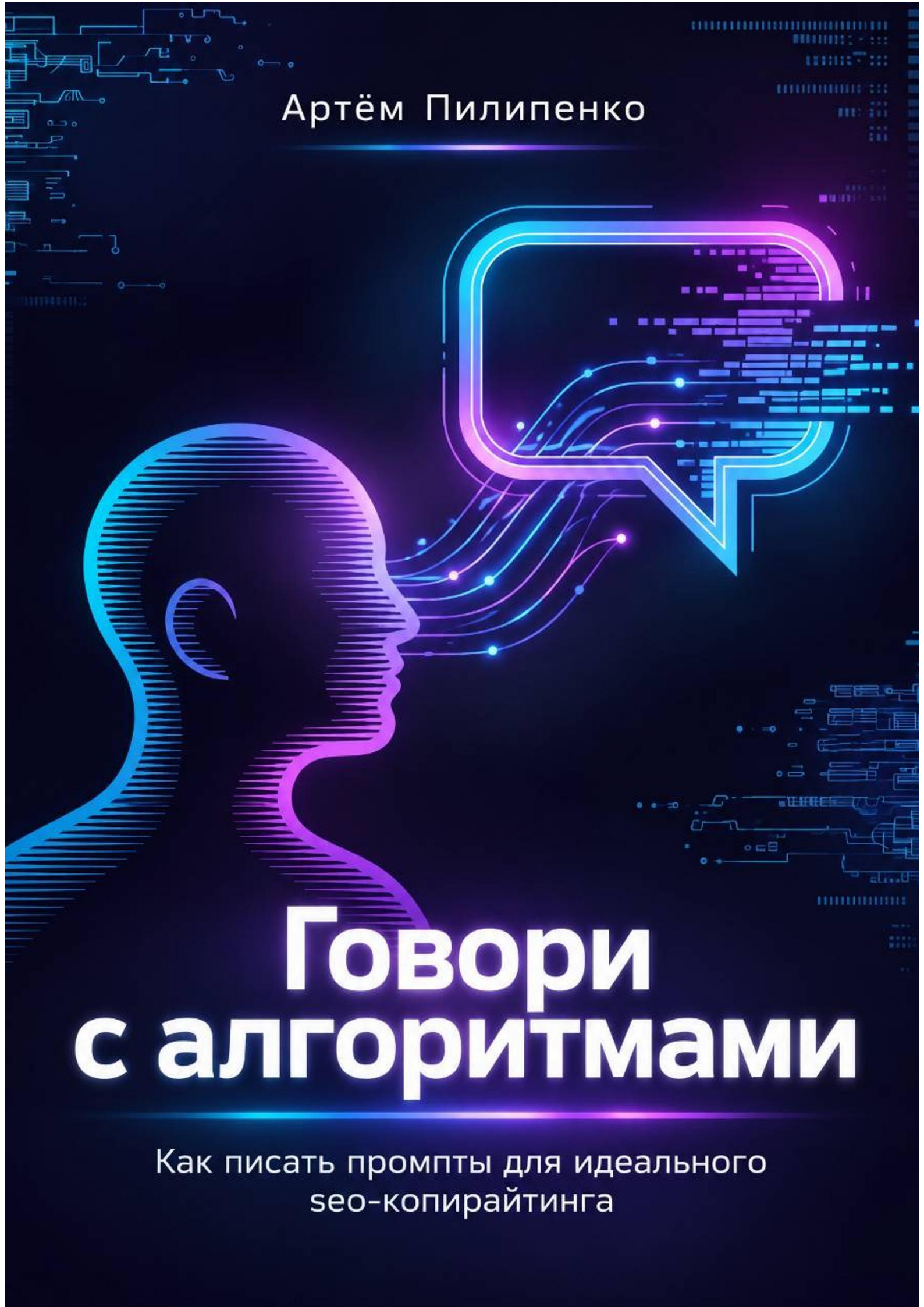


The background of the cover is a dark blue gradient. On the left, there is a stylized profile of a human head facing right, composed of horizontal lines. From the mouth area, several glowing blue and purple lines curve upwards and to the right, connecting to a large, glowing speech bubble. The speech bubble is outlined in a thick, multi-colored line (blue, purple, pink) and contains a complex pattern of digital data, including binary code and circuit-like structures. The overall aesthetic is futuristic and tech-oriented.

Артём Пилипенко

# Говори с алгоритмами

Как писать промпты для идеального  
seo-копирайтинга

Артём Пилипенко

**Говори с алгоритмами,  
как писать промпты для  
идеального Seo-копирайтинга**

«Автор»

2026

## **Пилипенко А.**

Говори с алгоритмами, как писать промпты для идеального Seo-копирайтинга / А. Пилипенко — «Автор», 2026

Как заставить искусственный интеллект работать на ваш бизнес? Эпоха слепого SEO-копирайтинга с бездушным заполнением ключевых слов ушла в прошлое. Современные поисковые роботы оценивают не плотность фраз, а реальную пользу и контекст. Эта книга — практическое руководство по созданию идеальных промптов для нейросетей. Вы узнаете анатомию эффективного запроса, научитесь выстраивать глубокие семантические связи и говорить с алгоритмами на одном языке. Автор, прошедший путь в SEO от формул из учебников 2000-х до работы с современным ИИ, делится проверенными техниками создания качественного контента. Пишите промпты, которые приносят трафик и продажи!

© Пилипенко А., 2026

© Автор, 2026

# Содержание

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Глава 1: Промты: новый язык цифрового маркетинга                               | 5  |
| Глава 2. Анатомия идеального промта для ИИ                                     | 11 |
| Глава 3. Ролевой промт                                                         | 16 |
| Глава 4. Искусство настройки стиля: как заставить ИИ говорить<br>нужным языком | 24 |
| Конец ознакомительного фрагмента.                                              | 30 |

# Говори с алгоритмами, как писать промпты для идеального Seo-копирайтинга

## Глава 1: Промты: новый язык цифрового маркетинга

Эволюция SEO: от ключевых слов к пользовательскому опыту

Когда я начинал свой путь в SEO в середине 2000-х, наша работа напоминала формулы из учебника математики: определённый процент ключевых слов в тексте, мета-теги с точными вхождениями ключевиков, обязательные ключевики в заголовках H1-H3. Помню, как мы буквально считали плотность ключевых слов, стремясь достичь идеального значения.

Такая механическая оптимизация приносила результаты. Но время кардинально изменило правила игры. Сегодня те же методы не просто неэффективны — они вредны для вашего сайта.

Поисковики совершили значительный переход от распознавания отдельных слов к пониманию сложных семантических связей. Регулярно выходят обновления, которые трансформируют поисковые алгоритмы в системы, понимающие контекст и намерения пользователя.

Что это означает для вашего бизнеса? Поисковые системы теперь "читают" ваш контент почти так же, как это делают люди. Они оценивают:

Насколько полно раскрыта тема;

Как структурирована информация;

Отвечает ли текст на вопросы пользователей;

Соответствует ли содержание поисковым намерениям.

Вместо манипуляций с ключевыми словами, современное SEO требует создания материалов, которые действительно решают проблемы вашей аудитории.

Почему контент стал центром SEO-стратегии

В 2018 году Google официально представил концепцию E-A-T (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness), а в 2022 году расширил её до E-E-A-T, добавив компонент Experience (Опыт). Это фундаментально изменило подход к оценке качества контента.

Почему Google так сосредоточился на этих аспектах? Причина проста: борьба с недостоверной информацией и стремление предоставлять пользователям максимально полезные результаты. Особенно это касается тем, влияющих на благополучие людей — финансы, здоровье, юридические вопросы и другие.

Для бизнеса это означает, что успешная SEO-стратегия теперь должна строиться вокруг демонстрации вашей экспертности:

Опыт. Контент должен отражать реальный практический опыт работы с продуктом, услугой или темой.

Экспертность. Материалы должны создаваться людьми с подтверждёнными знаниями и навыками в данной области.

Авторитетность. Сайт должен восприниматься как надёжный источник в вашей нише.

Достоверность. Информация должна быть точной, актуальной и проверяемой.

Как алгоритмы оценивают качество контента

Современные алгоритмы поисковых систем стали настоящими детективами. Они используют продвинутое машинное обучение для определения качества контента:

1. Анализ поведенческих сигналов. Учитывается, как пользователи взаимодействуют с вашими страницами? Показатели отказов, время на сайте, глубина просмотра — всё это сигнализирует поисковикам о полезности контента.

2. Семантический анализ. Алгоритмы оценивают смысловую глубину материала, выявляя связи между понятиями и определяя, насколько полно раскрыта тема.

3. Оценка соответствия намерениям пользователя. Контент анализируется на предмет того, отвечает ли он на запрос пользователя и удовлетворяет ли его информационную потребность.

