

БОЛЬШЕ
СВОБОДЫ
БОЛЬШЕ СМЫСЛА
БОЛЬШЕ ТЕБЯ

Свободный специалист

Как зарабатывать больше
с ИИ и не выгорать



ДОХОД
В РОСТ



МЕНЬШЕ
РУТИНЫ



БОЛЬШЕ
СВОБОДЫ



НАДЕЖНАЯ
ПОДДЕРЖКА



УСТОЙЧИВЫЙ
РИТМ

*Работай
по-своему*

Люди
Идеи
ИИ
Возможности
Ты

ЛУЧШАЯ
ВЕРСИЯ
ТВОЕЙ
РАБОТЫ

НАВЫКИ
ФИНАНСЫ
ЗДОРОВЬЕ
СООБЩЕСТВО
СВОБОДА

План:
Развиваться
Зарабатывать
Жить

Марк Тьюрин | ИИ

Марк Тьюрин

Свободный специалист: Как зарабатывать больше с ИИ и не выгорать

<https://litres.ru/74475989>

SelfPub; 2026

Аннотация

Свободный специалист — не тот, кто просто работает на себя. Это человек, который превращает опыт в дорогие решения, а свободу — в устойчивую систему дохода.

Книга помогает выйти из бесконечной занятости: назначать цену за результат, использовать ИИ осмысленно, создавать надёжные черновики, собирать библиотеку скорости и упаковывать услуги так, чтобы их покупали. Вы научитесь вести разговор с клиентом, защищать силы договорённостями, планировать очередь заказов и не держать чужие задачи в голове.

Здесь есть всё необходимое для перехода к работе с ясными границами: отдых, повышение цены, повторяемость, разбор провалов без самобичевания и план на тридцать дней. Больше дохода, меньше хаоса и выгорания — не мечта, а настраиваемая модель.

Книга создана с помощью ИИ. Обложка: GPT Image -
Лицензия

Содержание

От занятости к свободе: где на самом деле лежит доход	5
Цена результата, а не скорости	26
Карта своей ценности	44
Сначала контур, потом промпт	66
Сырьё, память и контроль качества	95
Конец ознакомительного фрагмента.	115

Марк Тьюрин

Свободный специалист: Как зарабатывать больше с ИИ и не выгорать

От занятости к свободе: где на самом деле лежит доход

Во введении уже был сформулирован главный вопрос этой книги: как превратить ИИ из красивой игрушки в рабочий инструмент, который освобождает время и увеличивает доход. Но прежде чем ускорять отдельные задачи, нужно увидеть, на что вообще уходит неделя. Иначе можно очень быстро выполнять не те действия.

День, который притворяется полным

В 22:47 Алина наконец закрыла ноутбук. На экране остались открытыми вкладки с документом для образовательного проекта, перепиской с Мариной, таблицей заявок, двумя вариантами коммерческого предложения, уроком по работе с ИИ и файлом, где она пыталась свести правки от разных людей.

В мессенджере висели четырнадцать непрочитанных со-

общений. Часть она уже видела в уведомлениях, но так и не ответила. Один клиент просил «быстро посмотреть ещё один абзац». Другой потенциальный заказчик спрашивал, можно ли «взять задачу на следующей неделе». Илья, дизайнер и её знакомый, прислал голосовое на четыре минуты о том, как с помощью ИИ сделал шесть вариантов макета.

Алина откинулась на спинку стула и сказала вслух:

— Я работала весь день.

Внутренний диспетчер не стал спорить. Он задал только один вопрос:

— Что именно стало результатом дня?

Алина открыла отправленные сообщения. Она отправила черновик одного текста, внесла правки в другой, ответила на вопросы Марины, составила предложение для нового клиента, посмотрела урок и нашла старую версию файла, которую утром не могла отыскать.

— Я закрыла кучу задач.

— Какие из них были оплачены?

На этот вопрос ответить оказалось сложнее.

В тот месяц Алина рассчитывала получить около 150 тысяч рублей, но в таблице пока значилось 118 тысяч. При этом она не могла вспомнить ни одного свободного дня. Иногда она работала с утра до вечера, иногда открывала ноутбук в субботу, иногда отвечала на сообщения во время ужина. Свободного времени почти не было, а денег всё равно не хватало.

Так выглядит неделя, которая притворяется полной. В ней много присутствия, напряжения и мелких завершений, но мало часов, напрямую связанных с оплачиваемым результатом.

Занятость — это время и внимание, занятые профессиональными делами. Выручка — деньги, которые поступают от клиентов. Доход в практическом смысле — то, что остаётся после выполнения обязательств перед клиентами, оплаты рабочих расходов, налогов и формирования необходимого резерва. Эти величины могут расходиться очень сильно.

Занятость не равна доходу, если время не разделено по функциям.

Почему «быстро посмотреть» превращается в полдня

На следующий день Алина решила не начинать с новых заказов. Она открыла календарь, историю переписки, отправленные файлы и заметки. Память быстро подсовывала общую формулировку: «весь день работала над проектом Марины». Но документы показывали другую картину.

Марина руководила российским образовательным проектом. Ей нужен был текст для страницы программы. Сначала они договорились о структуре, тексте и одном раунде правок. Но в процессе команда добавила новый блок, изменила описание продукта и попросила «проверить, не потерялось ли главное».

Марина не стремилась нагрузить Алину лишней работой.

Для неё всё происходило внутри одного файла: если меняется один блок, естественно перечитать вместе с ним и остальные. Для Алины каждое такое изменение означало новую проверку логики, повторное чтение, согласование формулировок и иногда полную перестройку абзацев.

В понедельник Марина написала:

— Можешь ещё быстро посмотреть блок про тарифы? Там буквально несколько предложений.

Алина ответила:

— Да, конечно.

«Быстро» заняло сорок минут. После этого выяснилось, что тарифы не совпадают с информацией в другом документе. Алина задала вопрос, стала ждать ответа, переключилась на другую задачу, а через час снова открыла файл и перечитала весь раздел. Вечером пришла новая версия условий.

Во вторник Марина написала:

— Я немного поменяла смысл. Посмотри, пожалуйста, не сломалась ли связка с первым экраном.

Алина снова ответила:

— Да, сейчас проверю.

Она проверила. Потом переформулировала два абзаца, хотя никто прямо не просил их переписывать. Ей хотелось отдать аккуратный результат, а не вернуть клиенту текст с пометкой: «Это уже за рамками».

В переписке всё выглядело как несколько коротких просьб. На рабочее время они распались на чтение нового

материала, восстановление контекста, поиск расхождений, уточняющие вопросы, ожидание ответа, внесение изменений, повторную проверку связности и объяснение, почему одна правка повлияла на другой блок.

Каждое действие по отдельности казалось небольшим. Вместе они съели два часа, и только часть этого времени входила в первоначально согласованный объём.

Алина привыкла считать такое поведение заботой о клиенте. Но забота, которая не отражена в договорённостях и не учтена в расчёте, превращается в бесплатную работу. Она не делает специалиста надёжнее. Она делает его загрузку непрозрачной.

Ей понадобилась короткая реплика, которая не звучала ни жёстко, ни виновато:

«Чтобы зафиксировать объём, в текущую задачу входят текст страницы, согласованная структура и один сводный раунд правок. Новые блоки и изменение исходных условий я сначала оценю отдельно. Ответы на вопросы по фактам нужны до среды, 16:00. Если они придут позже, срок сдвинется на соответствующее время».

Такой текст не спорит с клиентом и не оправдывается. Он возвращает работе границы.

Нужен и отдельный вариант для ситуации, когда специалист ждёт информацию:

«Сейчас для продолжения мне нужны ответы на четыре вопроса: тарифы, срок запуска, состав программы и финаль-

ное название. До получения этих данных я могу закончить только первый блок. Если ответ придёт после 16:00, продолжу в ближайшее рабочее окно».

Это не попытка переложить ответственность. Это описание зависимости: результат нельзя завершить, пока отсутствуют исходные данные.

Бесплатная помощь и дорогая доступность

Во вторник после обеда Алина получила голосовое от знакомой предпринимательницы. Та запускала небольшой онлайн-курс и просила «буквально на пять минут» сказать, почему её текст выглядит слабым.

Алина прослушала сообщение, открыла страницу, выписала четыре проблемы и отправила голосовой ответ на семь минут. Потом знакомая уточнила ещё два пункта. Через час Алина уже объясняла ей, как перестроить описание программы и где поставить призыв к действию.

Денег за это не было, и сделки тоже не возникло.

Разбирая неделю, Алина сначала хотела отнести эти два часа к продажам: вдруг знакомая станет клиентом. Но потом пришлось признать, что это был не разговор о задаче и условиях работы. Алина уже разобрала материал и предложила решения. Значит, это была бесплатная консультация, замаскированная под знакомство.

Для таких случаев у неё появилась другая реплика:

«Я могу посмотреть задачу предметно, но не беру разборы в переписке без отдельной договорённости. Пришлите

краткое описание цели и исходные материалы — я предложу формат консультации или работы».

Если человеку нужен только один уточняющий ответ, можно ответить коротко. Но если специалист уже анализирует ситуацию, предлагает решения и меняет чужой материал, это не «пять минут общения», а профессиональная услуга.

Ещё одна утечка возникала из-за постоянной доступности. Алина могла выйти на прогулку, но держала телефон рядом: Марина могла ответить. Она садилась ужинать, но всё равно проверяла уведомления. В субботу открывала урок по ИИ, параллельно отвечая клиенту, а потом считала это развitiем.

Ожидание не всегда становится рабочим временем. Если специалист отключил уведомления, ушёл отдыхать и вернулся к задаче в назначенный срок, это обычная пауза. Если он каждые десять минут проверяет телефон, мысленно продолжает проект и не может переключиться, ожидание съедает восстановление, хотя не создаёт результата.

Чтобы завершать рабочий день, Алине понадобилась простая фраза:

«Вопрос увидела и зафиксировала. Вернусь к нему завтра в рабочее окно до 12:00».

Она отправляла её не только клиентам, но иногда и самой себе — чтобы не продолжать работу из чувства тревоги.

Разложить неделю без попытки стать идеальным

бухгалтером

Аудит недели не требует отслеживать каждую минуту с помощью специальной программы. Сначала достаточно восстановить крупные блоки по календарю, переписке, файлам и памяти. Ошибка в десять минут не изменит решения. Ошибка в несколько часов — изменит.

Возьмите последние семь дней, в которые вы действительно работали, а не просто собирались работать. Записывайте не названия проектов, а действия. Не «проект Марины», а «собрала вопросы к брифу», «написала первый вариант», «ждала факты», «внесла правки», «составила предложение», «искала версию файла».

Каждый фрагмент отнесите к одному из пяти блоков.

Оплачиваемое производство — работа, которая входит в согласованный объём и ведёт к результату клиента: текст, дизайн, анализ, консультация, настройка, разработка или монтаж.

Продажи — поиск и квалификация потенциальных клиентов, созвоны, предложения, повторные сообщения, подготовка примеров и материалов, которые помогают получить заказ.

Обслуживание процессов — переписка по проектам, планирование, документы, счета, поиск файлов, ведение статусов, организационные вопросы и бесплатные разборы, если в них уже появилась предметная работа.

Развитие — обучение, тестирование инструментов, иссле-

дование рынка, разбор собственных ошибок и создание новых рабочих шаблонов.

Восстановление — прогулки, обед без экрана, паузы, вечер без рабочих сообщений, время для сна и переключения. Сон не нужно искусственно превращать в рабочий ресурс. Если его не хватает, просто зафиксируйте это отдельно: дефицит сна нельзя компенсировать ещё одним заказом.

Есть ещё особая отметка — утечки. Это не шестой вид полезной работы, а время, которое исчезает между категориями: переключения, ожидание, бесплатные правки, поиск того, что должно было быть под рукой, восстановление контекста после прерывания.

Если звонок нужен, чтобы понять, подходит ли вы друг другу, это продажи. Если за звонок вы разобрали чужой документ и предложили план исправлений, это оплачиваемая консультация или бесплатная работа. Такая граница определяется не длительностью разговора, а тем, был ли создан профессиональный результат.

Карта недели Алины

После двух часов разбора Алина получила не идеальную, но достаточно точную картину.

Оплачиваемое производство — 15 часов. Страница образовательного проекта, два коммерческих текста и срочная редакция. Результат — 38 000 рублей выручки.

Продажи — 5 часов. Два созвона, три предложения и переписка с потенциальными клиентами. Результат — один

проект на согласовании.

Обслуживание процессов — 11 часов. Переписка, документы, поиск файлов, планирование и два бесплатных разбора. Результат — текущие проекты поддержаны, но ручной рутины оказалось много.

Развитие — 4 часа. Урок по ИИ, тестирование шаблонов и разбор чужих кейсов. Результат — несколько заготовок, которые пока не встроены в работу.

Восстановление — 8 часов. Прогулки, обед без ноутбука и два свободных вечера. Результат — частичное восстановление.

Итого видимой недели — 43 часа.

После этого оставались ещё восемь часов фрагментированной доступности. Два с половиной часа ушли на ожидание ответов, два — на бесплатные и не согласованные правки, два — на переключения между задачами, полтора — на повторное чтение и восстановление контекста после прерываний.

Эти восемь часов нельзя просто добавить к оплачиваемой работе. Ожидание не становится производством от того, что специалист устал. Но их нельзя и вычеркнуть как несуществующие: они ограничивали способность Алины взять следующий заказ или спокойно отдохнуть.

Из 35 часов активной профессиональной работы только 15 были связаны с текущей оплачиваемой поставкой. Это около 43 процентов. Если добавить к ним восемь часов фраг-

ментированной доступности, доля оплачиваемого производства падает примерно до 35 процентов.

Остальные часы не были бесполезными. Продажи создавали будущую выручку, администрирование поддерживало проекты, развитие улучшало навыки, а восстановление сохраняло способность работать. Проблема заключалась в другом: Алина не знала пропорций и поэтому принимала решения вслепую.

До аудита она говорила: «У меня нет времени». После аудита формулировка стала точнее: «У меня 15 часов оплачиваемого производства, 5 часов продаж, 11 часов обслуживания, 4 часа развития и 8 часов восстановления. Ещё 8 часов исчезают в ожидании, переключениях и бесплатной работе».

С такой формулировкой уже можно что-то менять.

Чего не видно в списке услуг

Следующий шаг — развести услуги и задачи. Специалист часто говорит: «Я пишу тексты», «делаю дизайн», «консультирую», хотя клиент покупает не название профессии, а конкретный результат.

Алина записала три услуги, которые действительно повторялись в её практике.

Первая — текст страницы по согласованному брифу. В неё входили вопросы к клиенту, структура, первый вариант, проверка фактов, один раунд правок и передача финального файла. За пределами услуги оставались новые разделы, из-

менение исходных условий, самостоятельный поиск информации о продукте и бесконечные варианты заголовка.

Вторая — серия коммерческих текстов. Сюда входили планирование тем, написание, редактura и подготовка файлов. Не входили срочные изменения после утверждения и дополнительные материалы, которые клиент прислал в последний момент.

Третья — редакторский разбор. В него входили анализ текста, список проблем, приоритеты исправлений и короткая встреча по итогам. Если после разбора Алина переписывала страницу, это уже был другой этап.

Такой список нужен не для бюрократии. Он показывает, где заканчивается результат и начинается обслуживание неопределённости. Пока эти границы не названы, специалист легко принимает чужую неопределённость за собственную обязанность «ещё немного помочь».

Здесь возникает неудобный вопрос: если большая часть недели уходит не на производство, нужно ли просто брать больше заказов?

Внутренний диспетчер Алины ответил:

— Если добавить ещё один проект в ту же систему, что увеличится первым?

Она посмотрела на карту. Увеличились бы переписка, количество файлов, ожидание, число переключений и риск срочных правок. Не доход как таковой, а нагрузка вокруг дохода.

