

АЛЕКСАНДР ДАНИЛЬЯНЦ

НЕЙРО- МАШИНА

Как заставить ИИ работать
на твой доход **24/7**



МАРКЕТИНГ-МАШИНА

Александр Данильянц

**Нейро-машина. Как заставить
ИИ работать на твой доход 24/7**

«Автор»

2026

Данильянц А. Ю.

Нейро-машина. Как заставить ИИ работать на твой доход 24/7 /
А. Ю. Данильянц — «Автор», 2026

Александр Данильянц «Нейро-Машина: Как заставить ИИ работать на твой доход 24/7» Книга-практикум о том, как превратить нейросети из игрушки в актив. Автор «Маркетинг-Машина» предлагает систему: промпт-инжиниринг по формуле ТИТАН, Контент-Фабрика, Нейро-продажи, ИИ-Аналитик, автоматизация рутины, монетизация ИИ, управление Нейро-Командой и безопасность. 10 глав, кейсы, готовые промпты, чек-листы и 30-дневный план внедрения. Для предпринимателей, маркетологов, фрилансеров и руководителей, которые хотят делегировать рутину ИИ, принимать решения на данных и создавать новые продукты. Главная идея: будущее принадлежит тем, кто управляет машинами. Начни внедрять сегодня - и через 30 дней собери свою Нейро-Машину.

© Данильянц А. Ю., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Введение. Эпоха Нейро-Машины. Почему те, кто не освоит ИИ, потеряют работу и бизнес в ближайшие 2 года	6
Глава 1. От чат-бота к активу: Как пересобирать мышление под эпоху ИИ	7
Кейс: Два предпринимателя, один ИИ	8
Суть проблемы: Синдром «Цифрового Попугая»	9
Решение и механика: Переход от «Инструмента» к «Сотруднику»	10
Практический инструмент: Паспорт Цифрового Сотрудника	11
Блок «Внедри сегодня»	12
Глава 2. Промпт-инжиниринг как навык SEO. Как ставить ТЗ нейросети, чтобы она выдавала золото	13
Кейс: Промпт за 1,9 миллиона рублей	14
Суть проблемы: Синдром «SMS бывшей»	15
Решение и механика: Формула ТИТАН	16
Т — Точная роль	17
И — Исходные данные (Контекст)	18
Т — Задача (Что конкретно сделать)	19
А — Алгоритм (Пошаговая инструкция)	20
Н — Негативные ограничения (Чего НЕ делать)	21
Полный пример: Промпт «До» и «После»	22
Уровни промпт-инжиниринга: Где ты сейчас?	23
Продвинутые техники: Три приёма, которые отделяют профи от любителей	24
1. Few-Shot Prompting (Обучение на примерах)	25
2. Итеративное улучшение (Цикл «Уточни Улучши»)	26
3. Мета-промт (Промпт, который пишет промпты)	27
Связь с Маркетинг-Машиной: Промпт как микро-воронка	28
Практический инструмент: Чек-лист «ТИТАН перед отправкой»	29
Блок «Внедри сегодня»	30
Глава 3. Контент-Фабрика: Как ИИ закрывает вопросы SMM, статей, сценариев и email-маркетинга	31
Кейс: Как один человек закрыл контентом 5 компаний	32
Суть проблемы: Синдром «Художника в муках»	33
Решение и механика: Контент-Фабрика как конвейер	34
Анатомия Контент-Фабрики	35
Матрица контента по этапам воронки	36
Практический инструмент: 5 промпт-шаблонов для Контент-Фабрики	37
1. Генератор контент-плана на месяц	38
2. Генератор Reels-сценариев	39
3. Генератор email-цепочки	40
4. Генератор статей из голосового подкаста	41
5. Генератор продающих постов	42
Автоматизация Контент-Фабрики: Как сделать так, чтобы ИИ работал без тебя	43
Шаг 1: Создай библиотеку промпт-шаблонов	44
Шаг 2: Настрой расписание	45

Шаг 3: Интегрируй с инструментами автоматизации	46
Шаг 4: Контроль качества	47
Связь с Маркетинг-Машиной: Контент как топливо для воронки	48
Блок «Внедри сегодня»	49
Глава 4. Нейро-продажи: Скрипты, обработка возражений и аналитика звонков с помощью ИИ	50
Кейс: Как скрипт от ИИ удвоил выручку отдела продаж	51
Суть проблемы: Синдром «Продавца из 90-х»	53
Решение и механика: ИИ как тренер, аналитик и скриптописец	54
Анатомия Нейро-продаж	55
Практический инструмент: 5 промпт-шаблонов для Нейро-продаж	56
1. Анализ звонков: Поиск паттернов и узких мест	57
2. Генератор скрипта продаж	58
3. Генератор аргументов для закрытия возражений	59
4. Генератор email-скриптов для холодных продаж	60
5. Аналитик звонков: Оценка качества менеджеров	61
Автоматизация Нейро-продаж: Как сделать так, чтобы ИИ работал без тебя	62
Конец ознакомительного фрагмента.	63

Александр Данильянц

Нейро-машина. Как заставить ИИ работать на твой доход 24/7

Введение. Эпоха Нейро-Машины. Почему те, кто не освоит ИИ, потеряют работу и бизнес в ближайшие 2 года

Посмотри на свой бизнес. На свой график. На свою команду.

А теперь представь, что завтра утром ты просыпаешься, а половина твоего штата просто не выходит на связь. Они не уволились. Они исчезли. Их заменил код.

Звучит как сценарий для дешёвого фантастического фильма? Открою жестокую правду: это не фантастика. Это происходит прямо сейчас, за закрытыми дверями компаний, которые через 24 месяца заберут 80% рынка.