4. Проверка технических аспектов пользовательского опыта. Скорость загрузки, адаптивность для мобильных устройств, структурированные данные — всё это влияет на восприятие качества вашего сайта.

Современный подход к ключевым словам

Ключевые слова не исчезли из SEO, но их роль кардинально изменилась. Вместо механического насыщения текста фразами, современный подход фокусируется на понимании поисковых намерений пользователей.

Типы поисковых намерений:

Информационные. Пользователь ищет ответ на вопрос или информацию по теме.

Навигационные. Пользователь хочет попасть на конкретный сайт или страницу.

Коммерческие. Пользователь исследует продукты перед покупкой.

Транзакционные. Пользователь готов совершить действие (покупку, регистрацию).

Секрет эффективной SEO-стратегии кроется в понимании: какие намерения стоят за ключевыми словами в вашей нише. Только тогда вы сможете создавать контент, который отвечает именно этим потребностям.

Если подвести краткий итог, то можно сказать, что сейчас SEO требует стратегического мышления и комплексного подхода. Вместо фокуса на отдельных тактиках, успешная оптимизация строится на трёх основных принципах:

1. Ценность для пользователя превыше всего. Создавайте контент, который действительно решает проблемы вашей аудитории.

2. Демонстрация экспертности. Показывайте свои знания, опыт и авторитет в нише через качественный, проработанный контент.

3. Безупречный пользовательский опыт. Обеспечьте техническое совершенство вашего сайта, чтобы ничто не мешало взаимодействию пользователей с вашим контентом.

Следуя этим принципам, вы не просто адаптируетесь к текущим алгоритмам, но и создаёте фундамент для долгосрочного успеха в органическом поиске, независимо от будущих изменений в алгоритмах.



Искусственный интеллект превратился из научной фантастики в повседневный инструмент, который смог изменить подход к SEO-оптимизации. Если раньше создание качественного контента требовало привлечения целой команды специалистов, то сейчас многие задачи можно решить с помощью грамотно составленных промптов — инструкций для нейросетей.

Представьте: вместо того чтобы тратить несколько часов на написание одной статьи, вы формулируете чёткий запрос для ИИ и получаете основу текста за считанные минуты. Здесь прослеживается не просто экономия времени — это качественный скачок в производительности, который позволяет малому бизнесу создавать достойную конкуренцию в производстве контента своим более крупным братьям.

Но не стоит спешить увольнять всю команду, занимающуюся контентом или наоборот искать множество людей, которые будут делать качественные оптимизированные статьи. В настоящее время достаточно освоить такую профессию, как промт-инженер, специалист по формулированию запросов к ИИ, которые дают максимально полезный результат. Вы можете сделать это самостоятельно или поручить рассматриваемую задачу кому-то из вашей команды. Результат того стоит. И в этой книге мы подробно рассмотрим все шаги, которые нужно сделать чтобы пользоваться текстовыми нейросетями для seo-оптимизации, как минимум на уровне выше среднего.

Как промпты меняют создание seo-контента: три главных момента

### Персонализация и экспертность: промпты как инструмент уникальности

Парадоксально, но массовое внедрение ИИ привело не к унификации контента, а к возможности его серьёзной персонализации. Секрет в том, как вы формулируете свои запросы.

Как пример можно взять интернет-магазин органической косметики, где существует следующая проблема: весь контент в нише звучит одинаково. Решение заключается в специфическом форматировании промптов — необходимо включить в них уникальный тон голоса бренда, его ценности и специфические знания о составе продуктов. Результат будет следующим: тексты станут выделяться на фоне конкурентов, а это отразится на органическом трафике — рост может быть на десятки процентов за несколько месяцев.

Ключевой навык здесь — умение "говорить" с ИИ на языке вашего бизнеса. Не просите нейросеть "написать статью о преимуществах органической косметики". Вместо этого укажите конкретные ингредиенты, исследования, уникальный опыт клиентов, историю бренда. Чем больше специфики вы внесёте в промт, тем более экспертным будет результат.

Когда каждый использует ИИ, конкурентное преимущество получает тот, кто лучше формулирует задачи для этого инструмента. Промты — это новый способ передачи вашей экспертности в итоговый контент. Более подробно, тонкости специфики составления таких запросов для нейросетей, мы будем рассматривать в других разделах, а пока перейдём к следующему важному моменту.

### Скорость создания контента: как промпты меняют темп SEO-гонки

Сейчас поисковые алгоритмы всё больше ценят свежесть и актуальность контента. Особенно это заметно в новостных нишах и сферах с быстро меняющимися трендами. Здесь промпты становятся настоящим секретным заклинанием.

Например, если появляется какая-либо новая уникальная информация в вашей нише, то буквально за несколько часов вы сможете опубликовать подробный аналитический материал по необходимой теме. Для этого потребуется система заранее подготовленных промтов, которые позволят быстро собрать и структурировать информацию, создать экспертный материал.

И если конкурентам без таких знаний нужно потратить на аналогичные материалы в среднем 4-7 дней. То за это время вы уже сможете получить сотни, если не тысячи целевых посетителей, что значительно укрепит ваши позиции в поиске.

Для внедрения такого подхода создайте библиотеку промтов под различные сценарии: для новостных поводов, для сезонного контента, для реакции на изменения в вашей отрасли. Эта "база знаний" позволит вам реагировать на события со скоростью, недоступной при обычном подходе к созданию контента. Ну и теперь перейдём к третьему ключевому моменту.

### Масштабирование без потери качества: промпты как инструмент роста

Возможность создавать большие объёмы контента, сохраняя при этом его высокое качество. Для малого и среднего бизнеса это особенно важно: ведь здесь обычно есть некоторое ограничение в ресурсах, но необходимо конкурировать с компаниями, у которых есть целые отделы, занимающиеся контент-маркетингом.

Например, нужно работать с онлайн-школой, которая хочет расширить свой блог. Обычно такой подход требует найма нескольких авторов и редакторов, что бывает выходит за рамки бюджета. Тут следует разработать систему промтов, которая позволит небольшой команде из двух или даже одного человека создавать 40-50 качественных материалов в месяц.

Секрет заключался в многоступенчатом подходе: сначала ИИ используется для исследования ключевых слов и создания структуры статей, затем — для написания черновиков, и наконец — для улучшения готовых текстов. Каждый этап требует специально разработанных промтов.

Обычно полученные результаты впечатляют даже скептиков. За несколько месяцев трафик может вырасти в более чем два раза, а стоимость привлечения одного посетителя заметно

снижается. При этом показатели вовлечённости (время на сайте, глубина просмотра) будут на том же уровне или даже выше.

Для вашего бизнеса это означает возможность охватить больше ключевых слов, создать больше посадочных страниц и информационных материалов без пропорционального увеличения затрат.

Баланс между ИИ-контентом и человеческим творчеством

Алгоритмы ИИ обучаются на существующем контенте и воспроизводят определённые шаблоны, которые доказали свою эффективность. Проблема возникает, когда бизнесы начинают слепо полагаться на эти технологии без внесения человеческого элемента. Результат? Море однотипного контента, лишённого индивидуальности.

Когда множество компаний используют одни и те же ИИ-инструменты с похожими запросами, создаётся своеобразная эхо-камера. Контент начинает повторять сам себя. Пользователи, сталкиваясь с такой однородностью, быстро теряют интерес. Поисковые системы также адаптируются, например алгоритмы Google уже обучены распознавать и понижать в выдаче шаблонный, неоригинальный контент.

Для малого и среднего бизнеса это создаёт следующую ситуацию: инструмент, призванный снизить затраты и повысить эффективность, может привести к снижению видимости вашего бренда в цифровом пространстве.

Решение заключается не в отказе от искусственного интеллекта, а в его стратегическом применении. Используйте ИИ как отправную точку, но не как итоговый продукт. Эффективный подход требует добавления человеческого опыта, анализа и уникальной перспективы.

Например, поручите сотруднику, глубоко погружённому в специфику вашего бизнеса, дорабатывать тексты, созданные с помощью ИИ. Пусть он добавит реальные примеры из практики компании, включит отраслевые нюансы, которые могут быть неизвестны искусственному интеллекту. Такой гибридный подход позволит сохранить эффективность, не жертвуя уникальностью.

Эмоциональный интеллект как конкурентное преимущество

Несмотря на впечатляющий прогресс в области ИИ, существует граница, которую технологии пока не могут преодолеть — подлинное понимание и воспроизведение человеческих эмоций. В этом заключается ваше конкурентное преимущество как руководителя бизнеса или маркетолога.

Скрытая ценность эмоций

Нейросети могут анализировать тональность текста и имитировать эмоциональные обороты речи, но им недоступно истинное понимание радости от свершившегося удачного события, разочарование от неудачи или сложных нюансов профессиональной гордости. Такие эмоциональные аспекты формируют значимую связь между брендом и аудиторией.