Порог дохода и допустимая нагрузка

До этой недели Алина называла своей целью 150 тысяч рублей в месяц. Цифра появилась из ощущения: «этого должно хватать». Для рабочих решений нужна не мечта, а нижняя граница.

Она составила расчёт.

Личные расходы, которые ей нужно было покрывать из выручки, составляли 105 тысяч рублей в месяц. Рабочие расходы — связь, программы, комиссии и услуги, без которых практика не функционировала, — ещё 12 тысяч. На налоги и резерв для неровных месяцев она закладывала 33 тысячи.

Её минимальная месячная потребность в выручке выглядела так:

$105\ 000 + 12\ 000 + 33\ 000 = 150\ 000$ рублей.

Это не универсальная сумма и не финансовая рекомендация. У каждого специалиста будут свои расходы, налоговый режим, семейные обязательства и размер резерва. Смысл расчёта в том, чтобы перестать называть случайную цифру «нормальным доходом» и связать её с реальной жизнью.

При средней продолжительности месяца в 4,3 недели Алине нужно было получать не меньше 35 тысяч рублей в неделю. С запасом в 15 процентов на переносы, задержки и неровный поток её рабочая цель становилась около 172,5 тысячи рублей в месяц, или примерно 40 тысяч рублей в неделю.

Затем она задала вторую границу: сколько оплачиваемого

производства можно выполнять без разрушения остальной системы?

Алина выбрала 20 часов производства в неделю. Не потому, что больше работать запрещено, а потому, что оставшиеся часы должны вместить продажи, обслуживание проектов, развитие, непредвиденные вопросы и восстановление. Если регулярно занимать производством 30–35 часов, продажи будут происходить только в панике, администрирование — ночью, а восстановление исчезнет первым.

При цели в 172,5 тысячи рублей в месяц и 20 часах оплачиваемого производства в неделю получается ориентир около 2 000 рублей выручки на один час производства. Это не готовая почасовая ставка и не цена услуги. Один час может входить в большой результат, маленький результат, пакет или срочную задачу. Расчёт нужен для проверки модели: выдержит ли она требуемый доход при выбранной загрузке.

Алина увидела неприятную вещь. На текущей неделе её прямое соотношение выручки к оплачиваемому производству выглядело неплохо: 38 тысяч рублей на 15 часов. Но если к производству добавить продажи, обслуживание, развитие и восемь часов утечек, получается 43 часа активного внимания. Именно поэтому субъективное ощущение «я работаю постоянно» не противоречило объективному результату «денег меньше, чем нужно».

Личный порог дохода отвечает на вопрос «сколько нужно получить». Допустимая загрузка отвечает на вопрос «каким

объёмом работы я готов это получать». Пока второго ответа нет, специалист пытается закрыть любую финансовую дыру дополнительными часами.

Какие операции отдавать ИИ первыми

Только после того, как появилась карта недели, Алина стала выбирать задачи для усиления с помощью ИИ. До этого ей хотелось автоматизировать всё, что казалось скучным. Теперь критерии стали строже.

Начинать стоит с задачи, которая повторяется. Если она возникает раз в месяц, не стоит превращать её в большой проект по автоматизации.

У задачи должны быть понятные входные данные и понятный результат. Например, из заметок нужно получить список вопросов к клиенту. Это надёжнее, чем поручать ИИ «сделать хороший текст» без критериев качества.

Результат должен оставаться под человеческой проверкой. ИИ может подготовить черновик, сгруппировать информацию, найти противоречия и предложить варианты. Ответственность за факты, смысл, тон и финальное решение остаётся у специалиста.

Наконец, операция должна быть обратимой. Ошибку в черновике письма можно исправить до отправки. Ошибку в обещании клиенту или неверную фактическую информацию, попавшую в готовый материал, исправлять гораздо дороже.

Алина выбрала три первые операции.

Первая — превращать неструктурированный бриф в список параметров проекта. Она вводила обезличенные заметки и просила ИИ собрать цель текста, аудиторию, формат, обязательные факты, ограничения, критерии готовности и пропущенные данные. Отдельно просила составить вопросы клиенту. Вместо двадцати минут хаотичного чтения оставалось около пяти минут на проверку.

Её рабочая заготовка выглядела так:

«Из заметок собери структуру проекта: цель, аудитория, формат, обязательные факты, ограничения, критерии готовности и неизвестные данные. Ничего не додумывай. Все предположения помечай отдельно. В конце составь список вопросов клиенту, без которых нельзя начинать работу».

Вторая — делать краткое резюме после созвона или длинной переписки. ИИ мог выделить решения, открытые вопросы, ответственных и сроки. Алина затем сверяла резюме с исходным разговором и отправляла клиенту уже проверенный вариант.

Третья — готовить черновики повторяющихся сообщений: запрос недостающих данных, напоминание о согласовании, подтверждение объёма, список следующих шагов. ИИ предлагал нейтральную формулировку, но Алина сама проверяла факты и выбирала тон. Клиент не должен получать текст только потому, что его сгенерировал ИИ. Задача не в том, чтобы убрать человеческий контакт, а в том, чтобы не тратить десять минут на каждое письмо, которое по сути со-

общает одно и то же.

Позже она добавила проверку версий: ИИ сравнивал два текста и показывал, какие смыслы, факты и условия изменились. Это помогало замечать правки Марины, которые терялись в длинном документе.

Но финальное решение Алина сознательно оставила за собой: соответствует ли текст бизнес-задаче, можно ли обещать клиенту определённый результат, достаточно ли убедителен аргумент, не нарушена ли логика предложения. Такие вопросы требуют профессионального суждения.

Если в операции есть персональные данные, коммерческая тайна, номера договоров или другая чувствительная информация, материал сначала нужно обезличить и проверить правила обработки данных в выбранном сервисе. Не следует отправлять в ИИ полный клиентский архив только ради удобства. Имена, суммы и названия можно заменить нейтральными обозначениями, если они не нужны для решения задачи.

Для выбора первой операции Алина использовала короткое дерево решений.

Если задача повторяется хотя бы несколько раз в неделю, входные данные похожи, результат можно проверить за десять минут, а ошибку исправить до отправки, её имеет смысл протестировать с ИИ.

Если задача требует конфиденциальных данных, сначала нужно обезличить материал или выбрать способ обработки,

который соответствует договорённостям с клиентом. Если это невозможно, задачу лучше оставить ручной.

Если от операции зависят стратегия, обещание клиенту, интерпретация фактов или финальный профессиональный вывод, ИИ готовит варианты и вопросы, но не принимает решение.

Если задача редкая, расплывчатая и каждый раз начинается с нуля, сначала создайте инструкцию или чек-лист. Автоматизация плохо работает там, где сам специалист ещё не понимает стабильный порядок действий.

Если проверка результата занимает больше времени, чем ручная работа, эксперимент нужно остановить или упростить. ИИ не должен превращать короткую операцию в длинную переписку с собственным помощником.

Рядом с каждой задачей Алина записала не обещание «сэкономить много времени», а проверяемую гипотезу: «сократить подготовку вопросов к брифу с 30 до 10 минут», «сократить составление резюме созвона с 20 до 7 минут», «сделать черновик письма за 3 минуты вместо 12». Через неделю она могла сравнить ожидания с фактом.

То, что ИИ ускорил работу, само по себе не обязывает снижать цену. Освободившееся время можно направить на продажи, восстановление или более глубокую работу. Иначе технология просто позволит выполнять больше задач за те же деньги.

Разговор с Ильёй

В конце недели Алина встретила с Ильёй в небольшой кофейне. Он показывал ей серию вариантов визуального оформления, которые сделал с помощью ИИ.

— Раньше на первый этап уходило три часа, — сказал он. — Теперь двадцать минут.

— А сколько ушло до того, как ты понял, какие варианты вообще подходят клиенту?

Илья замолчал и открыл заметки.

— Ещё два часа на отбор, объяснение и правки.

Они не сочли это провалом. ИИ действительно сократил создание первых вариантов, но не отменил понимание задачи, выбор решения и ответственность за результат. Более того, Илья заметил, что продолжал называть всю работу «быстрой», потому что быстро проходил один этап, хотя остальная часть процесса оставалась прежней.

Алина рассказала ему о карте недели. Илья посмотрел на таблицу и сказал:

— Получается, мне нужно считать не только, сколько времени занимает сделать макет, но и сколько времени занимает довести его до решения клиента.

Это и есть разница между ускоренной операцией и свободой в практике. Быстрее выполнить отдельную задачу — ещё не значит освободить неделю. Свобода появляется, когда освободившееся время получает назначение: оплачиваемый результат, продажи, отдых или развитие, а не новая случайная работа.

Короткая проверка реальности

Сделайте собственную карту недели за один подход, не пытаясь сразу исправить показатели.

Сначала восстановите семь последних дней по календарю, сообщениям, файлам и платежам. Записывайте действия короткими глаголами: «написал», «проверил», «ждал», «искал», «ответил», «созвонился», «отдохнул».

Затем распределите их по пяти блокам: оплачиваемое производство, продажи, обслуживание процессов, развитие, восстановление. Отдельно пометьте утечки: ожидание, переключения, бесплатные правки, бесплатные консультации, поиск и повторное чтение.

После этого ответьте не на десятки вопросов, а всего на три.

Сколько часов напрямую связано с текущей выручкой?

Сколько часов поддерживает будущую выручку?

Сколько времени ушло на то, что можно было ограничить, объединить, перенести или ускорить с помощью ИИ?

Выберите одну операцию для эксперимента. Она должна быть повторяемой, проверяемой и достаточно безопасной. Не начинайте с самой сложной части профессии. Начните с брифа, резюме, сравнения версий, списка вопросов или черновика стандартного сообщения.

В тот же день подготовьте одну границу для клиента. Например, правило одного раунда правок, срок действия предложения или время ответа на сообщения. И одну границу

для себя: рабочее окно, после которого вы не проверяете переписку, если нет заранее оговорённой срочности.

Алина закончила аудит не с новым планом на сорок пунктов, а с четырьмя решениями. Она ограничит производство двадцатью оплачиваемыми часами в неделю, выделит отдельные блоки под продажи и администрирование, перестанет разбирать чужие тексты бесплатно и протестирует ИИ на подготовке вопросов к брифу и резюме созвонов.

Её неделя не стала свободной за один вечер. Но исчезла главная путаница. Теперь она могла отличить деньги от подготовки к деньгам, работу от ожидания, развитие от просмотра уроков на фоне переписки, а восстановление — от тревожного сидения с телефоном в руке.

Право на свободный график начинается не с героического терпения и не с большого количества заказов. Оно начинается с видимой структуры собственной недели. Когда структура появилась, следующий вопрос становится неизбежным: сколько должен стоить результат, чтобы эта ограниченная загрузка действительно приносила нужный доход.

Цена результата, а не скорости

В 19:42 у Алины зазвонил телефон. Марина написала: «Нужно срочно привести в порядок страницу курса и письмо для рассылки. Исходники есть, но запуск в четверг. Сколько это будет стоить?»

Следом пришло сообщение, от которого вопрос стал тяжелее: «Мне ещё предложили сделать это за 18 тысяч. Если вы сможете быстро, было бы хорошо».

Алина открыла календарь и начала считать не задачу, а себя. Страница и письмо займут около шести часов. При привычной ставке 1800 рублей получится 10 800. Но если назвать 18 тысяч, Марина, возможно, выберет её. А если попросить 15? Тогда Алина точно не будет выглядеть дорогой. Она уже набирала: «Могу сделать за...»

Пальцы остановились над клавиатурой. И тут Алина вспомнила о другом: о вечере в среду, который собиралась оставить свободным, и об утре четверга, когда планировала работать над собственным предложением. Эти часы не были пустыми. Они принадлежали другим задачам, восстановлению и будущему доходу — просто клиент пока их не видел.

Стоило разложить неделю на производство, продажи, обслуживание, развитие, восстановление и утечки, как вопрос менялся. Считать нужно было не все часы, которые можно провести за компьютером, а те, которые действительно до-

ступны для продажи. После этого цена переставала быть случайной цифрой между страхом отказа и желанием понравиться клиенту.

Пять мифов, из-за которых цена не растёт

Миф первый: быстро сделал — значит, должен взять меньше.

Так рассуждает специалист, который продаёт время, а не результат. Если с помощью ИИ черновик текста собирается за сорок минут, ему кажется нечестным назвать полную цену. Но клиент получает не черновик, созданный за сорок минут. Он получает отобранную структуру, проверенные формулировки, адаптацию под задачу, исправленные ошибки, согласованный файл и работу, выполненную к нужной дате.

Скорость может быть преимуществом, но не обязана превращаться в скидку. Освободившиеся часы становятся ресурсом специалиста: их можно направить на другой проект, развитие или отдых. Если за ту же цену Алина делает результат быстрее, она не обманывает клиента. Она продаёт предсказуемый итог и сохраняет возможность не работать ночами.

Миф второй: вся рабочая неделя может быть оплачиваемой.

У самозанятого специалиста часто возникает иллюзия: если в месяце примерно 160 рабочих часов, значит, месячный доход нужно делить на 160. Но клиент не оплачивает составление предложений, переписку с потенциальными заказчи-

ками, ведение документов, настройку процессов, обучение и восстановление. Если человек продал только 70 часов, расчётная ставка должна учитывать не 160, а эти 70 оплачиваемых часов.

Иначе возникает ловушка: специалист берёт много мелких заказов, весь месяц занят, а денег всё равно недостаточно. Полная занятость может скрывать дефицит цены.

Миф третий: маленькая задача должна стоить мало.

Количество знаков, экранов или файлов не показывает объём ответственности. Пять абзацев на странице курса могут повлиять на решение о покупке сильнее, чем длинная статья. Один короткий текст для руководителя иногда требует нескольких созвонов, изучения продукта и аккуратного согласования формулировок. Небольшой исходник не всегда означает простой проект: порой это сжатая задача с высокой ценой ошибки.

Правильный вопрос звучит не так: «Сколько здесь текста?» Он звучит так: «Что клиент должен получить на выходе и что мне потребуется сделать, чтобы он мог этим воспользоваться?»

Миф четвёртый: если клиент сомневается, нужно сразу уступить.

Скидка, предложенная до уточнения состава работ, сообщает клиенту: первоначальная цена была взята с потолка. Кроме того, скидка не меняет срок, количество правок и уровень ответственности. Специалист делает ту же работу за

меньшие деньги, а клиент запоминает, что давление работало.

Уменьшать бюджет можно. Но вместе с ним должны уменьшаться объём, срок, количество вариантов, число согласований или уровень включённости специалиста. Меняться должен не только ценник: предложение должно стать другим.

Миф пятый: достаточно узнать цену конкурента.

Сравнение полезно только тогда, когда сопоставляются одинаковые условия. В одну сумму может входить редакция готового текста, а в другую — разбор задачи, переписывание структуры, два раунда правок и ответственность за итоговый документ. Цифры без состава работ создают ложную точность.

Если клиент говорит, что кто-то делает дешевле, это не всегда возражение против вашей цены. Иногда это просьба объяснить разницу между предложениями.

Нижняя граница начинается не с рынка

Цена должна опираться на два расчёта, и у каждого своя задача. Первый показывает, ниже какой суммы специалист начинает терять финансовую опору. Второй помогает сформировать конкретное предложение для клиента.

Минимальная ставка — это внутренняя нижняя граница. Она не обязана быть видна заказчику и не является автоматически рыночной ценой. Её задача — показать, сколько должен приносить один оплачиваемый час, чтобы выполня-

лась финансовая цель.

Расчёт выглядит так:

Минимальная выручка = (личная финансовая цель + резерв + рабочие расходы + доля нерегулярных расходов) / (1 – налоговая ставка – комиссии).

Минимальная ставка = минимальная выручка / реально оплачиваемые часы.