Исследования показывают, что контент, вызывающий эмоциональный отклик, имеет на 70% больше шансов быть прочитанным до конца и в три раза чаще приводит к целевым действиям. Данный факт открывает стратегическое окно возможностей для бизнеса, стремящегося выделиться в эпоху ИИ.

Помните, что вместо того, чтобы просто публиковать технически правильные тексты, созданные искусственным интеллектом, обогащайте их элементами, связанными с реальным опытом клиентов. Попросите ваших контент-менеджеров добавлять истории успеха, описания преодоленных трудностей или неожиданных решений. Такие детали невозможно придумать искусственно — они рождаются из опыта и наблюдения.

Для маркетологов-практиков важно помнить: эмоциональный интеллект позволяет увидеть, когда аудитория нуждается в вдохновении, а когда — в практических решениях. ИИ может предложить структуру, но именно человеческое понимание контекста определяет, какой тон повествования выбрать для достижения максимального эффекта.



## Глава 2. Анатомия идеального промта для ИИ

Начинаем диалог с ИИ: подготовительный этап

Прежде чем отправить первый запрос ИИ-помощнику, важно чётко сформулировать для себя, чего вы хотите достичь. Представьте, что вы нанимаете нового сотрудника — вы же не просто говорите ему "работай", верно? Вы объясняете задачу, контекст, желаемый результат.

То же самое с ИИ. Мысленно ответьте на вопросы:

Какая конкретная задача стоит передо мной?

Какой результат я хочу получить?

Как я буду использовать полученный материал?

Этот предварительный анализ поможет вам структурировать запрос и избежать туманных формулировок, которые приведут к расплывчатым ответам.

Идём дальше...

Чёткое определение целевого действия

Каждый эффективный промт начинается с конкретного глагола действия. Это первый сигнал для ИИ о том, что именно от него требуется.

\*Проанализируй конкурентов на рынке доставки еды в Москве\*

\*Составь план продвижения нового мобильного приложения\*

\*Напиши описание продукта для лендинга онлайн-курса по йоге\*

Обратите внимание, как эти примеры сразу задают направление. "Проанализируй" предполагает исследование и выделение ключевых моментов, "составь" ориентирует на создание структурированного документа, а "напиши" нацеливает на создание связного текста.

Избегайте размытых инструкций типа "расскажи о" или "дай информацию по" — они слишком общие и не конкретизируют требуемое действие.

Помните: конкретный глагол — компас, который направляет ИИ по нужному вам маршруту с первых же секунд взаимодействия.

Указание формата результата

После того как вы определили действие, важно указать, в каком формате вы хотите получить ответ. Такой подход значительно повышает вероятность получения именно того типа контента, который вам нужен.

\*Составь таблицу с сезонностью ключевых запросов для магазина зимней одежды\*

\*Создай пошаговую инструкцию в виде нумерованного списка для настройки рекламной кампании в Google Ads\*

\*Разработай mind-мар для структуры сайта фитнес-центра\*

Форматы могут быть различными:

Статья или эссе — для подробного раскрытия темы;

Маркированный или нумерованный список — для пошаговых инструкций или перечисления элементов;

Таблица — для сравнительного анализа или представления данных;

Схема или план — для визуализации структуры или процесса;

И много, очень много других форматов. Выбирайте необходимый исходя из поставленной задачи.

Указывая формат, вы помогаете ИИ структурировать информацию оптимальным образом. Это особенно ценно, если в дальнейшем вы планируете с минимальной доработкой интегрировать полученный контент в веб-страницу.

Целевая аудитория

Определение целевой аудитории — фундамент, на котором строится вся коммуникация. Когда вы явно указываете, для кого создаётся контент, вы предоставляете ИИ необходимый контекст для подбора правильной тональности, уровня сложности и фокуса.

Например:

\*Напиши статью об покупке акций для начинающих инвесторов 25-35 лет, которые имеют базовое представление о финансовых рынках, но опасаются высоких рисков\*

Такой промт сразу ориентирует ИИ на создание контента, который будет:

Объяснять термины понятным языком, но без примитива;

Адресовать опасения о рисках;

Использовать релевантные примеры для данной возрастной группы.

Если у вас ещё нет чёткого портрета целевой аудитории, вы можете использовать тот же ИИ для его составления:

\*Помоги определить основные характеристики целевой аудитории для онлайн-школы английского языка, фокусирующейся на подготовке к международным экзаменам\*

Почему это так важно? Потому что одна и та же информация должна подаваться совершенно по-разному для разных аудиторий:

1. Различные боли и проблемы. То, что беспокоит опытного маркетолога (например, ROI и масштабируемость), может быть непонятно начинающему предпринимателю, которого больше волнует базовое привлечение клиентов.

2. Разный уровень погружения в тему. Специалистам нужны углубленные детали и технические нюансы, в то время как новичкам требуются простые объяснения и базовые концепции.

3. Отличающиеся цели. Инвестор ищет информацию для принятия финансовых решений, а журналист — для написания статьи, хотя тема может быть одной и той же.

Когда вы чётко обозначаете целевую аудиторию, вы направляете ИИ на создание контента, который действительно резонирует с вашими потенциальными клиентами, отвечает на их вопросы и решает их проблемы — именно то, что ценят современные поисковые алгоритмы.

Помните: чем точнее вы определите свою аудиторию в промте, тем более точным и эффективным будет сгенерированный контент — как для людей, так и для поисковых систем.

Выше мы рассмотрели три базовых элемента: определение действия, указание формата и описание целевой аудитории, которые формируют прочную основу любого эффективного промта. Они задают чёткие рамки для ИИ и значительно повышают шансы получить именно тот результат, который вам нужен.

Дальше рассмотрим другие компоненты идеального промта, помогающие ещё тоньше настраивать коммуникацию с искусственным интеллектом для создания SEO-оптимизированного контента, который будет работать и на поисковые системы, и на ваших клиентов.

Определение уровня экспертности

В работе с ИИ существует три основных уровня погружения:

Начальный уровень подходит, когда ваша аудитория только знакомится с темой. Здесь вы просите ИИ объяснять концепции простым языком, избегать специализированной терминологии или сразу же её расшифровывать. Пример промта:

\*Объясни принципы SEO-оптимизации человеку, который никогда с этим не сталкивался, используя понятные аналогии\*

Средний уровень обращён к аудитории, уже с базовым представлением о предмете. Здесь уместно использование профессиональной терминологии с небольшими уточнениями в случае необходимости. Пример:

\*Опиши стратегии контент-маркетинга для бизнеса в B2B-сфере, предполагая, что читатель знаком с основами цифрового маркетинга\*

Экспертный уровень предназначен для профессионалов отрасли. На этом уровне вы можете свободно использовать узкоспециализированную лексику без объяснений, погружаться в технические детали и сложные концепции. Например:

\*Проанализируй влияние последних изменений в алгоритме Google на стратегии технического SEO для многоязычных сайтов электронной коммерции\*

Чёткое указание уровня экспертности в промте избавит вас от необходимости дополнительных правок и поможет сразу получить контент, соответствующий ожиданиям вашей аудитории.

Каждая новая задача в промт-инжиниринге должна решаться с учётом множества составляющих. И иногда в промт может потребоваться действительно вписать определение уровня экспертности. Но, в ряде задач, особенно, когда грамотно прописан ролевой промт и тон текста (о них мы поговорим позже) дополнительное определение уровня экспертности может быть избыточным.

Поскольку говорим о seo. Несколько важных страниц о ключевых словах и фразах

Сайт не может пробиться в первые строчки поисковой выдачи, несмотря на "хороший контент"? Иногда так бывает, что проблема не в качестве материала, а в том, что он абсолютно не подходит под поисковые запросы потенциальных клиентов.

С появлением искусственного интеллекта работа с ключевыми словами стала одновременно и проще, и сложнее.

Ключевые слова — это те термины и фразы, которые пользователи вводят в поисковик. Несмотря на то, что алгоритмы Google и Яндекс значительно эволюционировали и теперь понимают контекст, семантику и пользовательские намерения, ключевые слова остаются фундаментом SEO-оптимизации.

Когда вы составляете промт для ИИ с целью создания SEO-контента, важно чётко указывать, какие ключевые слова должны присутствовать в тексте и где именно они должны быть размещены.

Типы ключевых слов

В зависимости от частотности (количества запросов в месяц) ключевые слова делятся на несколько типов:

1. Высокочастотные запросы (ВЧ) — более 1000 запросов в месяц. Пример: "купить смартфон". По ним сложнее продвигаться, но они приводят много трафика.

2. Среднечастотные запросы (СЧ) — от 100 до 1000 запросов. Пример: "купить iPhone 15 Pro Max". Золотая середина между конкуренцией и объёмом трафика.

3. Низкочастотные запросы (НЧ) — менее 100 запросов. Пример: "купить iPhone 15 Pro Max с доставкой в Тверь". Меньше конкуренции, более целевой трафик.

Однако не стоит заикливаться только на частотности. Для малого и среднего бизнеса часто более эффективной стратегией будет фокус на длинный хвост НЧ-запросов, так как они:

Приводят более заинтересованных посетителей;

С более высокой конверсией;

Требуют меньших усилий для продвижения.

Сколько ключевых слов нужно и где их размещать?

Универсального ответа нет, но есть подход, который работает:

1. Анализируйте конкурентов из топ-5. Изучите, как часто и где встречаются нужные ключи в материалах, которые уже занимают высокие позиции по вашему запросу.

2. Используйте ИИ для анализа. Попросите нейросеть проанализировать плотность ключевых слов в топовых материалах и дать рекомендации для вашего контента.

3. Следуйте правилу естественности. Современные поисковые алгоритмы наказывают за переоптимизацию — когда ключевых слов слишком много и они размещены в тексте неестественно.

Что касается размещения ключевых слов, обратите внимание на:

Заголовок (H1) — здесь обязательно должно быть основное ключевое слово;

Подзаголовки (H2, H3) — распределите вторичные ключевые слова;

Первый абзац текста — включите основное ключевое слово и его синонимы;

URL страницы — он должен содержать ключевое слово в читаемом виде;

Meta-description — добавьте ключевое слово, но сделайте описание привлекательным для клика;

Alt-теги изображений — не забывайте оптимизировать и их.

Как использовать ИИ для оптимизации ключевых слов

Когда вы работаете с нейросетями для создания SEO-контента, вот несколько эффективных приёмов:

1. Структурируйте промпт чётко. Например:

\*Напиши статью о выборе садового измельчителя. Используй ключевые слова: 'садовый измельчитель выбрать' в заголовке, 'электрический измельчитель для дачи' и 'бензиновый измельчитель ветвей' в подзаголовках, 'измельчитель для сада купить недорого' в заключении\*

2. Запрашивайте LSI-ключи. Вместо того чтобы просто повторять одно ключевое слово много раз, используйте связанные с ним слова и фразы – синонимы и темы, которые раскрывают смысл запроса. Это делает текст более естественным и помогает странице показываться в результатах поиска по разным похожим запросам. Например: Основной ключ: «автосервис». LSI-ключи: «ремонт», «автомобиль», «обслуживание», «отзыв», «работа», «адрес», «диагностика», «двигатель». Попросите нейросеть найти такие ключи, а также встроить их в текст.

3. Проверяйте естественность. После получения текста от ИИ убедитесь, что ключевые слова вписаны органично. При необходимости отправьте текст на доработку с конкретными указаниями.

Важные правила работы с ключевыми словами

1. Качество выше количества. Лучше качественно проработать 20 ключевых слов, чем посредственно 200.

2. Пользовательский опыт — приоритет. Если ради вставки ключевого слова вы жертвуете читабельностью, остановитесь.

3. Регулярно обновляйте семантическое ядро (набор ключевых слов и фраз, которые точно описывают тематику сайта и по которым пользователи ищут нужную им информацию, товары или услуги). Тренды запросов меняются, анализируйте их каждые 3-6 месяцев.

4. Используйте возможности ИИ для анализа. Нейросети могут помочь выявить новые ниши и связи между запросами.

Помните: современное SEO — это не о том, как обмануть поисковую систему, а о том, как оптимальным образом ответить на запросы пользователей. Ключевые слова — это инструмент для понимания этих запросов и структурирования вашего контента.



## Глава 3. Ролевой промт

Ролевой промт — не просто инструкция, а настоящая "операционная система" для ИИ. Когда вы просите нейросеть выступить в роли финансового аналитика, копирайтера с опытом в фармацевтике или SEO-специалиста, вы активируете определённые шаблоны мышления внутри алгоритма.

По сути, это как переключение между разными экспертными режимами:

\*Привет, ИИ, сегодня ты — директор по маркетингу компании с 15-летним опытом запуска digital-кампаний для сектора B2B. Проанализируй наш лендинг...\*

Такое вступление значительно меняет не только тон ответа, но и его содержательную часть, серьёзность аналитики и практическую применимость.

Как работает ролевой промт в нейросетях

Когда вы назначаете ИИ роль, происходит несколько важных процессов:

1. Фокусировка на релевантных данных. Алгоритм начинает отдавать приоритет той информации, которая соответствует заданной роли. Например, "ИИ в роли SEO-специалиста" будет преимущественно использовать знания о поисковой оптимизации, а не о квантовой физике.

2. Изменение речевых паттернов. Нейросеть подстраивает стиль коммуникации под заданную роль. Технический директор будет использовать больше специализированных терминов, а копирайтер — больше метафор и эмоционально окрашенных выражений.

3. Структурирование информации. Разные профессиональные роли предполагают разные способы организации контента. Консультант по маркетингу выстроит ответ иначе, чем журналист или юрист.

Для владельцев малого бизнеса это открывает впечатляющие возможности — вы можете получить экспертизу узкопрофильных специалистов, не нанимая их на полную ставку.

Почему ролевые промты работают эффективнее обычных

Обычный запрос к ИИ:

\*Как повысить конверсию сайта?\*

Ролевой запрос:

\*Ты — ведущий CRO-специалист с опытом оптимизации конверсии в e-commerce проектах. Опираясь на свежие данные, расскажи, как повысить конверсию интернет-магазина мебели с трафиком 5000 уникальных посетителей в день\*

Разница колоссальная. Во втором случае вы получите:

Более целевые рекомендации для вашей ниши;

Актуальные методики с учётом последних трендов;

Практические советы, а не общие теории;

Структурированный план действий с расставленными приоритетами.

Ключевые компоненты эффективного ролевого промта

Чтобы ваш ролевой промт работал на максимуме возможностей, включите в него:

1. Чёткое определение роли:

\*Ты — SEO-специалист с 10-летним опытом в нише e-commerce\*

2. Конкретизацию опыта:

\*Ты успешно вывел более 200 сайтов в топ-10 Google по высококонкурентным запросам\*

3. Целевой контекст:

\*Твоя задача — проанализировать структуру сайта интернет-магазина спортивного питания и дать рекомендации для роста органического трафика\*

4. Ограничения и фокус:

\*Сосредоточься на технических аспектах SEO, особенно на скорости загрузки и мобильной оптимизации\*

#### 5. Формат ответа:

\*Представь рекомендации в виде пошагового плана с приоритетами и примерными сроками реализации\*

И так повторим ещё раз, чтобы запомнить. Для качественного ролевого промта нужно чёткое определение роли, конкретизация опыта, целевой контекст, ограничения, формат ответа. Конечно, общение с нейросетями это достаточно нешаблонная задача, поэтому в зависимости от ситуации какие-то пункты могут вам просто не потребоваться.

Но в целом, такая структура позволяет получить максимально релевантный, практичный и применимый ответ. Для контент-менеджеров и копирайтеров это означает возможность создавать специализированный контент без значительного погружения в каждую тему.

Частые ошибки при составлении ролевых промтов

Начиная работать с ролевыми промтами, многие допускают типичные ошибки:

1. Избыточная детализация. Перегружая ИИ деталями роли, вы рискуете запутать алгоритм и получить размытый ответ. Умейте вовремя остановиться. Со временем приходит опыт и понимание, когда ролевой промт прописан достаточно. Здесь поможет только практика.

2. Игнорирование контекста задачи. Назначить роль недостаточно, нужно еще чётко объяснить, что именно требуется от ИИ в этой роли. Тоже частая ошибка, когда роль указана и вроде указана подробно, но задача поставлена неправильно или расписана недостаточно полно.

3. Шаблонность ролей. Слишком общие роли ("ты — маркетолог") предлагают менее эффективные результаты по сравнению с конкретными ("ты — специалист по email-маркетингу в сегменте B2B").

Помните, что ролевой промпт — это тонкая настройка всей системы создания контента. Правильно сформулированная роль поднимает ваш контент на качественно новый уровень.

Продолжаем изучать магию ролевого промпта...

Комбинирование ролей в одном промпте

Когда вы назначаете ИИ несколько ролей одновременно, вы фактически активируете различные области его обучения. Это, как если бы вы попросили специалиста применить знания из разных сфер его экспертизы к одной задаче. Результат? Решения, которые учитывают многочисленные аспекты вашей проблемы и выходят за рамки стандартного мышления.

#### 1. Метод объединения экспертиз с союзом "и"

Эта техника идеально подходит, когда вам нужен комплексный анализ, охватывающий несколько дисциплин:

Ты одновременно SEO-эксперт и email-маркетолог. Проанализируй этот лендинг и предложи изменения, которые улучшат как его поисковые позиции, так и конверсию подписчиков в email-рассылку.