Личная финансовая цель — не расплывчатое «хочу зарабатывать больше». Это сумма, которая нужна на жизнь, обязательства, крупные планы и нормальный уровень спокойствия. Если специалист хочет откладывать на отпуск, ремонт или обучение, эти деньги не должны оставаться тем, что случайно сохранится в конце месяца. Они входят в финансовый план с самого начала.

Резерв нужен на месяцы с провалом в заказах, болезнь, отпуск, замену техники и другие периоды, когда работа временно не приносит обычный доход. У самозанятого нет оплачиваемого отпуска и больничного за счёт клиента. Если не заложить такие периоды заранее, каждый перерыв будет восприниматься как финансовая ошибка.

В рабочие расходы входят связь, интернет, техника, расходные материалы, профессиональные сервисы, банковские комиссии, обучение, услуги бухгалтера или консультанта, если они нужны для работы. Нерегулярные траты нужно перевести в месячную долю. Например, если за год на замену оборудования и обучение потребуется 120 тысяч рублей, в

расчёте следует учитывать по 10 тысяч в месяц.

Для налога на профессиональный доход в России обычно применяется ставка 4% при расчётах с физическими лицами и 6% при расчётах с индивидуальными предпринимателями и организациями. У специалиста с разными типами клиентов итоговая нагрузка может отличаться, поэтому в расчёт лучше подставлять собственную структуру поступлений и проверять начисления в приложении ФНС. Если используется другой налоговый режим, в формулу нужно поставить его фактическую ставку. Налог не должен появляться в расчёте уже после того, как цена названа клиенту.

Пересмотрев цифры последних месяцев, Алина составила собственный расчёт.

Её личная финансовая цель составляла 160 тысяч рублей в месяц. В резерв она решила откладывать 25 тысяч. Рабочие расходы занимали 18 тысяч, а на нерегулярные траты она заложила ещё 12 тысяч. Итого до налога ей требовалось обеспечить 215 тысяч рублей.

Поскольку основная часть её клиентов была связана с организациями и предпринимателями, для предварительного расчёта она взяла ставку 6%:

$215\,000 / 0,94 =$ примерно 228 700 рублей выручки.

Когда Алина разложила неделю по блокам, у неё осталось 75 часов в месяц, которые она действительно могла продавать. Остальные часы уходили на продажи, переписку с потенциальными клиентами, договорённости, развитие, адми-

нистративные задачи и восстановление.

$228\,700 / 75 =$ примерно 3050 рублей.

Алина округлила минимальную внутреннюю ставку до 3100 рублей. Это не означало, что любой час работы теперь стоил ровно 3100. Это означало другое: если проект требовал десяти часов её участия, а приносил 15 тысяч рублей, он не помогал выполнить финансовый план, даже если казался приятным, срочным или перспективным.

Число оплачиваемых часов нужно брать не из идеального календаря, а из реальности. Если в прошлом месяце специалист продал 80 часов, но ради этого работал семь дней в неделю, использовать 80 как устойчивую норму опасно. Лучше взять среднее за несколько месяцев и проверить его по менее удачному сценарию.

Полезная проверка проста. Сначала посчитайте ставку при обычной загрузке. Затем пересчитайте её, если оплачиваемых часов окажется на 20% меньше. Если такая разница вызывает панику, дело не обязательно в слишком высокой финансовой цели. Возможно, текущая модель слишком зависит от постоянной занятости и не оставляет места для продаж, отдыха и провалов спроса.

В этот момент Алина получила сообщение от Ильи, независимого дизайнера, с которым они иногда обсуждали работу.

«Сделал клиенту десять вариантов обложки с помощью ИИ за вечер. Взял семь тысяч. Теперь он выбирает, просит

переделать ещё четыре и хочет созвон с командой. Уже третий день сижу».

Илья быстро произвёл варианты, но продал не результат, а готовность бесконечно оставаться в проекте. Его фактическая ставка после правок и созвонов оказалась ниже той, при которой он мог бы спокойно работать. Проблема была не в использовании ИИ и не в том, что он умеет делать макеты быстро. Проблема была в отсутствии границ: сколько вариантов он готовит, кто выбирает, сколько раундов изменений входит в цену и за что именно он отвечает.

ИИ сокращает время производства, но не отменяет отбор, проверку, погружение в контекст, переговоры и ответственность. Если специалист считает проект по часам, он должен учитывать все эти этапы. Если он продаёт результат, скорость производства становится его преимуществом, а не причиной снизить цену.

Проверка реальности для своей ставки

Смотрите не на идеальную будущую жизнь, а на ближайшие шесть месяцев. Запишите сумму, которую хотите регулярно оставлять себе после уплаты налогов и рабочих расходов. Затем отдельно добавьте резерв и долю нерегулярных расходов. Не смешивайте эти пункты: иначе резерв легко посчитать дважды или не заложить вообще.

После этого откройте карту недели и выпишите только те часы, которые клиент действительно оплачивает в составе проекта. Включайте сюда не только чистое производство, но

и относящиеся к конкретному заказу созвоны, подготовку, проверку и согласование. Не включайте общие задачи по ведению бизнеса.

Получившуюся ставку проверьте на трёх последних проектах. Для каждого посчитайте фактическую выручку и все часы, которые он занял. Если эффективная ставка оказалась ниже минимальной, не спешите делать вывод: «Я медленно работаю». Сначала найдите причину: недооценённый объём, лишние правки, бесплатные созвоны, срочность без доплаты или слишком широкий результат за одну цену.

Отдельный результат и пакет

Внутренний расчёт нужен специалисту, но клиенту не обязательно покупать часы. Ему нужен понятный результат, который можно утвердить и использовать.

Отдельный результат — это конкретный завершённый объект или этап с ясной границей. Для Алины таким результатом могла быть редакторская и смысловая доработка страницы курса. Клиент получал файл, который можно было передать дизайнеру или разместить после финального согласования.

Пакет — это связка работ, которая помогает решить более широкую задачу. Например, разбор предложения, структура страницы, текст страницы, три письма и финальное согласование. В пакете клиент покупает не набор случайных действий, а снижение неопределённости: ему не нужно отдельно искать редактора, автора, человека для проверки логики

и координатора правок.

Пакет не должен быть просто длинным списком услуг. У него есть единый клиентский результат. Если специалист пишет в предложении «созвон, анализ, текст, редактура, консультация и поддержка», клиент может не понять, что изменится после оплаты. Если он видит: «К запуску у вас будет согласованная страница курса и серия писем, выстроенных вокруг одного предложения», ценность становится яснее.

Цена отдельного результата и цена пакета могут различаться не только из-за количества часов. В пакете выше ответственность за связность частей, больше координации и выше цена ошибки. Зато клиент получает одного человека, который удерживает общую логику. Это тоже часть стоимости.

Для Алины было полезно сформулировать предложения не как «столько-то часов работы», а так:

Базовый вариант: доработка готовой страницы курса и одного письма, один проход по структуре и языку, один консолидированный круг правок, срок пять рабочих дней.

Расширенный вариант: разбор предложения и аудит исходных материалов, выстраивание структуры страницы, подготовка страницы и трёх писем, два круга правок, срок семь рабочих дней.

Приоритетный вариант: объём базового варианта, выполнение в течение 48 часов, заранее забронированное рабочее окно и согласованный порядок связи.

Это три настоящих выбора, а не искусственная лестница «дёшево, нормально, дорого». Базовый вариант подходит клиенту с ясными исходниками. Расширенный нужен, если саму задачу ещё требуется прояснить. Приоритетный оплачивает не дополнительные красивые слова, а перенос работы в ближайшее окно и ограничение доступности специалиста для других дел.

Срочность, правки и неопределённость

Срочный проект — не обычный проект, который просто делают быстрее. Он перекраивает расписание. Если из-за него специалист переносит уже согласованную работу, отменяет личный план, работает вечером или отказывается от другого клиента, заказчик получает доступ к ограниченному ресурсу.

Поэтому срочность можно оценивать через последствия. Если проект помещается в свободное рабочее окно и не нарушает других обязательств, отдельная надбавка может не понадобиться. Если для него приходится перестраивать неделю, стоимость должна включать приоритет. Для проверки расчёта можно взять ориентир 30–50%, если заказ действительно вытесняет другие задачи. Это не универсальный тариф, а способ не забыть о цене переноса.

Раньше Алина называла срочную работу дешевле, потому что думала: «Я же сделаю её быстро». Теперь она видела другое: быстро для клиента означало немедленно освободить место в собственном календаре. Это не бонус, а отдель-

ное условие доступа к её времени.

С правками действует тот же принцип. В предложении нужно определить, что считается одним кругом. Например, один круг — это один объединённый список комментариев от одного ответственного лица, полученный в течение трёх рабочих дней после передачи версии. Если комментарии приходят от трёх людей в разные дни, специалист фактически получает несколько циклов согласования.

Исправления собственной ошибки не должны превращаться в дополнительную оплату. Если Алина пропустила согласованный факт или допустила очевидную техническую ошибку, она исправляет это в рамках своей ответственности. Но если после согласования Марина меняет аудиторию, добавляет новый продукт или просит написать ещё один блок, это уже изменение задачи.

Удобная формулировка звучит так: «В стоимость входит один круг правок в рамках утверждённой задачи. Изменение аудитории, структуры предложения, количества материалов или появление новых исходных данных считается дополнительным объёмом и оценивается отдельно».

Неопределённость тоже стоит денег. У проекта с ясным брифом, готовыми материалами и одним принимающим решения человеком один уровень риска. У проекта, где нет чёткого предложения, несколько участников и неизвестно, кто будет утверждать текст, уровень риска другой.

Чтобы не прятать неопределённость в случайной надбав-

ке, Алина разделила проекты на три типа.

Если исходники полные, цель понятна, а согласующий один, она закладывает небольшой резерв времени и фиксирует обычную цену.

Если часть задачи неясна, она добавляет оплачиваемый этап разбора или увеличивает срок. Сначала формируется структура и список решений, затем рассчитывается основная работа.

Если клиент сам не может описать, что продаёт и для кого, Алина не обещает сразу готовый текст. Она предлагает отдельную диагностическую работу. Иначе ей приходится брать на себя риск чужой неготовности и компенсировать его бесплатными часами.

Главное здесь не в том, чтобы обложить каждую задачу надбавками. Нужно заранее назвать, что именно делает проект дороже: короткий срок, несколько участников, неготовые материалы, большое число вариантов или высокая цена ошибки.

Разговор, в котором цена не требует защиты

На следующий день Алина вернулась к сообщению Марины уже не с одной цифрой, а с тремя предложениями. Она рассчитала трудозатраты исходя из минимальной ставки, добавила время на проверку и согласование, а затем округлила суммы так, чтобы не продавать работу ниже своей финансовой границы.

Базовый вариант она оценила в 30 тысяч рублей. В него

входили страница курса и одно письмо, работа с готовыми материалами, один созвон продолжительностью до 30 минут, один круг правок и пять рабочих дней.

Расширенный стоил 48 тысяч. В него входили разбор предложения, аудит исходников, структура страницы, страница и три письма, два круга правок и семь рабочих дней.

Срочный вариант стоил 41 тысячу. Объём оставался базовым, но срок составлял 48 часов. Алина заранее освободила под него рабочее окно и не обещала доступность в любое время суток.

Она отправила варианты и стала ждать.

Марина перезвонила через десять минут.

«Алина, я посмотрела. У меня есть предложение за 18 тысяч. А почему так дороже, если задача небольшая? Текст уже написан, его нужно просто привести в порядок».

Раньше Алина в этот момент начала бы доказывать, что она внимательная, ответственная и обычно работает быстро. Потом, скорее всего, добавила бы: «Но я могу немного уступить, если мы быстро всё согласуем».

Теперь она ответила иначе:

«Если речь идёт только о проверке готового текста без изменения структуры, это другой объём. В мой базовый вариант входит не только исправление формулировок. Я проверяю логику страницы и письма, убираю противоречия, привожу материалы к одной задаче и отвечаю за согласованную финальную версию. В цену также входит один круг правок.

Поэтому предложения стоит сравнивать по составу работ, а не только по итоговой цифре».

Марина помолчала и спросила:

«А если нужен только быстрый вариант?»

«Можно сократить задачу. Например, оставить один текст, убрать работу со структурой и ограничиться одной редакторской вычиткой. Тогда уменьшатся и результат, и моя ответственность. Но страницу и письмо в полном объёме, с тем же сроком и тем же количеством правок, за 18 тысяч я не возьму».

Это не означало отказа от клиента. Алина предложила другой обмен: меньший бюджет за меньший результат. Она не обесценила дешёвое предложение и не стала говорить, что другой специалист работает плохо. Она показала, почему две суммы могут относиться к разным задачам.

Марина снова посмотрела варианты.

«А если всё-таки нужно к четвергу?»

«Тогда подходит срочный вариант. Стоимость 41 тысяча. В него входит тот же объём, что и в базовый, но я ставлю его в ближайшее рабочее окно и сдаю за 48 часов. Один круг правок сохраняется».

После названной суммы наступила пауза.

Алина слышала в телефоне лёгкий шум. Внутри уже поднималось привычное желание заполнить тишину: «Но если дорого, можно обсудить», «Я постараюсь сделать дешевле», «Просто сейчас у меня есть окно». Она удержалась.

Пауза после объявления цены не означает, что стоимость нужно немедленно снижать. В этот момент клиент сравнивает условия, пересчитывает бюджет или просто формулирует следующий вопрос. Если специалист начинает оправдываться, пока его ещё ни о чём не попросили, он сам сообщает, что цена неустойчива.

Марина первой нарушила молчание:

«Поняла. Давайте тогда базовый в обычный срок. Срочность нам не обязательна, я просто хотела успеть быстрее».

«Хорошо. Я пришлю подтверждение состава работ и сроков. Для старта мне нужны финальная программа курса, описание аудитории и один человек, который соберёт комментарии».

Разговор занял меньше пятнадцати минут. Алина не доказала, что она лучше всех. Она сделала более практичную вещь: связала цену с результатом, объёмом и границами ответственности.

Ошибки, которые ломают даже хороший расчёт

Первая ошибка — считать только часы производства. К ним нужно добавить подготовку, проверку, созвоны и согласование, если они относятся к проекту.

Вторая — называть клиенту только минимальную ставку вместо цены результата. Часовая ставка помогает проверить экономику, но фраза «моя ставка 3100» не объясняет, что именно человек получит. Клиенту нужны состав работы и понятная граница результата.

Третья — обещать «правки до полного удовлетворения». Такая формулировка оставляет открытыми и количество циклов, и срок, и критерий завершения. Лучше определить один или два круга и отдельно описать, что считается новой задачей.

Четвёртая — включать срочность бесплатно. Если быстрый заказ меняет календарь, это нужно отразить в цене или сроке. В противном случае специалист оплачивает приоритет собственным отдыхом.

Пятая — давать скидку без сокращения объёма. Рабочая фраза здесь простая: «Могу уменьшить бюджет, если сократим результат. Давайте выберем, что убрать: второй материал, дополнительный круг правок или анализ исходных данных».

Шестая — обещать результат, на который специалист не влияет. Алина может отвечать за ясность текста, структуру и соответствие утверждённым данным. Она не может гарантировать продажи, если не управляет рекламой, продуктом, ценой и каналами привлечения. Чёткая граница ответственности не ослабляет предложение: она показывает, за что именно клиент платит.

Первый ценовой эксперимент

Не нужно сразу переделывать прайс-лист на все услуги. Возьмите ближайший похожий проект и проведите его через три шага.

Сначала посчитайте нижнюю границу: финансовая цель,

резерв, расходы, налог и реально доступные часы. Затем опишите один отдельный результат — то, что клиент сможет принять и использовать. После этого соберите три варианта, меняя не только цену, но и объём, уровень анализа, срок или доступ к вашему рабочему окну.

Перед отправкой предложения проверьте четыре вещи: понятно ли, что входит в базовый вариант; ясно ли, чем расширенный снижает неопределённость; указана ли отдельная цена за приоритет; описано ли, что происходит с дополнительными правками.