Такой подход позволит получить рекомендации, которые не только помогут вашей странице ранжироваться выше, но и превратят посетителей в подписчиков — вместо того, чтобы жертвовать одним ради другого.

#### 2. Техника гибкого ответа с союзом "или"

Когда вы хотите, чтобы ИИ сам определил наиболее релевантный угол зрения для ответа: «Выступи как специалист по контент-маркетингу или аналитик конверсии, в зависимости от того, что больше применимо к проблеме низких показателей этой landing page.»

Эта техника особенно ценна, когда вы точно не знаете, какой именно подход нужен для решения проблемы. ИИ самостоятельно выберет наиболее подходящую перспективу и применит соответствующую экспертизу.

#### 3. Иерархический подход к ролям

Иерархия ролей — мощный инструмент, когда одна экспертиза должна иметь приоритет над другой:

\*Ты в первую очередь SEO-специалист с фокусом на техническую оптимизацию, а во вторую — маркетолог, понимающий поведение пользователей. Оцени мой сайт с точки зрения технических факторов ранжирования, учитывая при этом влияние технических решений на пользовательский опыт\*

Такая структура промта определяет "линзу", через которую ИИ будет преимущественно рассматривать вашу задачу, одновременно обогащая анализ вторичной перспективой.

#### 4. Последовательное переключение ролей

Это стратегия для получения многоэтапного грамотного аналитического ответа:

\*Сначала как SEO-аналитик изучи ключевые проблемы с видимостью сайта в поиске. Затем переключись на роль UX-дизайнера и определи, как эти SEO-проблемы связаны с пользовательским опытом. В завершение, выступи как руководитель проекта и составь пошаговый план устранения выявленных проблем с указанием приоритетов\*

Данный подход позволяет рассмотреть проблему с разных сторон последовательно, внимательно изучая каждый аспект перед переходом к следующему.

#### 5. Метод "эксперт + рассказчик"

Одно из самых частых препятствий при работе с техническими специалистами — сложность понимания их рекомендаций. Метод "эксперт + рассказчик" решает эту проблему:

\*Ты — технический SEO-эксперт, который также является талантливым популяризатором сложных концепций. Объясни проблемы с индексацией этого сайта так, чтобы даже руководитель без технического бэкграунда понял суть и важность этих проблем\*

Этот подход особенно ценен, когда вам нужно не только получить экспертную информацию, но и доступно объяснить её коллегам или клиентам.

Комбинирование ролей в промтах представляет собой мастерство балансирования между различными экспертизами для получения по-настоящему ценных, многогранных ответов. Освоив эту технику, вы сможете получать от искусственного интеллекта результаты, которые раньше требовали привлечения целой команды специалистов.

Главное правило: чётко определяйте взаимосвязь между назначаемыми ролями, будь то через иерархию, последовательность или контекст применения. И помните — иногда меньше значит больше: две хорошо сочетающиеся роли часто предлагают более проработанный результат, чем три-четыре разрозненных специализаций.

Доводим ролевой промпт до идеала

Когда вы создаёте детализированный ролевой промпт, вы фактически выстраиваете для алгоритма нейросети целостную ментальную модель эксперта. Это не просто "маска" или поверхностный образ — это многомерный набор характеристик, определяющих, как будет сформирован ответ.

Нейросети обучены на миллионах текстов, написанных реальными экспертами разных профилей. Когда вы задаёте детальный контекст эксперта, алгоритм активирует соответствующие паттерны из своего обучения.

#### 1. Специализация: от общего к частному

Замените размытое "маркетолог" на "специалист по email-маркетингу с фокусом на удержание клиентов в сегменте (укажите конкретную область)". Такая детализация направляет нейросеть на конкретную область знаний.

Пример промпта:

× \*Ты — маркетолог. Предложи стратегию привлечения клиентов\*

\*Ты — специалист по контент-маркетингу для B2B-компаний в сфере финансовых технологий. Разработай стратегию привлечения финансовых директоров малого бизнеса через образовательный контент\*

Результат. Вместо универсальных советов вы получите рекомендации по конкретным типам контента, релевантного для финансовых директоров, с учётом специфики финтех-решений для малого бизнеса.

## 2. Временной опыт

Указание стажа работы не просто придаёт авторитет вашему виртуальному эксперту — оно определяет временной контекст экспертизы.

Практический пример:

Запрос к "начинающему SEO-специалисту" сосредоточится на базовых принципах, а "SEO-эксперт с 15-летним стажем" включит анализ эволюции алгоритмов, переход от старых техник оптимизации к современным подходам и сможет сравнить эффективность разных стратегий в исторической перспективе.

Важный нюанс:

Если вам нужны актуальные тренды, не обязательно указывать максимальный стаж. Иногда "SEO-специалист с 5-летним опытом работы в динамично развивающейся e-commerce нише" предоставит более современные рекомендации, чем "опытный сеошник с 20-летним стажем".

## 3. Методология и рабочие процессы: структурирование мышления

Подход эксперта к решению задач определяет не только содержание, но и структуру ответа.

Примеры методологических фреймворков (готовых шаблонов) для промта:

"Аналитик, использующий фреймворк DMAIC для оптимизации процессов"

"Консультант, практикующий методологию Jobs-to-be-Done при анализе потребностей клиентов"

"Стратег, применяющий принципы бережливого производства к маркетинговым процессам"

Каждый подход предоставит принципиально разную структуру и акценты в рекомендациях.

## 4. Ценностный компас

Включение ценностных ориентиров в промт позволяет получать рекомендации, соответствующие вашим или корпоративным принципам.

Примеры ценностных фреймворков:

"Специалист по устойчивому росту, ориентированный на быстрое масштабирование рынка"

"Эксперт, выбирающий баланс между коммерческими целями и социальной ответственностью"

## 5. Технологический бэкграунд

Конкретизация технологического опыта обеспечивает точность технических рекомендаций.

Пример детализации:

\*SEO-специалист со знанием Python для анализа данных, опытом работы с интеграцией структурированных данных в JavaScript-фреймворки" даст принципиально иные технические рекомендации, чем "SEO-специалист, специализирующийся на работе с CMS WordPress и с базовыми плагинами для оптимизации"

## 6. Отраслевая экспертиза

Специфика отрасли действительно очень важна для получения применимых рекомендаций, особенно в узкоспециализированных сферах.

Пример:

\*Маркетолог в автомобильной индустрии с опытом продвижения электромобилей\*

Учтёт особенности рынка, технические характеристики продукции, специфику поведения покупателей, которые выбирают электрокары. Такой специалист понимает, как правильно выстроить коммуникацию с целевой аудиторией, учитывая конкуренцию и быстро меняющиеся технологии в отрасли.

#### 7. Разнообразие карьерных путей

Карьерный бэкграунд, который вы указываете в промте, напрямую влияет на характер получаемых рекомендаций. Например:

\*Дай рекомендации по SEO для нового интернет-магазина одежды\* — слишком общий запрос.

Сравните с:

\*Как SEO-специалист, выросший из технических разработчиков, какие аспекты технической оптимизации порекомендуешь для нового интернет-магазина одежды на WordPress?\*

Результат изменится кардинально. Вы получите детальные рекомендации по серверной оптимизации, структуре данных, скорости работы сайта и программным решениям.

А теперь поменяем роль:

\*Как маркетолог, пришедший в SEO из контент-стратегии, как бы ты выстроил план создания контента для нового интернет-магазина одежды?\*

Эта формулировка смещает фокус на контентную стратегию, информационные страницы, структуру блога и семантическое ядро.

Для малого бизнеса с ограниченными ресурсами такая гибкость — настоящая находка. Вы можете получать экспертизу из разных профессиональных "миров" без необходимости нанимать нескольких специалистов.

#### 8. Достоверность через конкретный опыт

Когда вы указываете конкретный опыт в промте, вы повышаете не только достоверность, но и практическую применимость полученных рекомендаций.

Вместо:

\*Как провести SEO-аудит сайта?\*

Попробуйте:

\*Как специалист, оптимизировавший сайты после алгоритма Google Helpful Content Update, какие основные проблемы я должен выявить при аудите сайта с падением трафика на 40% за последние два месяца?\*

Чувствуете разницу? Второй промпт учитывает:

Конкретный алгоритм Google (Helpful Content)

Реальную проблему (падение трафика на 40%)

Временной контекст (последние два месяца)

#### 9. Реальные кейсы и практическая ценность

Упоминание достижений в промте помогает сосредоточиться на действиях, которые приводят к результату. Сравните два запроса:

\*Подскажи стратегию внутренней перелинковки для интернет-магазина обуви\*

Против:

\*Как SEO-специалист, увеличивший органический трафик интернет-магазина на 300% за счёт перестройки внутренней перелинковки, поделись пошаговым планом оптимизации внутренних ссылок для магазина обуви с 5000 товаров.\*

Во втором случае вы получите:

Конкретные шаги с доказанной эффективностью;

Ориентацию на значительное увеличение показателей;

Рекомендации, адаптированные под указанный масштаб.