Затем отправьте варианты и не добавляйте скидку заранее. Если клиент возражает, сначала уточните, с чем он сравнивает вашу цену. Если бюджет ниже, изменяйте состав работ, а не собственную финансовую опору.

Цена, выстроенная таким образом, не делает специалиста недоступным. Она позволяет ему не брать проект в убыток, не выдавать ускорение за бесплатную услугу и не превращать каждую просьбу клиента в проверку собственной ценности. Но одной внутренней ставки недостаточно: дальше нужно понять, за какой именно результат клиент готов платить и какими словами он его описывает. К этому ведёт карта своей ценности.

Карта своей ценности

Когда финансовая нижняя граница и цена результата уже рассчитаны, возникает следующий вопрос: что именно клиент покупает у конкретного специалиста? Одних часов работы для ответа недостаточно, а список навыков быстро превращается в длинный ряд похожих друг на друга формулировок. Теперь нужно перевести внутреннюю экономику работы во внешний язык: какой результат видит клиент, как его проверить и почему за ним стоит обратиться именно к вам.

Представьте, что потенциальный клиент не слышит ни одного названия вашей профессии. Он не знает, что вы редактор, дизайнер, аналитик, консультант или специалист по работе с ИИ. Перед ним остаётся только след вашей работы: что было до неё, что изменилось после, чем это подтверждается и в каких условиях вы создаёте результат лучше всего. Если следа нет, клиенту приходится угадывать ценность по обещаниям, уверенности в голосе и низкой цене.

Профессиональная ценность — не перечень действий специалиста, а наблюдаемый результат, подтверждённый фактами и созданный в понятных условиях. В этой главе мы соберём для неё досье: кому вы помогаете, какую проблему решаете, какой сдвиг видит клиент, чем можно подтвердить компетентность и какие ограничения делают работу надёж-

нее.

Сигнал первый: вы описываете действие вместо результата

Фраза «пишу тексты» сообщает только об операции. Она не отвечает на четыре вопроса: для кого вы это делаете, в какой ситуации, что изменится и как клиент это заметит. То же происходит с формулировками «делаю презентации», «настраиваю нейросети», «помогаю с контентом», «создаю сайты», «веду социальные сети». Такие описания могут быть правдивыми, но они не помогают выбрать специалиста.

Проверка простая. После каждого описания действия задайте вопрос: «И что это даёт клиенту?»

«Пишу статьи».

И что?

«Публикации помогают экспертному проекту объяснять сложную услугу без участия руководителя в каждом разговоре».

И что?

«У потенциального клиента появляется достаточно информации, чтобы задать предметный вопрос или оставить заявку, а руководитель тратит меньше времени на повторные объяснения».

Последняя формулировка уже описывает возможный результат. Но и её нельзя автоматически превращать в обещание роста числа заявок: на решение клиента влияют цена, репутация, трафик, работа менеджеров и множество других

факторов. Если специалист располагает только данными о снижении числа повторных вопросов, ему и следует заявлять именно об этом, а не приписывать себе весь коммерческий эффект.

У результата есть несколько уровней.

Первый уровень — готовый материал или настроенный процесс. Текст написан, презентация собрана, инструкция создана.

Второй уровень — изменение в работе клиента. Менеджеру больше не приходится каждый раз объяснять одинаковые условия, новый сотрудник быстрее осваивает процедуру, команда получает единый шаблон.

Третий уровень — изменение в поведении пользователя или показателе бизнеса. Человек чаще доходит до заявки, реже ошибается при заполнении формы, быстрее выбирает подходящий вариант, а количество обращений в поддержку уменьшается.

Четвёртый уровень — финансовый результат. Проект получает больше оплаченных заказов, снижает затраты, сокращает срок сделки или освобождает дорогое время руководителя.

Специалисту не нужно каждый раз обещать результат четвёртого уровня. Говорить следует о самом высоком уровне, который действительно можно обосновать. Иногда честная формулировка второго уровня оказывается сильнее громкого заявления о росте продаж: её проще проверить, а значит,

ей легче доверять.

Сигнал второй: в описании нет наблюдателя

Результат можно обсуждать только тогда, когда понятно, кто его видит. «Улучшил коммуникацию» — не результат, если неясно, для кого она улучшилась и по какому признаку это заметно. «Сделал текст понятнее» — тоже слабое утверждение, пока не определено, что именно стало понятнее и как это проверили.

Для каждого результата найдите наблюдателя. Им может быть клиент, который видит, что стал тратить меньше времени на задачу. Это могут быть сотрудники, реже задающие одинаковые вопросы, или пользователи, быстрее находящие нужную информацию. Изменение способен заметить руководитель, если получает больше подготовленных обращений, либо аналитика, если она показывает сдвиг показателя. Иногда наблюдателя выявляет простое сравнение до и после, например уменьшение числа ошибок.

Полезный результат можно описать через четыре элемента: кто его замечает, что изменилось, по какому признаку это видно и за какой период.

Например:

«После переработки инструкции новые сотрудники проходят обязательную процедуру без постоянных уточнений. Это проверяется по числу вопросов в общем чате и времени, которое проходит до самостоятельного выполнения задачи».

Такая формулировка не обещает невозможного. Она по-

казывает объект работы и способ проверки. Если данных пока нет, это тоже нужно признать:

«Результат предполагается проверять по числу вопросов и времени выполнения; измерение ещё не проводилось».

Отсутствие измерения не делает работу бесполезной, но не позволяет выдавать гипотезу за доказанный эффект.

Сигнал третий: вы показываете объём, но не изменение

В портфолио часто перечисляют количество материалов: двадцать статей, пять презентаций, сто карточек товаров, десять настроенных сценариев. Объём показывает способность выдерживать нагрузку, но почти ничего не говорит о полезности результата.

Число материалов имеет значение, если связано с задачей. Например, формулировка «подготовил 40 карточек товаров за две недели» показывает масштаб и срок. Но сильнее звучит так:

«Подготовил 40 карточек товаров по единой структуре, благодаря чему команда перестала собирать описание заново для каждого запуска; полноту данных проверяли по контрольному списку».

Здесь видны не только скорость и объём, но и изменение процесса.

Рядом с любой цифрой должны стоять три уточнения: что было до, что стало после и почему это изменение можно связать с вашей работой.

Без этих уточнений показатель может вводить в заблуждение. Рост числа заявок после публикации текста ещё не доказывает, что именно текст стал причиной роста. Возможно, параллельно запустили рекламу, изменили цену или расширили ассортимент. Надёжная формулировка отделяет наблюдение от причинного вывода:

«После обновления страницы за шесть недель число заявок выросло с 40 до 55. В тот же период менялись рекламный бюджет и цена услуги, поэтому результат нельзя полностью приписать тексту. По обратной связи отдела продаж стало меньше вопросов о базовых условиях».

Такой уровень точности укрепляет доверие. Клиент видит специалиста, который умеет различать собственный вклад и общий результат бизнеса.

Сигнал четвёртый: у вас «всё для всех»

Фраза «работаю с любыми задачами и нишами» кажется безопасной. Она оставляет больше возможностей и не отталкивает потенциального заказчика. На практике она заставляет каждого клиента самостоятельно выяснять, есть ли у специалиста подходящий опыт.

Узкая специализация не означает отказ от смежных навыков. Она означает, что на внешнем уровне вы выбираете понятную точку входа. Внутри этой точки могут оставаться исследование, структура, редактура, дизайн, аналитика, автоматизация и работа с ИИ.

Разница видна на примере.

Внешнее описание: «Пишу тексты, редактирую материалы, составляю контент-планы, анализирую аудиторию, делаю презентации и помогаю с нейросетями».

Внутренний процесс: изучаю продукт, провожу интервью с экспертами, собираю вопросы аудитории, разрабатываю структуру, с помощью ИИ получаю черновые варианты, проверяю факты, редактирую и готовлю материалы для разных каналов.

Внешнее предложение: «Помогаю российским образовательным проектам объяснять сложные программы на страницах и в материалах, после которых потенциальные ученики задают более предметные вопросы и быстрее ориентируются в формате обучения».

Смежные навыки никуда не исчезли. Они просто перестали конкурировать друг с другом за внимание клиента. Специалист продаёт не набор инструментов, а понятный переход из проблемной точки в более удобное состояние.

Как найти наблюдаемый результат

Начните не с профессии, а с последнего завершённого проекта. Возьмите работу, за которую клиент уже заплатил или которую действительно использовал. Запишите ответы на четыре вопроса.

Что не устраивало клиента до начала работы?

Что изменилось после вашей работы?

Кто заметил это изменение первым?

Каким фактом или наблюдением его можно подтвердить?

Ответ «клиенту понравилось» недостаточен. Положительный отзыв подтверждает удовлетворённость взаимодействием, но не всегда подтверждает деловой результат. Его можно использовать как дополнение к данным: отзыв показывает, что процесс был понятным и удобным, а цифры или сравнение до и после — что изменился объект работы.

Результаты могут быть разными по природе.

Финансовые результаты — больше оплаченных заказов, меньше расходов, выше средняя стоимость сделки.

Временные — меньше часов на рутинную операцию, быстрее подготовка документа, короче срок согласования.

Операционные — меньше ошибок, повторяющихся вопросов, ручных действий или переделок.

Пользовательские — человек быстрее находит информацию, реже бросает процесс, точнее понимает условия.

Управленческие — у руководителя появляется прозрачная картина, у команды — единый порядок работы, у проекта — понятные критерии качества.

Репутационные — сложный продукт воспринимается последовательно, публичные материалы не противоречат друг другу, эксперт выглядит компетентно не за счёт громких заявлений, а благодаря ясности.

Последнюю группу особенно важно связывать с конкретными признаками. «Сделал бренд сильнее» распадается при проверке. «Привёл описания услуг к единой логике, чтобы клиент мог сравнить варианты без дополнительных поясне-

ний» уже описывает наблюдаемое изменение.

Досье на ценность: пять колонок

Соберите карту не из общих самоописаний, а из материалов проектов. Для начала достаточно трёх завершённых работ. Если проектов больше, выберите те, где повторяется тип задачи или похожий результат.

Кому помогаю. Определённая группа клиентов в конкретной ситуации.

Какую проблему решаю. Что мешает им двигаться быстрее, продавать, объяснять, управлять или снижать количество ошибок.

Какой результат видит клиент. Какое изменение можно заметить без профессионального жаргона.

Чем это подтверждается. Цифры, материалы до и после, отзывы о процессе, повторные обращения, зафиксированные наблюдения.

Какие условия работы ограничивают меня и усиливают результат. С какими задачами, сроками, каналами связи, объёмом правок и исходными данными вы работаете лучше всего.

Не заполняйте эти поля в отрыве друг от друга. Проблема должна объяснять результат, доказательство — подтверждать именно этот результат, а условия — показывать, почему обещание выполнимо.

Условный пример для редактора, который работает с материалами сложных услуг.

Кому помогаю. Российским сервисным компаниям, которым нужно объяснить клиенту непростой процесс ещё до обращения к менеджеру.

Проблема. Описание услуги перегружено внутренними терминами, разные сотрудники объясняют её по-разному, а потенциальные клиенты задают одни и те же базовые вопросы.

Результат. Страница и сопроводительные материалы дают клиенту последовательное понимание условий; менеджеры получают более подготовленные обращения; число повторных вопросов можно сравнить до и после.

Подтверждение. Версии текста до и после, перечень вопросов от менеджеров, записи обращений, данные по просмотрам ключевых разделов, отзыв ответственного сотрудника. Если есть измерение, добавляются конкретные значения и период.

Условия. Нужен доступ к исходным материалам и сотруднику, который принимает решения. Работа выполняется не в режиме «срочно за вечер». Число циклов правок заранее ограничено. Конфиденциальные и персональные данные не передаются в ИИ-сервисы без разрешённого клиентом процесса и необходимых мер защиты.

Это уже не просто описание услуги. В нём видна логика выбора: специалист подходит тем, кому нужно не «написать текст», а устранить путаницу в сложном объяснении. Условия не выглядят капризом. Они показывают, что качество

зависит от доступа к фактам, времени на проверку и управляемого согласования.

Как собирать доказательства, не приукрашивая

Доказательство компетентности — не обязательно известный клиент или впечатляющий процент. При выборе специалиста работают несколько типов свидетельств.

Первый тип — прямой результат. Это измерение показателя, сравнение до и после, сокращение времени, уменьшение количества ошибок, изменение пользовательского поведения. Чем ближе показатель к исходной задаче, тем сильнее доказательство.

Второй тип — материальный след. Версия документа до работы и после неё, структура презентации, инструкция, сценарий, макет, таблица, схема процесса. Материал показывает не только финальный вид, но и качество принятых решений.

Третий тип — подтверждение клиента или коллеги. Отзыв, повторное обращение, расширение задачи, рекомендация. Такое свидетельство говорит о доверии и качестве взаимодействия. Оно не заменяет данные о результате, но помогает понять, как специалист работает.

Четвёртый тип — воспроизводимый процесс. Понятные этапы, критерии проверки, контрольный список, способ согласования. Если прямой бизнес-эффект зависит от множества переменных, процесс становится самостоятельной частью ценности: клиент покупает предсказуемость и сниже-

ние риска.

Для каждого кейса используйте короткую последовательность.

Контекст. Что это был за проект и на каком этапе он находился.

Исходная проблема. Что мешало клиенту и как это проявлялось.

Вклад специалиста. Какие действия были выполнены и какие решения приняты.

Наблюдаемый результат. Что изменилось после работы.

Подтверждение. Где находится свидетельство: в цифрах, документах, сообщениях, данных или повторном заказе.

Ограничения вывода. Что нельзя приписать себе, потому что на результат влияли другие изменения.

Последний пункт часто пропускают. Он делает кейс сильнее, а не слабее. Если вы редактировали страницу, но не отвечали за рекламу, не пишите: «Увеличил продажи». Пишите: «Перестроил страницу под вопросы аудитории; после публикации менеджеры стали получать меньше запросов о базовых условиях, а коммерческий результат дополнительно зависел от рекламного трафика и работы отдела продаж».

Если проект конфиденциальный, можно изменить название компании, скрыть суммы и убрать персональные сведения, сохранив структуру задачи и честные показатели. При необходимости заранее получите разрешение на публикацию. Нельзя вставлять в публичное портфолио внутренние

документы, персональные данные клиентов или переписку только потому, что они хорошо доказывают вашу работу.

Если реальных цифр нет, не подменяйте их правдоподобными. Используйте другие формы доказательств и прямо указывайте, чего пока не измеряли. Для начинающего специалиста допустимы учебный проект, собственный эксперимент, демонстрационный образец или разбор открытых материалов. Но учебный проект должен быть обозначен как учебный, а предполагаемый эффект — как гипотеза.

Сигналы слабого досье

Фраза «клиент остался доволен» без уточнений. Покажите, что именно клиент назвал полезным, вернулся ли он с новой задачей и изменился ли после работы его процесс.

Число без базы и периода. Формулировка «увеличил конверсию на 30 процентов» ничего не говорит без исходного значения, длительности измерения и понимания, какие ещё изменения происходили.

Снимок результата без контекста. Красивая страница или презентация показывают вкус, но не объясняют, какую проблему они решали.

Описание только собственного труда. «Провёл десять интервью и подготовил сто вариантов» говорит о процессе, но не о том, что получил клиент.

Приписывание себе коллективного результата. Если в проекте участвовали маркетолог, руководитель, дизайнер и менеджеры, разделите вклад. Точность границ повышает до-

верие к остальным утверждениям.

Слишком много обещаний. Если в одном абзаце специалист гарантирует рост продаж, снижение расходов, повышение лояльности и освобождение времени, ни один из результатов не выглядит доказанным.

Узкая специализация без профессиональной клетки

Страх специализации обычно звучит так: «Если я назову одну нишу, то потеряю всех остальных». Это происходит, когда специализацию путают с пожизненным отказом от других задач.

Специализация может быть узкой по нескольким основаниям.