Такой подход к ролевому промту оптимален, если вам нужны не теоретические выкладки, а рабочие инструкции.

#### 10. Подтверждение авторитета

Задайте уровень экспертизы и получите более полный и качественный ответ:

\*Как сертифицированный специалист по электронной коммерции от (указать компанию) и спикер конференции (указать конференцию), объясните, какие ключевые показатели эффективности (KPI) наиболее точно отражают успех оформления карточки товара на (указать площадку), и как их оптимизировать с учётом специфики потребительского поведения?\*

Такая формулировка:

Вызывает специализированные знания о метриках;

Ориентирует на практический опыт выступающего;

Гарантирует более высокий уровень технической детализации.

Для маркетологов-практиков, такой подход позволяет быстро освоить профессиональную лексику и мышление экспертов соответствующего уровня.

#### 11. Масштаб бизнеса

Рекомендации для стартапа и корпорации существенно различаются, поэтому уточняйте масштаб в промте:

\*Как консультант для стартапов с ограниченным бюджетом, предложи три наиболее эффективные SEO-стратегии для нового сайта-визитки юридической фирмы.\*

Ещё пример:

\*Как эксперт по корпоративному SEO, какую структуру SEO-отдела и распределение обязанностей ты бы рекомендовал для международного e-commerce проекта с 50000+ товаров и представительствами в различных странах?\*

Важно получать советы, соответствующие ресурсам и масштабу компании, а не универсальные рекомендации, подходящие явно не для каждой ситуации.

#### 12. Методы работы и применимость рекомендаций

Конкретизация методологии помогает получить действительно применимые инструкции:

\*Как специалист по контент-кластеризации и семантическому ядру, разработай структуру информационных страниц для сайта клиники эстетической медицины, ориентированную на привлечение пациентов через поисковые системы.\*

Применение такого промта, позволит копирайтерам и контент-менеджерам получить чёткие инструкции по созданию не просто текстов, а целостной контентной архитектуры, работающей на бизнес-цели.

#### 13. Тонкая настройка через упоминание инструментов

Упоминание конкретных инструментов направляет ИИ на определённый технический контекст:

\*Как эксперт по работе с (указать инструменты) для SEO-автоматизации, предложи скрипт для выявления страниц с дублирующимся контентом.\*

Этот промт активирует знания о:

Технических возможностях указанных инструментов;

Программировании на Python для SEO-задач;

Автоматизации технических процессов.

Такой подход позволяет быстро освоить новые инструменты через практические примеры их применения.

#### 14. Методологический подход

Разные эксперты придерживаются разных методологий. Указание на это существенно меняет характер рекомендаций:

Слабо:

\*Расскажи о создании seo-текстов\*

Сильно:

\*Ты – эксперт, который обучался по методу (привести название специалиста, важно, чтобы специалист был достаточно известным для нейросети), который создаёт максимально полезные SEO-статьи с большим числом визуальных элементов, экспертных мнений и данных. Опиши, как построить такой текст, чтобы он органично привлекал ссылки и повышал позиции в поиске.\*

Совет. Если затрудняетесь найти методику по какой-то конкретной теме. То можете задать этот вопрос нейросети. Потом, изучите полученный материал, попросив ИИ рассказать подробнее нужные аспекты. И если методика подходит, то можете применять её в ролевом промте.

#### 15. Портфолио

Указание на типы проектов в воображаемом портфолио направляет ответ в нужное русло:

Слабо:

\*Помоги с SEO для интернет-магазина\*

Сильно:

\*Ты — SEO-консультант, успешно оптимизировавший более 50 интернет-магазинов на платформе 1С-Битрикс, специализируешься на исправлении технических ошибок, влияющих на скорость загрузки страниц\*

Для маркетологов-практиков это значит возможность получать рекомендации от специалиста, который уже решал аналогичные задачи.

#### 16. Личный бренд

Детали воображаемого личного бренда влияют на стиль ответов:

Слабо:

\*Напиши статью о контент-маркетинге\*

Сильно:

\*Ты — автор бестселлера '10 принципов контент-маркетинга, которые работают в 2025 году' и ведущий подкаста о цифровом маркетинге с аудиторией 100,000 слушателей. Напиши план статьи о контент-маркетинге для (указать нишу)\*

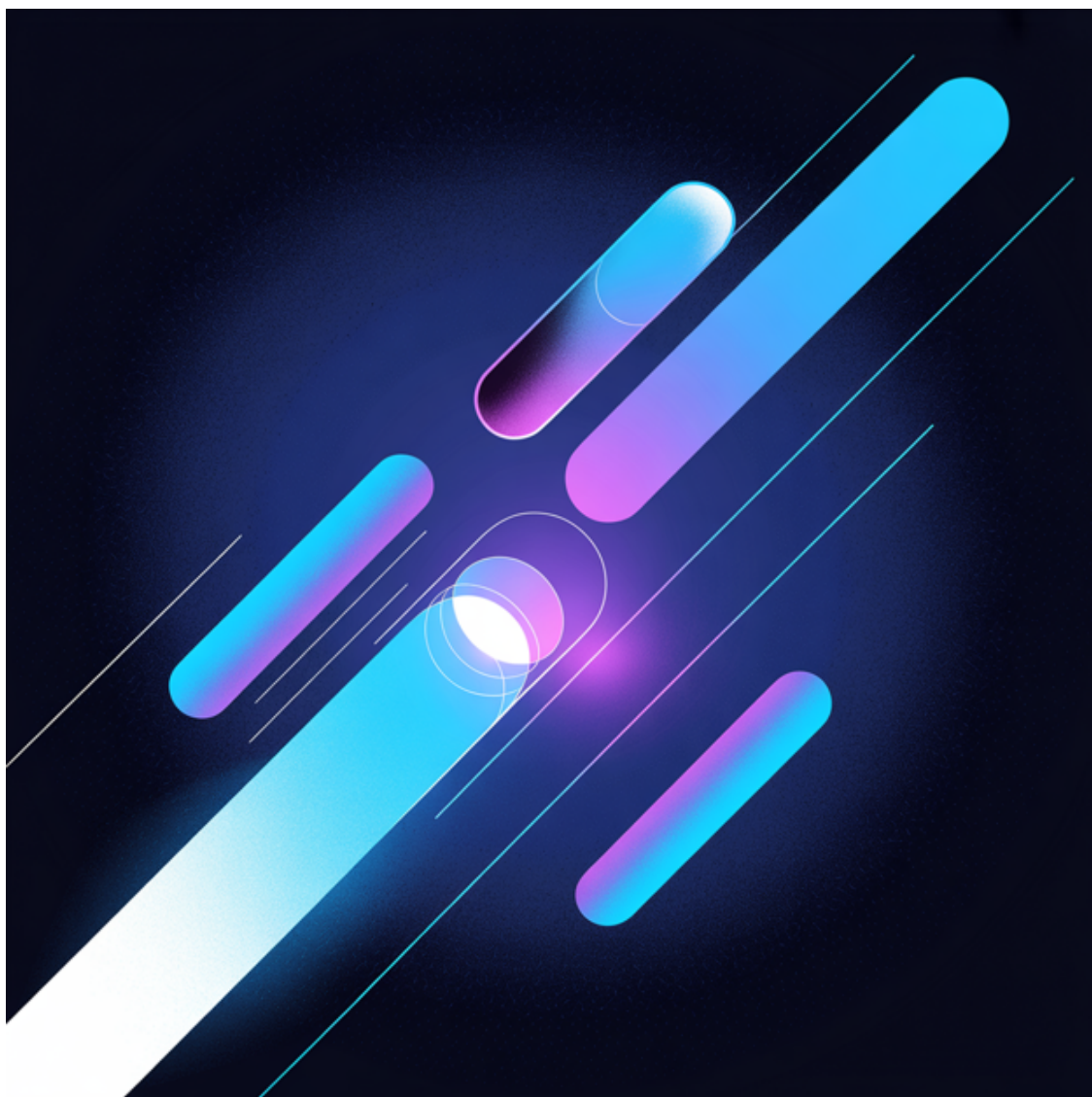
Копирайтеры могут использовать этот приём, чтобы получать контент, имитирующий стиль конкретных узнаваемых экспертов отрасли или для того, чтобы задать нейросети необходимую экспертизу для создания качественного ответа.

От основ к мастерству

Создание идеального ролевого промта — это балансирование между детализацией и фокусом. Слишком мало деталей — получите общие рекомендации. Слишком много противоречивых деталей — размытый ответ без чёткой экспертной позиции.