По аудитории — например, образовательные проекты, сервисы для бизнеса, частные специалисты.

По ситуации — запуск новой услуги, перестройка сложного описания, передача процесса новой команде.

По результату — понятное объяснение, снижение объёма ручной работы, уменьшение количества ошибок, подготовка материалов к продаже.

По формату работы — аудит, создание системы, редактурa, настройка процесса.

Необязательно одновременно выбирать все четыре основания. Достаточно одного ясного сочетания, которое повторяется в ваших проектах.

Есть полезное правило: узкой должна быть дверь, но не

мастерская. Внешнее предложение помогает клиенту узнать себя. Внутри вы используете все навыки, которые ускоряют и усиливают работу.

Проверьте каждый смежный навык по трём вопросам.

Он прямо помогает обещанному результату? Тогда оставьте его внутри процесса и при необходимости объясните в кейсе.

Он создаёт отдельный результат для другой аудитории? Тогда оформите отдельное предложение, а не добавляйте его в общий список.

У вас есть только интерес, но нет подтверждения? Тогда не продавайте этот навык как доказанную специализацию. Сначала создайте небольшой проект и соберите факты.

Например, работа с ИИ может быть вашим внутренним способом быстро разобрать массив материалов, получить варианты структуры, найти несостыковки или подготовить черновик. Клиенту не всегда нужен «текст, созданный ИИ». Ему нужен проверенный материал, подготовленный быстрее, с сохранением фактов, стиля и конфиденциальности. ИИ в этом случае — часть процесса, а не сама ценность.

Ограничения, которые повышают ценность

Специалист часто скрывает ограничения, чтобы казаться удобнее. Он пишет, что готов работать в любое время, брать любое количество задач, вносить бесконечные правки и начинать немедленно. Такое предложение выглядит гибким только до первой перегрузки.

Ограничение становится частью ценности, если объясняет, как оно защищает результат.

«Не беру задачи день в день» означает, что в работе есть время на изучение материалов и проверку.

«Одновременно веду не больше нескольких крупных проектов» означает, что клиент не теряется в очереди и получает управляемое внимание.

«Работаю через одного ответственного со стороны клиента» означает, что решения не расходятся между пятью участниками.

«Включаю один согласованный круг правок» означает, что стороны заранее определяют критерии готовности и не превращают задачу в бесконечное редактирование.

«Не начинаю без исходных данных и доступа к эксперту» означает, что вы не будете заполнять пробелы догадками.

«Не передаю необезличенные клиентские материалы в ИИ-сервисы» означает, что скорость не покупается ценой нарушения конфиденциальности и требований к персональным данным.

«Предпочитаю письменные вопросы и решения» означает, что договорённости сохраняются, а участники могут вернуться к ним без пересказа.

Ограничение должно быть связано с конкретным риском. Если вы просто сообщаете: «Работаю только по будням», это условие. Если объясняете, что проверка фактов и финальное согласование проходят в рабочее время, поэтому сроч-

ные вечерние изменения не входят в стандартный процесс, условие превращается в часть предсказуемости.

Не нужно превращать все личные особенности в преимущества. Ограничение полезно только тогда, когда оно помогает создать лучший результат для подходящего клиента. Если вы не любите созвоны, это не обязательно уникальная специализация. Но если письменный формат позволяет тщательно фиксировать требования, снижает число разночтений и подходит клиенту с распределённой командой, его можно включить в предложение.

Формула позиционирования в одном предложении

Позиционирование — это короткое объяснение, кому вы полезны, с какой проблемой работаете и какого результата помогаете достичь. Это не рекламный лозунг и не окончательное описание всей карьеры. Его задача — дать клиенту основание продолжить разговор и проверить ваши доказательства.

Используйте несколько вариантов, а затем выберите тот, который точнее соответствует реальным проектам.

Формула результата:

«Помогаю [кому] решить [проблему], чтобы [наблюдаемый результат], при этом работаю [ключевое условие]».

Пример:

«Помогаю сервисным компаниям объяснять сложные услуги в текстах и инструкциях, чтобы клиентам было проще выбрать подходящий вариант, работая с одним ответственным».

ным и проверенными исходными материалами».

Формула ситуации:

«Когда [ситуация], я помогаю [кому] получить [результат] с помощью [способ работы]».

Пример:

«Когда образовательный проект запускает новую программу, я помогаю превратить разрозненные экспертные материалы в понятную структуру, по которой потенциальный ученик может разобраться в формате и условиях обучения».

Формула проблемы:

«Если [признак проблемы], я помогаю [кому] устранить [что мешает] и проверить результат по [признак]».

Пример:

«Если менеджеры каждый раз заново объясняют клиентам условия услуги, я помогаю перестроить материалы вокруг реальных вопросов и проверить результат по числу повторяющихся обращений».

Формула специализации:

«Работаю с [аудитория] в ситуации [ситуация], создавая [результат]; внутри процесса использую [смежные навыки]».

Пример:

«Работаю с небольшими командами, которым нужно сократить ручную подготовку типовых материалов, создавая проверяемый процесс с ИИ; внутри использую исследование, настройку шаблонов, редактуру и контроль фактов».

В последнем варианте важно не обещать «автоматизацию

всего». Слово «проверяемый» задаёт правильную планку: клиент понимает, что результатом будет не магическое исчезновение работы, а конкретный процесс с понятными границами.

Проверьте готовое предложение по пяти вопросам.

Можно ли понять его без профессионального жаргона?

Узнает ли целевой клиент свою ситуацию?

Описан ли результат, который можно заметить или проверить?

Есть ли у вас хотя бы одно доказательство этого результата?

Отличает ли предложение вас от специалиста, который делает то же самое для всех подряд?

Добавьте ещё три проверки.

Не обещает ли формулировка то, на что вы не влияете напрямую?

Не пытается ли она вместить все ваши навыки?

Понятно ли, в каких условиях вы работаете лучше всего?

Если на два или три вопроса ответ отрицательный, не усиливайте текст прилагательными вроде «качественный», «комплексный» или «уникальный». Вернитесь к досье и уточните аудиторию, проблему, результат или доказательство.

Алгоритм сборки досье за один рабочий подход

Сначала выберите пять последних проектов или рабочих задач, где есть хотя бы небольшой фактический след. Не бе-

рите только самые красивые работы. Иногда наиболее полезным оказывается проект с невидимым результатом: сокращением времени, снижением количества ошибок или упрощением согласования.

Затем для каждого проекта запишите исходную точку одной фразой. Не «клиенту нужен был текст», а «клиенты не понимали разницу между двумя услугами» или «менеджеры вручную отвечали на одинаковые вопросы».

После этого укажите собственный вклад. Отделите действия от решений: не только «написал», но и «выбрал структуру на основе вопросов пользователей»; не только «настроил шаблон», но и «определил, какие операции можно передать ИИ, а какие требуют проверки специалиста».

Далее зафиксируйте результат в наблюдаемой форме. Если есть цифра, добавьте базу и период. Если цифры нет, назовите материал, отзыв, изменение процесса или пользовательское поведение, которое можно предъявить.

На следующем шаге выпишите ограничения. Отметьте, какие клиенты, сроки, объём входных данных и формат взаимодействия помогали вам работать хорошо. Не оправдывайтесь за ограничения; связывайте их с качеством и предсказуемостью.

Потом найдите повторения. Если в трёх проектах появилось одно и то же сочетание аудитории, проблемы и результата, это кандидат на специализацию. Если повторяется только навык, но не результат, пока рано строить вокруг него пред-

ложение.

В конце составьте три версии одного предложения: максимально ясную, более узкую и более осторожную. Сравните их с фактами. Побеждает не самая эффектная версия, а та, которую можно подтвердить портфолио и рабочими условиями.

После сборки проведите короткий аудит портфолио. В каждом описании должно быть понятно, что происходило до работы, какую роль сыграли вы и что изменилось. Если абзац нельзя проверить ни одним документом, наблюдением или отзывом, сократите обещание или добавьте доказательство.

Самообесценивание часто маскируется под скромность. Оно звучит в словах «просто», «немного», «могу попробовать», «делаю всё понемногу». Эти слова не делают предложение честнее. Честность достигается границами: «работаю с такими задачами», «не обещаю такой эффект без данных», «результат проверяю по таким признакам», «для работы нужны такие условия».

Когда у специалиста появляется карта ценности, цена перестаёт висеть в воздухе. Клиент видит не количество часов и не скорость набора текста, а связку: проблема, результат, доказательство, способ работы. Именно эту связку можно защищать в переговорах и улучшать с каждым новым проектом.

Карта ценности не заменяет навык. Она не превращает слабую работу в сильную и не создаёт доказательства там,

где их нет. Но она не позволяет хорошему результату раствориться в общем описании и помогает заметить, какие задачи действительно стоит брать дальше.

Следующий шаг связан с ИИ напрямую. Когда результат, клиент, ограничения и критерии проверки уже определены, можно проектировать рабочий контур: какие этапы оставить за собой, где использовать ИИ, какие данные ему передавать и как проверять выход. Если начать с промпта раньше, инструмент будет ускорять неясную задачу и производить больше материалов без гарантии полезности.

Сначала контур, потом промпт

После карты недели и карты собственной ценности естественно перейти к следующему практическому вопросу: как превратить ИИ из ещё одного окна с красивыми ответами в рабочий инструмент, который усиливает именно ваш результат. Доход растёт не от того, что вы быстрее получаете черновики. Он растёт, если с помощью ИИ вы точнее формулируете задачу, находите слабые места, предлагаете варианты и сокращаете рутинные операции, не отдавая машине смысловое решение.

Проверить это можно с помощью простого эксперимента. Возьмём одну задачу и сформулируем её двумя способами.

Два запроса, две разные работы

Запрос первый:

«Сделай хорошую стратегию продвижения для сервиса учёта заказов. Напиши понятно, современно и убедительно».

Ответ на такой запрос, скорее всего, будет гладким. В нём появятся широкая аудитория малого бизнеса, удобство, экономия времени, прозрачность процессов, автоматизация, призыв оставить заявку и несколько универсальных каналов продвижения. Текст может выглядеть профессионально, но использовать его будет трудно: непонятно, для кого именно он написан, какую проблему решает, на каких данных осно-

ван и что считать хорошим результатом.

Запрос второй:

«Работай как аналитик-консультант по коммуникации. Нужно подготовить три направления позиционирования для страницы сервиса учёта заказов. Цель страницы — получить заявки на демонстрацию продукта от владельцев небольших сервисных компаний. В приложенном брифе есть описание продукта, выдержки из пяти интервью с клиентами, данные по заявкам за последний месяц и ограничения по срокам теста. Не добавляй факты, которых нет в материалах. Отделяй подтверждённые сведения от гипотез и неизвестных. Сначала перечисли пробелы в данных и вопросы, без которых рискованно выбирать направление. Затем предложи три разные логики позиционирования. Для каждой укажи, кому она адресована, какую проблему выдвигает на первый план, какое действие предлагает, какие доказательства нужны и какой риск связан с этим подходом. Сравни направления по пяти критериям: соответствие аудитории, наличие доказательств, ясность обещания, сложность запуска и возможность проверить результат за четыре недели. Итог представь в виде структурированного списка, а не готового рекламного текста».

Этот запрос длиннее не ради длины. Он задаёт рабочую конструкцию. ИИ получает не абстрактное «сделай хорошо», а роль, цель, адресата, входные материалы, ограничения, порядок действий, формат и критерии, по которым

можно проверить результат.

Промпт — это текстовая инструкция, которую специалист передаёт ИИ. Контур задачи — более широкая конструкция: в неё входят не только слова запроса, но и решение, которое нужно принять, материалы, ограничения и способ проверки результата. Промпт без контура похож на попытку заказать деталь для неизвестного механизма: можно получить аккуратно изготовленный предмет, но не факт, что он подойдёт.

Гладкость ответа здесь опасна. Она создаёт ощущение, что работа уже сделана. Но гладкий текст может быть адресован не той аудитории, опираться на придуманные сведения, обещать недостижимый результат или требовать ресурсов, которых нет у клиента. Чем лучше ИИ имитирует уверенный профессиональный тон, тем строже нужно проверять пригодность ответа.

Что входит в контур задачи

Контур не обязан занимать несколько страниц. Для большинства рабочих задач достаточно восьми элементов.

1. Цель

Опишите не только документ, который нужно получить, но и решение или действие, к которому он должен привести.

«Сделать презентацию» — это формат результата.

«Получить от клиента решение о тестовом запуске на одном сегменте» — цель.

«Написать десять публикаций» — объём работы.

«Сформировать поток заявок на консультацию из кон-

кредитного сегмента» — цель.

Если цель не сформулирована, ИИ будет оптимизировать то, что видно снаружи: количество слайдов, длину текста, число идей. Вы же можете ожидать от него изменения поведения клиента, продажи или экономии времени. Именно этот разрыв создаёт большую часть бесполезных ответов.

2. Аудитория

Укажите, кто будет читать, использовать или оценивать результат. Речь не только о возрасте и должности. Важно знать уровень знаний человека, его текущую ситуацию, мотивацию, сомнения и право принимать решение.

Для отчёта это может быть руководитель, которому нужно выбрать один из двух вариантов бюджета. Для инструкции — администратор, который будет выполнять действия по шагам и не располагает временем на изучение теории. Для коммерческого текста — владелец небольшой компании, который уже пробовал похожее решение и опасается сложного внедрения.

Слово «клиент» слишком широко. Если один текст должен одинаково обращаться к владельцу бизнеса, пользователю сервиса и финансовому директору, ИИ сгладит различия и создаст усреднённое обращение.

3. Контекст

Контекст отвечает на вопрос: в какой ситуации появилась задача и что происходило до неё?

Нужно ли заменить слабый текущий материал или создать

новый? Это первый тест или продолжение кампании? Клиент выбирает между несколькими исполнителями? Продукт уже продаётся или только проверяет гипотезу? Есть ли внутренний конфликт между отделами? Какая попытка уже не сработала?

Без контекста ИИ не знает, что нельзя повторять, какие решения уже отвергнуты и почему возникли некоторые ограничения.

4. Исходные данные

Это материалы, на которых разрешено строить ответ: бриф, интервью, статистика, техническое описание, отзывы, примеры прошлых работ, требования заказчика, черновик, список утверждённых фактов.

Исходные данные нужно не просто прикрепить, а описать. Укажите, какие документы главные, какие вспомогательные, где находятся свежие сведения, а где — старые. Если один файл содержит идеи, а другой — подтверждённые показатели, ИИ должен понимать разницу между ними.

5. Ограничения

Ограничения задают пространство допустимых решений. Это срок, бюджет, объём, формат, канал, стиль, требования к конфиденциальности, юридические запреты, технические возможности и список того, чего делать нельзя.

«Нужен текст до 3000 знаков, без неподтверждённых обещаний, для страницы на русском языке, с одним призывом к действию, без профессионального жаргона» — рабочие

ограничения.

«Сделай красиво и убедительно» — не ограничение, а пожелание, которое пока нельзя проверить.

6. Критерии качества

Критерий должен позволять сравнить результат с требованием. «Интересно» и «сильно» годятся как предварительные ощущения, но не как единственная система оценки.

Для аналитической записки критериями могут быть точность расчётов, ясность вывода, связь с решением и наличие источников. Для сценария консультации — логичность вопросов, отсутствие повторов, соответствие уровню клиента и возможность провести разговор за отведённое время. Для рекламного текста — соответствие аудитории, ясность проблемы, доказуемость обещания и конкретность следующего шага.

7. Формат выдачи

Определите, что именно должен вернуть ИИ: список, таблицу, структуру отчёта, набор вариантов, редакторские замечания, вопросы к клиенту, черновик или план проверки. Это сэкономит время на переработку.

Если нужен выбор между вариантами, просите не только сами варианты, но и их сравнение. Если нужно обнаружить пробелы, просите сначала список неизвестных, а не готовое решение. Если нужно отредактировать текст, задайте границы вмешательства: сохранить смысл, сократить на 20 процентов, не менять факты, выделить спорные места.