Определите, какой именно экспертный взгляд необходим для вашей конкретной задачи, и сконструируйте виртуального помощника, который наилучшим образом воплотит этот профессиональный профиль.

Пробуйте сочетание разных комбинаций экспертных характеристик, и вы найдете своего идеального виртуального советника для решения требуемого типа задач.



## Глава 4. Искусство настройки стиля: как заставить ИИ говорить нужным языком

Когда ваш бренд общается с аудиторией, голос и тон коммуникации играют не менее важную роль, чем само содержание. Согласитесь, сообщение, написанное сухим канцелярским языком, воспринимается совсем иначе, чем тот же смысл, выраженный живым, увлекательным стилем. Для SEO-оптимизации эта стилистическая согласованность напрямую влияет на конверсию и вовлечённость пользователей.

Но как добиться того, чтобы искусственный интеллект говорил именно тем языком, который нужен вашему бизнесу? Как рассказать алгоритму о вашем фирменном стиле? Ответы кроются в тонкой настройке промтов с помощью стилистических указаний.

Настройка тона через чёткие инструкции

Нейросети удивительно точно реагируют на прямые стилистические инструкции. Здесь работает простое правило: чем конкретнее указание, тем точнее результат.

Вместо расплывчатого "напиши хороший текст о наших услугах" используйте конкретные стилистические маркеры:

\*Напиши текст о наших консалтинговых услугах тоном компетентного, но дружелюбного эксперта, избегая корпоративных клише\*

Создай описание продукта энергичным, убедительным языком, подчеркивающим эмоциональные преимущества от его применения\*

Эффективный подход — использование эмоциональных якорей. Например, когда вы просите нейросеть "написать текст, вызывающий чувство надёжности и спокойствия у потенциальных клиентов", вы закладываете не просто тон, а целевую эмоциональную реакцию.

Умение направлять нейросеть на создание текстов с заданной эмоциональной окраской — важный шаг в работе промт-инженера. В зависимости от задачи эмоционально окрашенный контент может обладать более высоким уровнем вовлечённости по сравнению с нейтральным.

Не только рассказывайте, но и показывайте

Вместо абстрактных описаний стиля предоставьте алгоритму конкретные образцы. Это золотое правило при работе с нейросетями, особенно когда речь идёт о сложном фирменном стиле или особом "голосе бренда".

Попробуйте такой подход:

\*Проанализируй следующий текст с нашего сайта и определи ключевые стилистические особенности:

[вставка вашего эталонного текста]

Теперь напиши новую статью или часть статьи о [тема] в точно таком же стиле, сохраняя все выявленные стилистические характеристики.\*

Что делает этот метод особенно ценным для контент-маркетологов? Вы можете создать библиотеку эталонных текстов с различным эмоциональным окрасом и использовать их как стилистические шаблоны для определённых типов контента: информационных статей, продающих текстов, образовательных материалов.

Можно сократить расходы на копирайтинг, обеспечив при этом стилистическое единство всех материалов — от постов в социальных сетях до описаний продуктов.

Создание персонажа с определённым голосом

Здесь идёт сочетание грамотного ролевого промта со стилевыми указаниями. Это один из самых мощных стилистических приёмов — создание персонажа со своим характером, который помогает написать текст. Такой подход особенно эффективен, когда нужно быстро переключиться между разными стилями коммуникации.

Вместо технических описаний стиля используйте конкретные образы:

\*Напиши эту рассылку тоном заботливого наставника, который хочет помочь клиенту решить проблему\*

\*Создай описание услуги голосом опытного практика, который делится инсайдерскими знаниями с коллегами\*

Можно расписывать ролевой промт с учётом тех приёмов, которые вы узнали ранее. Но не усложняйте, всего должно быть в меру.

Перед вами открываются возможности для создания по-настоящему персонализированной коммуникации. Вы можете настроить разные стили общения с помощью конкретных персонажей для разных сегментов аудитории, адаптируя не только содержание, но и стиль подачи под конкретные потребительские группы.

Практический совет: создайте набор персонажей-шаблонов для вашего бизнеса и определите, в каких ситуациях какой из них наиболее уместен. Например:

"Вдумчивый эксперт-аналитик" — для технических обзоров и глубоких исследований;

"Дружелюбный советник" — для email-рассылок и обучающих материалов;

"Вдохновляющий умеренно оптимистично настроенный лидер" — для мотивационных текстов.

Контроль уровня сложности языка

Ранее мы уже изучали уровни экспертности. Теперь постараемся немного более подробно и под другим углом рассмотреть данную тему.

Сложность языка напрямую влияет на доступность вашего контента для целевой аудитории. Умение точно настраивать этот параметр — важный навык для SEO-оптимизации и маркетинга.

Вместо обычных меток (простой/средний/сложный) используйте контекстные ориентиры:

\*Напиши текст, понятный предпринимателю без технического образования, но с базовым пониманием цифрового маркетинга\*

\*Создай объяснение, доступное новичку, который только начинает изучать SEO, избегая специализированных терминов\*

Особенно эффективны референсные привязки к ситуациям из реальной жизни:

\*Объясни это как бы за чашкой кофе опытному маркетологу, который хочет быстро понять суть\*

\*Напиши так, будто объясняешь клиенту, который спешит и у него всего 3 минуты на изучение материала\*

Так вы сможете создать более точные материалы, способные "подстраиваться" под разные уровни подготовки читателя, сохраняя при этом единую смысловую линию.

Тонкая настройка языка через ограничения

Когда вы работаете с текстовыми ИИ-моделями, стилистические указания, вместе с ролевым промтом и указанием целевой аудитории становятся главным инструментом для получения именно того контента, который нужен вашему бизнесу. Правильная формулировка этих указаний — настоящее искусство, позволяющее избежать типичных ошибок и добиться максимальной эффективности.

Прямой запрет нежелательных элементов

Вместо того чтобы надеяться, что ИИ-модель поймет ваши предпочтения, чётко обозначьте границы:

\*Не используй канцеляризмы, бюрократический язык и шаблонные деловые выражения\*

Такое прямое указание мгновенно очищает текст от формальных оборотов, которые могут отпугнуть потенциальных клиентов.

Расширьте этот подход, создавая конкретные списки запрещённых фраз или конструкций:

\*Исключи из текста: "в данный момент", "на сегодняшний день", "в целях", "ввиду того что", "по причине", "в рамках".\*

Но здесь нужно быть внимательными и стараться не пересушить текст. Поэтому для тонкой настройки вы можете добавить и разрешённые обороты.

Прямой запрет нежелательных элементов работает не всегда, иногда лучше сразу указать ролевой промт и стиль текста.

Метод контраста

Человеческий мозг лучше понимает информацию через противопоставления. Эта же логика работает и для ИИ. Рассматриваемая техника помогает модели быстрее понять желаемый тон и стиль:

Пиши не как для учебника, а как увлекательный рассказ друга-эксперта в области (указать область).

Такая формулировка создаёт яркий образ в алгоритмической интерпретации вашего запроса. ИИ получает не просто техническое указание, а эмоциональный ориентир.

Вот ещё пример:

\*Пиши не как для корпоративной рассылки, а как персональный емейл от эксперта, который искренне хочет помочь.\*

Читабельность

Следующий уровень стилистической настройки — работа с конкретными параметрами текста. Вместо размытых пожеланий "сделать текст читабельным" используйте точные метрики:

\*Создай текст со средней длиной предложения 12-15 слов. Играй ритмикой текста. Чередуя короткие, длинные, средние предложения.\*

Современные поисковые алгоритмы учитывают удобочитаемость как один из ключевых факторов ранжирования.

Расширьте инструкцию конкретными цифрами:

\*Используй предложения длиной 8-20 слов. Абзацы — не более 3-4 предложений. Включай маркеры читабельности: подзаголовки каждые 250-300 слов, маркированные списки для перечислений более 3 пунктов.\*

Но иногда следует указать нейросети, чтобы она, наоборот, писала без маркированных списков. Всё зависит от задачи. Просто по умолчанию ИИ всегда стремится сделать текст очень структурированным и нередко добавляет такие списки.

Стилистические переключатели для создания динамичности повествования

Монотонные тексты быстро утомляют читателя. Техника стилистических переключателей позволяет создавать динамичные материалы, удерживающие внимание аудитории:

\*В первой части пиши аналитически, затем смени тон на вдохновляющий в заключении.\*

Эта техника особенно эффективна для длинных текстов, где важно сохранять внимание читателя. Такой подход — помогает не только усвоить информацию, но и найти мотивацию для её применения.

Для более тонкой настройки используйте прогрессию тона:

\*Начни с описания проблемы (тревожный тон), переходи к анализу причин (нейтральный, аналитический тон), затем предложи решения (уверенный, экспертный тон) и заверши призывом к действию (вдохновляющий, энергичный тон)\*

Всегда помните, что нейросеть это очень гибкий инструмент и вы можете осуществлять настройку так, как вам необходимо. Все указанные в тексте примеры, не набор шаблонов. Зачастую их не нужно копировать. Ведь вы можете самостоятельно выполнить настройку промта именно под вашу задачу.

### Эмоциональная калибровка через числовые шкалы

Представьте, что вы настраиваете эквалайзер звуковой системы. Каждый движок отвечает за определённую частоту, вместе создавая идеальное звучание. Точно так же работает эмоциональная калибровка текста в промтах для ИИ – это ваш эквалайзер, только для языка.

Когда вы пишете "Установи эмоциональность текста на 7 из 10, где 1 – сухие факты, а 10 – крайне эмоциональный текст", вы фактически создаёте точный инструмент контроля. Поисковые алгоритмы всё лучше распознают эмоциональную окраску контента и его соответствие ожиданиям пользователя.

Практический подход выглядит так:

3-4 из 10 – идеально для технических спецификаций, сравнительных таблиц и фактических обзоров;

5-6 из 10 – баланс для информационных статей с экспертным мнением;

7-8 из 10 – оптимально для историй успеха, кейсов и мотивационного контента;

9-10 из 10 – подходит для призывов к действию и эмоциональных обращений.

Важно: эмоциональность текста должна соответствовать этапу воронки продаж. В начальной стадии более эмоциональные тексты привлекают внимание, в середине – сбалансированные тексты выстраивают доверие, в финальной – снова требуется некоторая эмоциональность для увеличения конверсии.

### Стратегия лексических кластеров

Лексические кластеры – это группы связанных слов, формирующие тематическую и стилистическую целостность контента. Для поисковых алгоритмов такие кластеры служат сигналом тематической экспертизы и того насколько серьёзно раскрыта тема.

Вместо простого указания "используй профессиональную лексику" предоставьте ИИ конкретные лексические наборы:

\*Используй следующие прилагательные для описания продукта: инновационный, интуитивный, элегантный, бескомпромиссный, отзывчивый.\*

Включи следующие технические термины: интерфейс, масштабируемость, кроссплатформенность, API.

Такой подход имеет несколько преимуществ для SEO:

Обеспечивает естественное включение релевантных ключевых слов;

Формирует семантическое поле, улучшающее ранжирование по тематическим запросам;

Повышает экспертность контента в глазах поисковых алгоритмов.

Что интересно, такие тексты с лексическими кластерами воспринимаются читателями как более авторитетные и вызывают больше доверия.

### Техника аудитории-двойника

Одна из самых мощных техник настройки стиля в промтах – это создание конкретного образа читателя. Человеческий мозг настроен на коммуникацию с конкретным собеседником, и ИИ успешно симулирует этот процесс. Здесь есть схожесть с указанием целевой аудитории. Но в случае с этой техникой мы гораздо сильнее раскрываем особенности аудитории и указываем конкретного собеседника, для которого нужно написать текст.

Вместо расплывчатого "пиши просто и понятно" используйте формулировку:

Пиши так, как если бы объяснял тему подкованному миллениалу, увлекающемуся технологиями, но не имеющему специального образования в данной области.

Это создаёт в алгоритме ИИ чёткий стиливой профиль, включающий:

Соответствующие языковые обороты;

Уровень сложности терминологии;

Уместные культурные референсы;

Адекватную степень формальности.

Для SEO-оптимизации техника аудитории-двойника помогает точно настроить язык контента под поисковые запросы вашей целевой аудитории. Когда пользователь находит контент, который "говорит на его языке", поведенческие факторы улучшаются, что положительно влияет на ранжирование.

#### Поэтапное усложнение языка

Современные тексты часто страдают от крайностей – либо чрезмерное упрощение, либо непреодолимая стена профессионального жаргона. Техника поэтапного усложнения решает эту проблему, делая контент доступным для новичков и одновременно полезным для экспертов.

В промте это выглядит так:

\*Начни с базовых объяснений, постепенно вводя сложные концепции и термины. Каждый новый термин должен объясняться при первом упоминании. Увеличивай сложность лексики на протяжении текста, чтобы к концу использовать профессиональный язык.\*

С точки зрения SEO такой подход позволяет:

1. Охватить широкий спектр поисковых запросов – от базовых до экспертных;
2. Снизить показатель отказов, так как читатели любого уровня найдут понятную точку входа в материал;
3. Увеличить время на странице благодаря глубине раскрытия темы.

Контент с поэтапным усложнением имеет на треть больше шансов быть прочитанным до конца и чаще получает обратные ссылки, поскольку полезен для более широкой аудитории.

#### Усиление инструкций через дублирование

Алгоритмы ИИ, подобно людям, больше внимания уделяют тому, о чём часто говорят. Дублирование ключевых стилистических указаний в начале и конце промта действует как двойное подчёркивание в тексте. Например:

\*[В начале] Пиши простым, доступным языком без специальных терминов.

[Основной запрос]

[В конце] Помни о необходимости использовать простой, доступный язык без специальных терминов.\*

Когда нужно быстро переключаться между разными типами контента: от экспертных статей до простых постов для социальных сетей, рассматриваемый приём незаменим. Тем более он важен, если вы создавали один тип контента и не хотите менять тред (ветку обсуждений), поскольку нейросеть уже внимательно изучила ваш продукт или услугу. Поэтому создавая новый промт будет нелишним несколько раз напомнить о каких-либо изменениях.

#### Автоматическое выявление стилистических повторов

Один из главных признаков неопытного копирайтера — однообразие лексики и конструкций. К счастью, ИИ можно научить самостоятельно выявлять такие недостатки. Просто включите в промт прямую инструкцию:

\*Проверь текст на наличие повторяющихся слов и фраз, замени их синонимами или перестрой предложения для большего разнообразия\*

Такая простая техника значительно улучшит качество текста, сделав его более профессиональным и приятным для чтения. Вы просто подружились с бесплатным редактором, который устраняет стилистические огрехи ещё до того, как текст попадёт к вам на стол.

#### Синонимичные списки: расширяем словарный запас ИИ

Даже самые продвинутые алгоритмы иногда застревают в колее повторяющейся лексики. Техника синонимичных списков позволяет элегантно решить эту проблему:

\*Используй следующие варианты вместо слова 'эффективный': результативный, действенный, продуктивный, плодотворный, успешный.\*

При создании объёмных текстов, приём будет настоящим спасением. Ведь здесь лексическое разнообразие очень важно для удержания внимания читателя.

Вы можете создавать подобные списки для часто используемых в вашей нише слов и хранить их как шаблоны для будущих промтов. Это существенно экономит время и обеспечивает стилистическое единообразие всех создаваемых материалов.

#### Формирование узнаваемого голоса бренда через ценности

Любой текст, созданный с помощью искусственного интеллекта, должен звучать так, будто его написал именно ваш бренд — не безликий алгоритм и не случайный копирайтер. Стилистическая согласованность в промтах — не просто эстетическое предпочтение, а стратегический инструмент, превращающий технические тексты в продолжение вашей маркетинговой коммуникации.

Когда вы включаете в промт указание по типу: "Текст должен отражать наши ключевые ценности: инновации, доступность, экологичность", вы делаете гораздо больше, чем просто задаёте тематические рамки. Вы формируете содержательный фундамент для стиля, который будет пронизывать каждое предложение будущего контента.

Ценности бренда — не абстракция, а конкретный стилистический ориентир. Рассмотрим, как трансформируется один и тот же информационный блок через призму различных ценностей:

Базовый текст без ценностных ориентиров:

\*Наш продукт поможет вашему бизнесу\*

С ценностью "инновации":

\*Наше решение использует передовые алгоритмы машинного обучения, чтобы открыть новые горизонты развития вашего бизнеса\*

С ценностью "доступность":

\*Наш интуитивно понятное решение делает сложные бизнес-процессы простыми и доступными для команд с любым уровнем подготовки.\*

Практический совет: создайте словарь ценностно-ориентированных фраз для вашего бренда. Например, если "инновации" — ваша ключевая ценность, ваш словарь может включать: "на переднем крае технологий" или "качественно новое решение". Включение этих фраз в промты систематически направляет ИИ на создание текстов с нужным ценностным акцентом.

#### Рассказывайте истории

Метафоры и сторителлинг — мощные инструменты для создания узнаваемого голоса бренда. Когда в промте вы указываете: "Наш бренд — как опытный садовник, который выращивает решения с заботой и терпением", вы не просто добавляете красивый образ, а задаёте целостный стилевой подход.

Такая метафора определяет:

Лексику: "культивировать отношения", "вращивать лояльность", "органический рост";

Тон повествования: спокойный, вдумчивый, заботливый;

Структуру аргументации: от начальной идеи (семечко) к плодам (результатам).

## **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.