8. Шаг проверки

Заранее определите, как будет установлено, что результат пригоден. Это может быть сверка с исходными материалами, проверка чисел, контроль длины, просмотр пяти ключевых утверждений, тест на представителе аудитории или согласование с клиентом.

Без шага проверки процесс заканчивается на первом правдоподобном ответе.

Упражнение 1. Перевод просьбы в результат

Возьмите одну реальную задачу ближайшей недели. Например: «Нужно подготовить предложение для клиента», «Нужно написать серию публикаций», «Нужно разобрать интервью», «Нужно обновить презентацию».

Запишите её в три строки.

Первая строка: какой артефакт нужно получить.

Вторая строка: какое решение или действие должно последовать за этим артефактом.

Третья строка: по каким двум-трьём признакам вы поймёте, что результат пригоден для работы.

Пример:

Артефакт: предложение по тестовому продвижению услуги.

Действие: клиент выбирает один сегмент и согласует четырёхнедельный эксперимент.

Критерии: в предложении есть подтверждённая проблема сегмента, понятная логика проверки и оценка необходимых

ресурсов.

Теперь добавьте аудиторию, исходные данные, ограничения, формат и шаг проверки. Не пытайтесь сразу писать красивую инструкцию для ИИ. Сначала заполните рабочую карточку человеческим языком.

Частый сбой — подмена цели форматом. Специалист пишет: «Нужна презентация на десять слайдов», хотя на самом деле ему нужно снять возражения клиента и получить согласование бюджета. ИИ честно выдаёт десять слайдов, но задачу не решает.

Второй сбой — использование критериев вкуса вместо критериев качества. Если вы пишете «пусть будет живо», добавьте наблюдаемые признаки: короткие предложения, один тезис на абзац, конкретные примеры, отсутствие общих обещаний, два варианта заголовка для теста.

Третий сбой — попытка закрыть неизвестность красивой формулировкой. Если вы не знаете, кто принимает решение, какой бюджет доступен или какое возражение главное, это не повод поручать ИИ угадать. Это пункт для исследования или вопрос клиенту.

Кому отдавать работу, а что оставлять себе

ИИ особенно полезен там, где нужно быстро преобразовать уже имеющийся материал. Он может извлекать факты из большого текста, группировать похожие ответы, находить повторы, предлагать варианты структуры, формулировать вопросы, моделировать возражения, сокращать и рас-

ширять текст, проверять его по заданным критериям.

Человеку следует оставлять задачи, в которых нужно выбрать смысл и принять ответственность:

1. Определить, какую проблему действительно нужно решать.
2. Решить, чьи интересы имеют приоритет, если они конфликтуют.
3. Отделить факт от правдоподобного предположения.
4. Выбрать допустимый риск и цену ошибки.
5. Проверить утверждения, которые влияют на деньги, репутацию, право, безопасность или здоровье.
6. Согласовать решение с клиентом и объяснить его последствия.
7. Принять финальный результат как профессиональную работу, а не как «ответ сервиса».

Одна из самых неудачных формулировок выглядит так: «Проанализируй рынок, выбери лучшее позиционирование и напиши итоговую кампанию». В ней смешаны исследование, интерпретация, выбор стратегии и производство текста. ИИ в таком случае легко выдаёт уверенное решение, не показывая, где закончились данные и начались предположения.

Разделите задачу на роли. Сначала ИИ работает как исследователь: извлекает сведения и выявляет пробелы. Затем — как генератор: предлагает несколько направлений, не выдавая их за установленную истину. После этого — как аналитик: сравнивает варианты по критериям. Затем — как редак-

тор: проверяет выбранный вариант и помогает довести его до нужной формы. Специалист остаётся оператором процесса и принимает смысловое решение.

Одна и та же система может несколько раз менять роль, но каждая смена должна быть обозначена. Не просите ИИ одновременно придумать, одобрить и отредактировать собственную идею. Разделение проходов снижает риск, что первая удачная формулировка станет «правильной» только потому, что уже появилась на экране.

Упражнение 2. Инвентаризация сырья

Возьмите бриф, заметки или переписку по проекту. Разметьте сведения тремя статусами.

Факт — прямо указан в источнике и может быть процитирован или проверен.

Гипотеза — разумное предположение, вывод или идея, которую ещё нужно подтвердить.

Неизвестно — сведения отсутствуют, противоречат друг другу или требуют отдельного вопроса.

Пример:

Факт: в пяти интервью пользователи упоминали задержки при обработке заявок.

Гипотеза: если показать контроль сроков, количество заявок увеличится.

Неизвестно: кто в компании принимает решение о покупке и может ли он менять текущий процесс.

Эта разметка нужна не для формальности. Она защищает

от незаметной подмены. Когда ИИ видит рядом статистику, комментарий клиента и вашу рабочую гипотезу, он может описать всё одним уверенным тоном. В результате предположение начнёт выглядеть как исследованный вывод.

Используйте такой запрос:

«Работай только с приложенными материалами. Извлеки утверждения и раздели их на три группы: подтверждённые факты, гипотезы и неизвестные. Для каждого факта укажи источник или фрагмент материала. Для каждой гипотезы объясни, на каком наблюдении она основана, но не называй её фактом. В группе неизвестных выдели сведения, отсутствие которых может изменить решение. Если документы противоречат друг другу, покажи оба утверждения и укажи противоречие. Ничего не додумывай».

После ответа выборочно проверь несколько пунктов по первоисточнику. ИИ может неверно понять отрицание, перепутать говорящего, слить два похожих утверждения или принять пример за описание всей аудитории.

Частый сбой — загружать в ИИ всё подряд. Чем больше неподготовленного материала, тем выше риск, что важное требование потеряется среди повторов. Сначала удалите лишнее, разделите документы по назначению и укажите приоритеты.

Другой сбой — считать краткое резюме заменой первоисточника. Резюме удобно для ориентира, но спорное утверждение нужно проверять в исходной записи, таблице или до-

кументе. ИИ способен ускорить навигацию по сырью, но не отменяет проверку.

При работе с материалами клиента удаляйте имена, телефоны, адреса, электронную почту, реквизиты, номера договоров и другие сведения, которые не нужны для решения. Если в документах есть персональные данные, соблюдайте требования законодательства Российской Федерации о персональных данных и внутренние правила клиента. Обезличивание не означает механическую замену имени другим именем: если идентификация не нужна, лучше удалить признак целиком. Коммерческие тайны и непубличные показатели также нельзя передавать во внешний сервис без разрешённого порядка обработки.

Рабочий цикл: исследовать, придумать, проверить, отредактировать

После подготовки контура начинается не один большой запрос, а короткая последовательность проходов. У каждого прохода свой результат.

Первый проход: найти пробелы

Начинайте с вопроса: «Чего нам не хватает для решения?» Это особенно полезно, когда клиент дал короткий бриф с формулировкой «нужно больше продаж» или «нужно обновить коммуникацию».

Запрос для роли исследователя:

«Изучи контекст и исходные материалы. Не предлагай финальное решение. Составь список: что уже известно, какие

сведения противоречат друг другу, какие данные отсутствуют, какие вопросы критичны для выбора направления, а какие можно отложить. Раздели вопросы на блокирующие решение, полезные для уточнения и необязательные».

Такой порядок меняет разговор с клиентом. Вместо общего «пришлите больше информации» появляется конкретный список: какой сегмент приоритетен, какое действие ожидается от аудитории, чем подтверждается обещание, какие ресурсы доступны, кто согласует результат.

Второй проход: создать варианты

Теперь ИИ может перейти к роли генератора. Но варианты нужно просить как разные логики решения, а не как три почти одинаковых заголовка.

Запрос:

«На основе подтверждённых сведений и отдельно отмеченных гипотез предложи три направления. Они должны различаться главным объяснением ценности, а не только словами. Для каждого направления укажи, кому оно адресовано, какую проблему выдвигает на первый план, какое обещание даёт, какие доказательства необходимы, какое есть ограничение, в чём риск и как можно проверить результат. Не формулируй неподтверждённые сведения как факты».

Если исходных данных мало, генерация всё равно возможна, но статус результата меняется. Это не готовая стратегия, а набор рабочих гипотез. Такое различие нужно обозначить в самом запросе и сохранить в документе.

Третий проход: сравнить варианты

ИИ умеет перечислять идеи быстрее, чем принимать решения. Но если попросить его «выбрать лучший вариант», он часто выберет наиболее привычный или красноречиво описанный. Задайте критерии и попросите показать ход сравнения.

«Сравни направления по шкале от одного до пяти по следующим критериям: соответствие аудитории, сила подтверждений, ясность обещания, сложность запуска, возможность проверить результат в заданный срок. Для каждого балла дай короткое обоснование со ссылкой на исходные данные. Если критерий нельзя оценить из-за нехватки информации, поставь “недостаточно данных”, а не придумывай оценку. После сравнения укажи, какое решение зависит от приоритета клиента».

Здесь человек не исчезает из процесса. Система сравнивает варианты по заданной рамке, а специалист решает, какой критерий важнее. Самый дешёвый вариант может оказаться предпочтительнее самого яркого. Направление с меньшей потенциальной отдачей может выиграть, если его можно проверить за неделю. Выбор зависит от стратегии, ответственности и ресурсов, а не от математически красивой суммы баллов.

Четвёртый проход: подготовить черновик

Только после выбора направления имеет смысл просить готовый текст, структуру презентации, сценарий встречи

или план публикаций.

«Подготовь черновик по выбранному направлению. Используй только подтверждённые сведения. Гипотезы помечай отдельно. Не добавляй цифры, отзывы и обещания, которых нет в материалах. Сохрани структуру: проблема, объяснение решения, доказательство, следующий шаг. После черновика составь список мест, требующих проверки».

Ключевой принцип здесь прост: сначала решение о логике, потом подготовка формулировок. Если поменять порядок, специалист начинает оценивать идеи по красоте текста и может не заметить, что сама логика не подходит.

Пятый проход: поставить ИИ на роль критика

Критика должна быть привязана к требованиям, иначе она превращается во вкус. Запрос «Оцени, хороший ли текст» почти бесполезен: в нём нет ни шкалы, ни предмета проверки.

Используйте более точную формулировку:

«Проверь черновик по семи критериям: соответствие цели, соответствие аудитории, точность фактов, ясность главного обещания, наличие следующего шага, соблюдение ограничений, отсутствие неподтверждённых утверждений. Для каждой проблемы укажи фрагмент, тип ошибки, степень серьёзности и способ исправления. Не переписывай весь текст. Отдельно перечисли, что уже работает и что нельзя потерять при редактировании».

Роль критика отличается от роли автора. Автор стремится

создать связный материал. Критик ищет разрывы, лишние допущения и несоответствия. Если просить выполнить обе задачи за один проход, редактура часто будет поверхностной.

Шестой проход: финальная человеческая проверка

Специалист сверяет результат с исходными материалами и задачей. Он проверяет не только ошибки в словах, но и пригодность решения:

1. Можно ли подтвердить каждое существенное утверждение?
2. Понятно ли, какое действие должен совершить адресат?
3. Не маскируется ли предположение под факт?
4. Не обещает ли текст результат, который нельзя обеспечить?
5. Выполнимо ли решение при имеющихся сроках, бюджете и компетенциях?
6. Не нарушены ли договорённости о конфиденциальности и согласовании?

Если на один из вопросов ответ отрицательный, работа возвращается не обязательно к началу. Иногда достаточно изменить один элемент контура: уточнить аудиторию, добавить источник, уменьшить обещание или заменить критерий.

Сценарий Алины: от обезличенного брифа к решению

Рассмотрим рабочий сценарий Алины как протокол, который можно адаптировать для копирайтинга, дизайна, консалтинга, аналитики или подготовки коммерческого предложения.

Задача: на основе обезличенного брифа подготовить три направления для страницы сервиса, который помогает небольшим сервисным компаниям учитывать заказы. Цель проекта — проверить, какое сообщение лучше приводит к заявке на демонстрацию. В материалах есть описание продукта, выдержки из интервью, сведения о текущем потоке заявок, несколько вариантов прежних формулировок и ограничения по срокам теста.

Подготовка материалов

Алина удаляет из файлов имена, телефоны, адреса, названия конкретных клиентов, номера договоров и другие идентификаторы. Данные, которые не влияют на решение, убираются. Если точное значение не требуется, его можно заменить диапазоном или общей формулировкой. Документы получают понятные названия: «Описание продукта», «Интервью», «Данные по заявкам», «Предыдущие варианты», «Ограничения проекта».

Затем она фиксирует контур.

Цель: выбрать направление для тестовой страницы и подготовить вопросы, без которых запуск будет рискованным.

Аудитория: владельцы или руководители небольших сервисных компаний, если это подтверждено брифом; если нет,

пункт остаётся неизвестным.

Исходные данные: обезличенный бриф, интервью, показатели заявок, прежние тексты.

Ограничения: короткий срок, один тестовый цикл, запрет на выдуманные факты, необходимость согласовать обещания с клиентом.

Критерии: соответствие реальной проблеме, подтверждённость, ясность, простота запуска, возможность оценить результат.

Формат: сначала неизвестные, затем три направления, их сравнение, вопросы клиенту, а после выбора — черновик.

Проверка: сверка каждого утверждения с материалами и согласование спорных гипотез.

Проход первый: карта неизвестных

Запрос Алины:

«Ты работаешь как аналитик по приложенному обезличенному брифу. Сначала не предлагай концепции. Выдели подтверждённые факты, гипотезы и неизвестные. Для каждого факта укажи источник в материалах. Найди противоречия между документами. Затем составь вопросы к клиенту и раздели их на три группы: без ответа на них нельзя выбирать направление; желательно получить до запуска; можно уточнить после первого теста. Не дополняй материалы своими знаниями о рынке».

Результатом становится не рекламный текст, а карта состояния задачи. Например, из интервью может следовать,

что пользователи жалуются на потерю заявок. Но неизвестно, связана ли проблема именно с отсутствием учёта, а не с нехваткой сотрудников. Такая граница меняет формулировку: можно говорить о наблюдаемой трудности, но нельзя обещать устранение её причины.

Проход второй: три направления

Теперь Алина передаёт ИИ только следующий шаг:

«На основе подтверждённых фактов предложи три направления позиционирования. Каждое должно опираться на разную логику ценности. Для каждого укажи главный сегмент, проблему, обещание, доказательство, необходимое действие пользователя, гипотезы, риск и способ проверки. Если идея требует данных, которых нет, пометь это как “нужно подтвердить”. Не создавай финальные рекламные слоганы».

В учебном примере направления могут быть такими.

Первое — снижение числа потерянных обращений. Его можно использовать, если материалы действительно показывают проблему с фиксацией заказов. Риск в том, что обещание окажется слишком сильным, если нет данных о причинах потерь.

Второе — прозрачность текущей загрузки для руководителя. Оно подходит, если в интервью руководители жалуются на отсутствие общей картины. Риск связан с тем, что решение может быть полезно владельцу, но не восприниматься сотрудниками, которые ежедневно работают с заказами.

Третье — простой переход от разрозненных записей к единому учёту. Это направление можно проверять, если продукт действительно не требует сложного внедрения. Риск в слове «простой»: его нужно подтвердить реальным сценарием запуска, а не только описанием интерфейса.

Это не три готовых ответа клиенту, а три гипотезы, которые можно сравнить и проверить.

Проход третий: сравнение

Запрос:

«Сравни направления по пяти критериям: соответствие проблеме из интервью, сила подтверждений, ясность для владельца компании, сложность запуска и возможность проверить результат за срок теста. Оцени каждый критерий от одного до пяти только при наличии основания в материалах. Если данных недостаточно, укажи это отдельно. После сравнения перечисли, какие вопросы клиенту могут изменить итоговый выбор».

ИИ помогает увидеть, что направление с самой понятной формулировкой может иметь слабые доказательства, а менее эффектная идея — лучше подходить для короткого теста. Алина не принимает итоговую оценку как приказ. Она использует её как карту для собственного решения и для разговора с клиентом.

Проход четвёртый: вопросы клиенту

Вопросы должны быть не декоративным приложением, а частью результата. Например:

Какой сегмент компании приоритетен для первого теста?

Кто фактически принимает решение о покупке?

Какое действие считается заявкой: заполнение формы, звонок или запись на демонстрацию?

Какие утверждения о продукте подтверждены данными и согласованы клиентом?

Есть ли статистика по текущему пути пользователя от первого контакта до заявки?

Какие ограничения по внедрению нельзя нарушать?

Какие результаты можно измерить в течение тестового периода?

ИИ здесь не заменяет интервью. Он помогает подготовить вопросы так, чтобы специалист не забыл о критическом пробеле и не тратил встречу на повторение уже известного.

Проход пятый: черновик выбранного направления

После того как направление выбрано человеком и согласовано с клиентом, можно просить черновик страницы:

«Подготовь структуру страницы по выбранному направлению. Сохрани четыре блока: проблема аудитории, объяснение решения, доказательство, следующий шаг. Используй только подтверждённые сведения. Все гипотезы обозначь в отдельном разделе для согласования. Не используй абсолютные обещания и не добавляй цифры без источника. В конце составь список фактов, которые нужно проверить перед публикацией».

Проход шестой: критика

«Проверь черновик по исходному контуру. Найди неподтверждённые утверждения, подмену аудитории, лишние обещания, несоответствие цели теста, непонятный следующий шаг, нарушения длины и повторения. Для каждого замечания укажи конкретный фрагмент и предложи вид исправления. Не переписывай текст целиком».

Финальная редактура остаётся у Алины. Она решает, какое обещание допустимо, какой вопрос задать клиенту, какой фрагмент убрать и что потребуется проверить отдельно. ИИ подготовил материалы для решения, но не стал владельцем этого решения.

Упражнение 3. Сравнить направления, а не влюбиться в первое

Возьмите задачу, где вам нужно предложить клиенту или руководителю несколько вариантов. Это может быть структура презентации, концепция публикационной серии, сценарий консультации, схема отчёта или вариант коммерческого предложения.

Сначала придумайте три варианта самостоятельно, в одном предложении каждый. Затем попросите ИИ расширить их по одной и той же схеме:

«Для каждого направления укажи целевую аудиторию, основную проблему, логику решения, необходимые доказательства, риски, ресурсы и способ проверки результата».

После этого задайте единые критерии сравнения. Не раз-

решайте системе менять критерии под каждый вариант. Иначе один вариант будет оцениваться по креативности, другой — по стоимости, третий — по скорости, и итог окажется формальным.

Частый сбой — три варианта отличаются только заголовками. Чтобы избежать этого, требуйте разной логики: например, одна идея строится на экономии времени, другая — на снижении риска, третья — на удобстве контроля. Если логика одна, перед вами не три направления, а три редакции одного решения.

Второй сбой — критерии появляются после генерации. Специалист сначала влюбляется в формулировку, а затем подбирает аргументы, почему она хороша. Запишите критерии до просмотра вариантов.

Третий сбой — решение полностью передаётся ИИ. Если вы просите «выбери лучший», добавьте: «Покажи, от какого приоритета зависит выбор». Это возвращает в процесс реальность. Лучший вариант для быстрого теста может оказаться не лучшим для долгосрочного позиционирования.

Упражнение 4. Поставить ИИ на роль редактора
Возьмите свой черновик и отдельно опишите критерии проверки. Например:

Текст адресован руководителю небольшой компании.
В нём есть одно основное обещание.
Каждое существенное утверждение опирается на исходный материал.

Нет слов «лучший», «гарантированный» и других обещаний без доказательства.

Следующий шаг понятен и выполним.

Длина не превышает 2500 знаков.

Теперь используйте запрос:

«Проверь текст по перечисленным критериям. Для каждого нарушения укажи цитату, объяснение проблемы и предложенный способ исправления. Не оценивай текст по общему впечатлению. Отдельно выдели факты, которые нужно подтвердить у клиента. Не меняй смысл без указания причины».

После ответа внесите изменения сами или попросите ИИ выполнить только согласованные правки. Такой порядок сохраняет авторское решение. Если сразу сказать «улучши текст», система может убрать важную оговорку, усилить обещание или заменить точное выражение на более эффектное, но менее правдивое.

Частый сбой — использовать редактора до выбора смысла. ИИ хорошо улучшает форму слабого решения. Отредактированный текст может стать убедительнее и одновременно ошибочнее. Сначала проверьте, что именно вы хотите сказать и кому, а уже потом улучшайте подачу.

Другой сбой — просить критика подтвердить собственное мнение: «Докажи, что этот вариант хороший». Такой запрос превращает проверку в защиту идеи. Задача критика — искать основания для сомнения, а не поддерживать автора.

Ещё один сбой — считать список замечаний финальным продуктом. Критика полезна только после того, как специалист решит, какие замечания принять. Иногда система предлагает убрать деталь, которая важна для клиента, или исправить формулировку, точно соответствующую техническому условию. Проверка не отменяет профессионального контекста.

Полевое дерево решений

В работе пригодится короткая последовательность «если — то».

Если цель описана только как формат, переведите её в решение или действие. Не «написать отчёт», а «помочь выбрать вариант бюджета».

Если аудитория названа слишком широко, разделите её по ситуации, потребности или праву принимать решение. Не «все предприниматели», а конкретный сегмент, если он подтверждён материалами.

Если исходных данных мало, попросите ИИ составить список неизвестных и план сбора информации, а не финальный ответ.

Если документы противоречат друг другу, покажите противоречие отдельно и не просите систему усреднить его.

Если ответ звучит гладко, но похож на универсальный шаблон, добавьте конкретные ограничения, примеры исходных материалов, запрещённые допущения и формат проверки.

Если ИИ предлагает много вариантов, но вы не можете выбрать, задайте критерии и попросите указать, какой приоритет делает каждый вариант сильным.

Если в ответе появились цифры, отзывы, ссылки на исследования или утверждения о рынке, проверьте каждое существенное место по источнику. Правдоподобие не является доказательством.

Если задача связана с правом, налогами, финансами, медициной, безопасностью или персональными данными, используйте ИИ для подготовки вопросов, структуры и черновых вариантов, а решение проверяйте по официальным источникам и у компетентного специалиста.

Если материалы содержат персональные или коммерчески чувствительные сведения, сначала обезличьте их и убедитесь, что такой способ обработки разрешён.

Если нужен определённый стиль, дайте образец, список признаков и список нежелательных решений. «Напиши профессионально» слабее, чем «короткие абзацы, спокойный тон, без рекламных превосходных степеней, один конкретный пример на раздел».

Если ИИ не соблюдает сложное ограничение, разбейте задачу на меньшие проходы. Вместо «сократи текст, сохрани все факты, поменяй структуру и добавь примеры» дайте отдельные шаги: сначала составьте список фактов, затем новую структуру, потом сократите текст и в конце проведите проверку.

Один повторяемый сценарий

Ваша первая рабочая схема может занимать одну страницу.

1. Опишите решение, к которому должен привести результат.
2. Назовите аудиторию и её ситуацию.
3. Соберите исходные материалы и разделите их по приоритету.
4. Запишите ограничения и критерии качества.
5. Удалите или обезличьте чувствительные данные.
6. Попросите ИИ выделить факты, гипотезы, противоречия и неизвестные.
7. Сформулируйте вопросы, без которых выбор рискован.
8. Попросите создать два-три направления, различающиеся логикой.
9. Сравните их по заранее заданным критериям.
10. Выберите направление самостоятельно и зафиксируйте причину выбора.
11. Попросите ИИ подготовить черновик в заданном формате.
12. Передайте черновик на отдельную проверку по фактам, цели, аудитории и ограничениям.
13. Внесите финальные правки и проверьте результат по первоисточникам.

Эта последовательность подходит не только для клиентской коммуникации. Для аналитика задача «сделай отчёт»

превращается в «помоги руководителю решить, продолжать ли проект»: аудитория — руководитель, исходные данные — показатели и комментарии, критерии — точность, ясность и связь с решением. Для специалиста по обучению «составь курс» превращается в «помоги участнику выполнить конкретное действие после занятия»: аудитория, исходный уровень, доступное время и критерий освоения становятся частью контура. Даже домашняя задача «спланируй расходы на месяц» требует цели, исходных сумм, ограничений и правила проверки, а не только красивого списка покупок.

Чем сложнее задача, тем опаснее надеяться на один запрос. Один запрос удобен, когда нужно преобразовать небольшой готовый материал: сократить письмо, разложить заметки по категориям, проверить длину. Когда требуется понять проблему, выбрать направление и принять ответственность, процесс должен состоять из нескольких ролей и проверок.

ИИ ускоряет переход между этапами, но не отменяет сами этапы. Он может быть исследователем, генератором, сравнителем и редактором. Специалист остаётся тем, кто знает, зачем выполняется работа, какие последствия имеет ошибка и какой результат можно честно обещать клиенту.

Следующий слой этой системы — качество сырья. Даже самый точный контур не спасёт от слабого результата, если в него попали неполные документы, смешанные версии, неразмеченные гипотезы или данные без источника. В сле-

дующей главе разберём, как готовить материалы для ИИ, что сохранять в рабочей памяти и как выстроить контроль качества до передачи результата клиенту.

Сырьё, память и контроль качества

В прошлой главе мы собрали задачу в контур: определили цель, аудиторию, данные, ограничения, критерии и порядок проверки. Теперь нужно разобраться, что именно попадает внутрь этого контура. ИИ способен ускорить обработку качественного сырья, но не превратит беспорядочный архив в достоверную базу знаний. Он также не определит автоматически, что перед ним персональные данные, устаревшая версия тарифа или неподтверждённое обещание.

Архив, который притворяется памятью

Клиентский пакет для одного проекта часто выглядит примерно одинаково: папка с десятками файлов, несколько документов с названиями «финал», «финал2» и «точно финал», таблица без даты, презентация прошлого года, выгрузка из системы обращений и длинная переписка в мессенджере. Отдельно лежат скриншоты, фотографии документов и файл, который открывается только на компьютере автора.

Человек, давно работающий с клиентом, держит часть связей в голове. Он помнит, какой тариф отменили, какую формулировку согласовал юрист, какой показатель относится к прошлому периоду, а какой был лишь предварительной оценкой. ИИ этого контекста не видит, если его специально

не собрать. Даже история одного чата не становится надёжной памятью: в ней могут смешаться промежуточные решения, ошибки, устаревшие сведения и случайные формулировки, которые никто не утверждал.

Рассмотрим типовой проект независимого специалиста. Клиентская сервисная компания попросила подготовить коммерческое предложение, короткий текст для страницы услуги и сценарий обработки типовых вопросов отдела продаж. В распоряжении были:

1. Четыре презентации за разные периоды.
2. Два варианта описания услуги в текстовом редакторе.
3. Таблица с тарифами без даты.
4. Отчёт по обращениям клиентов.
5. Выгрузка обращений с именами, телефонами, адресами и номерами заказов.
6. Переписка, в которой обсуждались будущие изменения условий.
7. Старое коммерческое предложение с хорошо написанными формулировками.

После первого прогона через ИИ получился убедительный текст. Он был логичным, компактным и выглядел профессионально. Но в нём обнаружились три проблемы.

Во-первых, система взяла срок обслуживания из старого документа, хотя в актуальной таблице это условие уже изменилось.

Во-вторых, в тексте появилось утверждение о сокращении

времени обработки обращений на 35 процентов. Такое число действительно встречалось в отчёте, но относилось к другой группе операций и не подтверждало обещание для клиентов.

В-третьих, в качестве примера был использован почти дословный фрагмент из обращения клиента. Имя из текста убрали, но сохранили редкое сочетание региона, даты и описания неисправности. Человеку, знакомому с ситуацией, этого было достаточно, чтобы узнать клиента.

Эти ошибки не выглядели ошибками. В них не было бессмысленных фраз или явно странных цифр. Напротив, каждое утверждение подходило по стилю и усиливало коммерческую убедительность. Именно поэтому контроль качества нельзя сводить к чтению готового текста с единственным вопросом: «Хорошо ли он звучит?»

ИИ не знает, какая версия главная, если это не указано. Он не отличает утверждённое решение от обсуждаемого и не проверяет право на использование клиентского примера только потому, что этот пример оказался в загруженном файле. Если в материалах есть пробел, система может заполнить его наиболее правдоподобным продолжением. Это не намеренная ложь, а результат генерации текста без достаточной опоры на источники.

Первый осмотр рабочей системы

Перед автоматизацией полезно осмотреть рабочую систему так, как инженер осматривает помещение перед запуском оборудования. Нужно понять, где находятся исходники, ка-

кие материалы разрешено использовать, какая версия действует, где фиксируются решения и кто отвечает за финальное подтверждение.

Для одного проекта не нужна отдельная корпоративная платформа. Достаточно понятной структуры рабочей папки:

00_Бриф

01_Источники_оригиналы

02_Источники_проверенные

03_Обезличенные_материалы

04_Шаблоны_и_банк_формулировок

05_Рабочие_черновики

06_Проверка_утверждений

07_Согласование

08_Финал

99_Архив

В папке 01 хранятся исходные файлы без редактирования. Их не следует переписывать поверх старых версий: оригинал должен оставаться доступным для сравнения. В папке 02 находятся документы, прошедшие первичную сортировку. Для них указаны дата, авторитетный источник и статус актуальности, а явные дубликаты удалены. Папка 03 предназначена для материалов, из которых убраны или заменены чувствительные данные. Именно из неё обычно берут сырьё для работы ИИ, если для конкретной задачи не утверждён защищённый контур.

Папка 04 нужна не для хранения красивых текстов, а для накопления повторяемых рабочих решений. В ней могут находиться шаблон коммерческого предложения, структура аналитической записки, правила обращения к аудитории, список запрещённых обещаний и проверенные варианты призыва к действию. Папка 06 содержит не только финальный текст, но и реестр утверждений: что именно проверено, по какому источнику и с каким результатом.

Единое имя файла предотвращает значительную часть ошибок. Практичное правило выглядит так:

ГГГГ-ММ-

ДД_КодПроекта_Тема_Статус_vNN.расширение

Например:

2025-02-14_C17_Тарифы_ПРОВЕРЕНО_v03.pdf

2025-02-15_C17_Отчёт_обращения_ОБЕЗЛИЧЕ-

НО_v01.xlsx

2025-02-16_C17_Предложение_ЧЕРНОВИК_v02.docx

2025-02-18_C17_Предложение_НА_СОГЛАСОВАНИ-

Е_v01.docx

Дата в имени файла должна иметь понятный смысл: это может быть дата создания документа или дата его получения. Если определить это невозможно, значение фиксируется в реестре источников. Статусы лучше ограничить небольшим набором: ИСХОДНИК, ПРОВЕРЕНО, ОБЕЗЛИЧЕНО, ЧЕРНОВИК, НА_СОГЛАСОВАНИЕ, ФИНАЛ, АРХИВ. Названия «последний», «новый», «свежий» и «фи-

нал окончательный» не сообщают ничего, что помогло бы восстановить историю решения.

В реестре источников достаточно зафиксировать код файла, название, дату документа, дату получения, владельца или автора, статус актуальности, краткое содержание, наличие персональных и коммерчески чувствительных данных, разрешение на использование, а также связанные решения и ограничения.

Реестр превращает папку в систему. Без него специалист каждый раз заново открывает файлы и полагается на память. С ним можно быстро ответить на важные вопросы: какие материалы разрешено передавать ИИ, какая таблица действует, откуда взялась цифра и почему конкретную формулировку нельзя использовать без согласования.

Память должна быть отобранной

Рабочая база знаний не равна свалке всех прошлых материалов. Если передать ИИ весь архив, он получит не память, а набор противоречий. Рабочая память состоит из нескольких слоёв.

Первый слой составляют подтверждённые факты. Это условия услуги, действующие сроки, характеристики продукта, согласованные определения и данные отчёта за конкретный период. Каждый факт должен быть связан с источником и датой.

Второй слой — языковые правила. Сюда входят тон, допустимая длина фразы, обращение к аудитории, принятые тер-

мины и слова, которые нельзя использовать без оснований. Например, если клиент запрещает категоричные обещания, в базе нужно зафиксировать не абстрактное «писать осторожно», а конкретное правило: использовать формулировку «помогает сократить» только при наличии подтверждённого показателя; не использовать слово «гарантирует», если гарантия не закреплена договором.

Третий слой — структуры типовых решений. Для коммерческого предложения это может быть последовательность: проблема клиента, результат, способ работы, условия, доказательство, ограничения, следующий шаг. Для аналитической записки подойдёт другая схема: вопрос, источник данных, метод, результат, неопределённость, рекомендация. Структура помогает не начинать с пустого листа, но не заменяет проверку содержания.

Четвёртый слой — журнал решений и открытых вопросов. В нём фиксируется, что было выбрано и почему. Например: «Для аудитории малого бизнеса использовать термин “выездное обслуживание”, а не “экспертное сопровождение”: первый соответствует утверждённому описанию услуги». Или: «Срок ответа не выносить в заголовок, пока клиент не подтвердит действующую редакцию тарифа».

Журнал решений особенно полезен при работе в несколько сессий. Вместо полного архива ИИ можно каждый раз передавать короткий паспорт проекта:

Цель: подготовить коммерческое предложение для руко-

водителей небольших компаний.

Аудитория: люди, принимающие решение о подключении услуги.

Разрешённые источники: С17-И02, С17-И05, С17-И07.

Не использовать: архивные тарифы, необезличенную выгрузку обращений, неподтверждённые показатели.

Тон: деловой, спокойный, без преувеличений.

Обязательная маркировка: каждое число и каждое сравнение связывать с источником или пометать как требующее проверки.

Открытые вопросы: актуальный срок обработки, возможность работы в удалённых регионах, условия срочного обслуживания.

Такой паспорт уменьшает объём передаваемых данных и удерживает границы задачи. Он не заставляет ИИ помнить всё. Каждый раз он сообщает системе, что именно считается допустимым сырьём.

Шаблон тона тоже должен быть предметным. Вместо записи «писать профессионально» лучше зафиксировать:

1. Кому адресован текст.
2. Какой уровень предварительных знаний у читателя.
3. Какие слова используются для описания результата.
4. Какие слова запрещены или требуют доказательства.
5. Какова допустимая длина предложений и абзацев.
6. Нужны ли примеры, цифры и ограничения.

7. Какой призыв к действию допустим.

8. Какие формулировки уже согласованы клиентом.

Для технической услуги такой шаблон может разрешать точные термины, но требовать расшифровывать их при первом употреблении. Для публичной страницы можно запретить внутренние сокращения и ссылки на закрытые процессы. В письме постоянному клиенту допустим более короткий формат, но это не означает, что в нём можно использовать закрытые сведения.

Банк формулировок должен хранить не только саму фразу, но и условия её применения. Запись «Снижаем нагрузку на отдел» бесполезна без пояснения, на каких данных и для какого типа клиента разрешено это утверждение. Полезная карточка может выглядеть так:

Код: Ф-014.

Формулировка: «Берём на себя первичную обработку обращений по согласованному регламенту».

Контекст: коммерческое предложение для компаний определённого масштаба.

Источник: утверждённое описание услуги.

Нельзя использовать: как обещание полного замещения отдела.

Обязательное условие: рядом указать перечень задач, входящих в работу.

Дата последнего подтверждения: указана в реестре.

Такой банк постепенно накапливает профессиональную

память специалиста. Он помогает быстрее собирать новые материалы, но не превращает прежние решения в вечную истину. Для каждой записи нужен срок пересмотра или условие, при котором она перестаёт действовать.

Кто имеет право видеть данные

У системы должны быть не только папки, но и границы доступа. Даже если специалист работает один, полезно разделять несколько ролей.

Пользователь определяет цель, выбирает материалы и отправляет задачу в ИИ.

Администратор отвечает за права доступа, хранение оригиналов, настройки сервиса и удаление временных файлов.

Аналитик или автор преобразует материалы в выводы и текст.

Проверяющий сопоставляет утверждения с источниками.

В небольшой практике все эти роли может выполнять один человек, но сами действия всё равно нужно разделять. Доступ к файлу внутри проекта не означает автоматически, что этот файл разрешено загружать во внешний сервис. Право прочитать документ и право передать его конкретной системе могут быть разными.

Для каждого слоя данных стоит заранее определить правила. Оригиналы клиента доступны пользователю и администратору, а во внешний ИИ-сервис передаются только при явном разрешении и наличии подходящего защищённого контура. Проверенные выдержки можно дать пользователю,

аналитику или автору, если в них нет лишних чувствительных сведений и условия сервиса это допускают. Обезличенные материалы тоже можно использовать после оценки риска повторной идентификации. Таблица соответствий псевдонимов должна оставаться у администратора и не передаваться ИИ. Черновики доступны автору и проверяющему в рамках согласованного процесса. Финальные материалы передаются сторонам проекта в соответствии с условиями договора.

Внешний ИИ-сервис нужно оценивать не по рекламному обещанию, а по условиям обработки данных. Как минимум следует проверить срок хранения, использование данных для улучшения сервиса, доступ сотрудников провайдера, возможность отключить сохранение истории, место хранения и порядок удаления. Если эти условия непонятны, исходные чувствительные материалы туда не отправляют.

Конфиденциальность начинается до загрузки

В рабочем проекте полезно разделить данные на три уровня.

Первый уровень — открытые или подготовленные к публикации сведения. Это опубликованное описание услуги, общие характеристики, утверждённые тексты и открытые нормативные материалы. Их можно использовать с учётом авторских и договорных ограничений.

Второй уровень — внутренние рабочие сведения. Это ещё не опубликованные планы, непубличные цены, внутренние

отчёты, условия договора и переписка по проекту. Их можно обрабатывать только в соответствии с договором, правилами клиента и настройками согласованного сервиса.

Третий уровень — ограниченные сведения. К нему относятся персональные данные, сведения о здоровье, паспортные данные, реквизиты банковских карт, пароли, ключи доступа, токены, адреса, необезличенные CRM-выгрузки, коммерчески критичные условия и материалы, переданные под специальным режимом защиты. Их нельзя загружать в обычный внешний инструмент только потому, что это быстрее.

Если материал содержит персональные данные, обработка должна соответствовать российским требованиям, включая правила, связанные с Федеральным законом № 152-ФЗ, договором с клиентом и поручением на обработку. Само наличие согласия человека не означает, что допустим любой сервис и любой способ передачи. Нужно понимать, кто обрабатывает данные, для какой цели, где они хранятся и какие действия разрешены.

Коммерчески чувствительные сведения тоже требуют отдельной оценки. Не всякая внутренняя информация формально является коммерческой тайной: для этого обычно нужен установленный владельцем режим. Но отсутствие такого режима не делает безопасным размещение чужих цен, клиентских списков и планов развития в открытом инструменте. Ориентир прост: если утечка может ухудшить положение клиента, нарушить договор или раскрыть сведения о

конкретном человеке, данные нельзя отправлять без разрешённого процесса.

Обезличивание часто понимают слишком узко. Замена имени на «Клиент 1» не всегда делает запись безопасной. Если в ней остаются редкая профессия, точный адрес, конкретная дата, номер заказа и необычное описание ситуации, человека можно установить по сочетанию признаков.

Кроме того, замена имени на идентификатор при сохранении таблицы соответствий является не полной анонимизацией, а псевдонимизацией. Если у кого-то остаётся ключ, связывающий «Клиент 1» с реальным человеком, сведения всё ещё могут считаться персональными. Таблица соответствий должна храниться отдельно и не передаваться ИИ.

Безопасная подготовка выдержки проходит в несколько этапов.

1. Сначала определяется цель. Если нужно написать текст о типовых обращениях, имя, телефон и номер заказа не нужны.

2. Затем удаляются прямые идентификаторы: ФИО, телефон, электронная почта, точный адрес, паспортные данные, реквизиты, логины и ссылки на персональные кабинеты.

3. После этого проверяются косвенные признаки. Точную дату можно заменить месяцем или периодом, небольшой населённый пункт объединить с более крупным регионом, редкую должность заменить укрупнённой категорией, а точную сумму превратить в диапазон, если точность не нужна для

анализа.

4. Сохраняются только признаки, необходимые для задачи. Для классификации обращений достаточно категории проблемы, канала, периода и результата. Для подготовки клиентского примера можно использовать обобщённый сюжет без деталей, по которым человека можно узнать.

5. Проверяется постоянство замен. Если один и тот же клиент встречается в нескольких строках, внутри обезличенного набора ему присваивается один код. Этот код не должен совпадать с настоящим номером договора или заказа.

6. Обработанный материал просматривается как отдельный документ. Нужно искать номера телефонов, адреса, электронные почты, подписи, комментарии, скрытые листы таблиц, историю правок и свойства файла. В PDF нельзя полагаться на прямоугольник, нарисованный поверх текста: исходные сведения могут остаться доступными при копировании. Надёжнее удалить содержимое или корректно замаскировать его, а затем проверить результат повторным извлечением текста.

Наконец, нужно проверить сам вывод: не восстановил ли ИИ слишком конкретную комбинацию признаков и не вставил ли в текст фрагмент, которого не было в обезличенной версии.

Вне клиентского проекта правило не меняется. При подготовке публичной статьи из закрытого профессионального сообщества недостаточно убрать имена: узнаваемый случай

может выдать автора по датам и обстоятельствам. При работе с семейными документами нельзя передавать во внешний сервис сканы паспорта, медицинские документы или банковские выписки ради удобного резюме. Сначала выделяются необходимые поля, затем создаётся абстрактная версия: возрастной диапазон, период, тип документа, сумма в интервале. Если задача требует исходника, нужен защищённый контур, а не надежда на аккуратность модели.

Возвращение к проекту

После первой ошибки материалы не стали загружать в ИИ повторно целиком. Сначала исходники получили коды и статусы. Актуальный документ с условиями услуги обозначили как С17-И05, отчёт по обращениям — как С17-И07. Старое предложение отправили в архив и оставили доступным только как источник стиля, а не как источник фактов. Выгрузку обращений сохранили в оригинальной папке и не передавали в ИИ. Для анализа создали отдельную обезличенную выборку с категориями обращений, периодами, укрупнёнными регионами и результатами обработки. Ей присвоили код С17-И09.

В паспорт проекта добавили правило: «Использовать утверждённые условия только из С17-И05. Если в другом документе встречается иное значение, не выбирать самостоятельно, а пометить конфликт». Это короткое предложение оказалось полезнее длинного общего запроса о внимательности.

В банк решений добавили структуру предложения:

1. Описать проблему клиента без внутренней терминологии.
2. Показать результат, который входит в услугу.
3. Указать способ работы.
4. Назвать ограничения и условия.
5. Привести подтверждение из разрешённого источника.
6. Завершить следующим шагом, который клиент действительно может выполнить.

В шаблоне тона запретили слова «гарантированно», «лучший», «без риска» и «всегда», если они не подтверждены договором или измеряемым показателем. Числа разрешили использовать только вместе с периодом, единицей измерения и ссылкой на источник.

Затем подготовили задачу для ИИ на ограниченном наборе данных. В ней были не только цель и формат, но и правила поведения при нехватке информации:

Используй только материалы с кодами C17-И05, C17-И07 и C17-И09.

Не переноси сведения из архивных документов в раздел фактов.

Не придумывай числа, сроки, названия и характеристики. Для каждого фактического утверждения укажи код источника.

Если подтверждения нет, пометь фрагмент как «предложение для проверки».

Если источники противоречат друг другу, вынеси противоречие отдельным списком.

Это не гарантирует безошибочный результат, но делает ошибку заметной. Система получает инструкцию не маскировать пробел гладким текстом.

Если клиент требует загрузить исходник

Иногда клиент передаёт необезличенный файл и ожидает немедленной обработки. В такой ситуации есть три пути.

1. Если в договоре и внутреннем процессе клиента предусмотрен конкретный защищённый контур, работа выполняется в нём. Нужно проверить, кто имеет доступ, сохраняются ли запросы, используется ли информация для обучения сервиса, можно ли удалить данные и где находится инфраструктура.

2. Если защищённого контура нет, из исходника извлекается минимальный набор полей вручную или локальными средствами. ИИ получает не таблицу клиентов, а сводку: количество обращений по категориям, периоды, диапазоны сумм и обезличенные примеры.

3. Если задача принципиально требует просмотра исходных персональных данных, а разрешённый способ не определён, специалист не загружает файл «на свой страх и риск». Можно подготовить структуру анализа, список необходимых полей или инструкцию по обработке, но нельзя нарушать границы ради скорости.

Срочность меняет объём результата, но не правила досту-

па.

Если документы противоречат друг другу

Конфликт версий нельзя разрешать по принципу «самый новый файл, наверное, правильный». Дата файла может быть датой копирования, а не датой утверждения. Иногда старый документ содержит действующий договорный текст, а новый — только проект изменения.

Для каждого спорного пункта фиксируются:

1. Формулировка из первого источника.
2. Формулировка из второго источника.
3. Даты и авторы документов.
4. Статус каждого материала.
5. Лицо или роль, которые последними утвердили условие.
6. Решение: использовать, исключить или запросить подтверждение.

Если владелец решения недоступен, спорное утверждение не превращается в факт. В публичном тексте его можно убрать. Во внутреннем черновике оставить с отметкой «предложение для проверки».

Если срок истекает, а данных мало

При нехватке времени обычно возникает соблазн разрешить ИИ «сделать разумные предположения». Это допустимо для внутренних идей и структуры, но не для чисел, юридических условий, характеристик продукта и обещаний клиенту.

Вместо свободных предположений вводится раздел «Что нужно подтвердить». ИИ может предложить три варианта заголовка, структуру страницы или список вопросов клиенту. Он не должен самостоятельно выбирать тариф, срок или показатель эффективности.

В результате заказчик получает не гладкий текст с незаметными выдумками, а черновик с видимыми местами, где требуется решение. Такой документ иногда выглядит менее готовым, зато позволяет быстро завершить работу без скрытого риска.

Факт, гипотеза и авторское решение

Контроль качества начинается с разделения разных типов высказываний. Для этого каждому фрагменту присваивается одна из четырёх меток.

Подтверждённый факт — утверждение, которое прямо следует из разрешённого источника. У него есть ссылка, дата и понятный контекст.

Рабочая гипотеза — правдоподобное предположение, позволяющее рассуждать, но не имеющее права попасть в финальный текст без проверки.

Предложение для проверки — готовая формулировка или идея, которую можно показать клиенту как вариант, но нельзя выдавать за установленное обстоятельство.

Авторское решение — выбор структуры, акцента, порядка аргументов или стилистики. Ему не всегда нужен внешний источник, но оно должно соответствовать задаче и огра-

ничениям.

Эти метки можно использовать прямо в рабочем документе:

ФАКТ: Срок указан в действующей редакции условий.

ГИПОТЕЗА: Основная причина отказа может быть связана с длительным ожиданием ответа.

ПРОВЕРИТЬ: Уточнить, распространяется ли срок на удалённые регионы.

РЕШЕНИЕ АВТОРА: Вынести условия обслуживания после описания результата.

В финальном материале служебные метки обычно удаляются, но до этого каждая из них должна получить статус. Гипотеза либо подтверждается, либо превращается в вопрос, либо исключается. Предложение для проверки утверждается владельцем или остаётся в рабочем документе. Авторское решение проверяется на соответствие брифу и тону.

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.