Два года. Ровно столько у тебя есть времени, чтобы перестроить свои процессы. Через два года на рынке останутся две категории людей и компаний.

Первые — те, кто использует ИИ как рычаг и умножает свою продуктивность.

Вторые — те, кто проиграл, потому что ждал, «когда хайп-волна утихнет».

Спойлер: волна не утихнет. Она только набирает высоту.

Об этих кейсах. Все истории в книге — собирательные. Имена, города и цифры изменены, несколько похожих клиентов стали одним героем. Механики, промпты и последовательность шагов — реальные, из моей практики.

Когда я писал «Маркетинг-Машину», главной идеей была системность. Мы строили воронки, настраивали рычаги, создавали механизмы, которые превращали хаос рынка в предсказуемый поток денег. Но у той Машины была одна уязвимость: она требовала людей. Копирайтеры, таргетологи, аналитики, менеджеры. Люди устают. Люди болеют. Люди ошибаются. Люди требуют зарплату.

Нейро-Машина — это следующая эволюция.

Это актив, который не спит, не выгорает, не просит отпуск и не спорит с тобой на планерках. Это цифровой цех, который может обслуживать один человек. Один!

Нейросети — это не «чат-боты, чтобы переписать скучный текст» и не «генераторы картинок для аватарок». Если ты используешь ИИ именно так — ты играешь в песочнице, пока взрослые строят небоскрёбы. ИИ — это новый электрический ток. И твоя задача в этой книге — не просто включить лампочку. Твоя задача — построить собственную электростанцию.

Эта книга — не учебник по программированию. Это операционное руководство по сборке твоей личной и корпоративной Нейро-Машины. Мы пройдем путь от смены твоего мышления до создания полноценных цифровых отделов. Я дам тебе алгоритмы, промпты, которые стоят денег, и архитектуры систем, которые будут работать, пока ты спишь.

Читай эту книгу с ручкой в руке. Внедряй каждую главу в день прочтения. Потому что пока ты читаешь это введение, твой конкурент уже настраивает свой первый цифровой отдел.

Поехали.

Глава 1. От чат-бота к активу: Как пересобрать мышление под эпоху ИИ

«Пока ты просил нейросеть написать стишок к 8 марта, твой конкурент уже уволил отдел копирайтинга и увеличил выручку на 40%».

Кейс: Два предпринимателя, один ИИ

Давай разберем реальную ситуацию. Есть Денис, владелец интернет-магазина автозапчастей. Денис узнал про ИИ, зарегистрировался в нейросети и попросил: «*Напиши мне продающий пост для ВКонтакте про зимние шины*». Нейросеть выдала ему унылый, шаблонный текст с эмодзи. Денис плюнул, сказал: «ИИ — это фигня, он пишет как робот, мои копирайтеры делали лучше», и закрыл вкладку.

А есть Андрей. Конкурент Дениса. Андрей тоже зарегистрировался в нейросети. Но он не попросил «написать пост».

Андрей скормил нейросети 500 отзывов своих клиентов, выгрузил данные о марках шин, которые сейчас в тренде, задал роль «циничного автомеханика с 20-летним стажем» и попросил сгенерировать 30 сценариев для коротких видео, закрывающих 5 главных страхов покупателей при выборе зимней резины.

Потом Андрей связал нейросеть с базой данных своего склада, чтобы она автоматически подставляла в эти сценарии только те шины, которые есть в наличии.

Итог: Денис до сих пор платит копирайтеру 50 тысяч в месяц за посты, которые читают 10 человек. Андрей получает 120 готовых сценариев в неделю, которые бьют точно в боль клиента и закрывают сделки. Выручка Андрея выросла втрое. Денис думает, что у Андрея просто «удачный месяц».

В чем разница? Не в нейросети. Нейросеть у них была одна и та же.

Разница в **мышлении**. Денис использовал ИИ как *чат-бот*. Андрей использовал ИИ как *актив*.

Суть проблемы: Синдром «Цифрового Попугая»

90% людей и бизнесов подходят к ИИ с мышлением индустриальной эпохи. Они видят в нем улучшенный поисковик или цифрового попугая.

- «Найди мне информацию».
- «Перепиши этот текст».
- «Придумай название».

Когда ты используешь ИИ как попугая, ты получаешь попугайские результаты: яркие, но пустые. Ты сталкиваешься с галлюцинациями, банальностями и поверхностностью. И делаешь вывод, что «ИИ не работает для моих сложных задач».

Боль здесь не в технологиях. Боль в том, что ты пытаешься использовать реактивный двигатель, чтобы молот зерно. Ты не понимаешь, *зачем* он создан. ИИ создан не для того, чтобы *помогать* тебе делать твою старую работу. ИИ создан для того, чтобы *заменить* саму необходимость делать эту работу по-старому.

Решение и механика: Переход от «Инструмента» к «Сотруднику»

В «Маркетинг-Машине» мы говорили: система работает только тогда, когда каждый элемент выполняет свою функцию.

Чтобы пересобрать мышление, тебе нужно убить в голове образ «волшебной кнопки» и заменить его на образ **«Цифрового Сотрудника»**.

Нейросеть — это не Гугл. Это стажер-гений с феноменальной эрудицией, но с полной амнезией. Он знает всё, что написано в интернете, но он не знает, кто ты, какой у тебя бизнес и какая у тебя цель, пока ты ему не расскажешь.

Механика Нейро-Машины строится на трех сдвигах:

1. От Реактивного к Проактивному.

Ты больше не задаешь вопросы. Ты даешь задания в рамках бизнес-процесса. Ты не спрашиваешь «как улучшить продажи?». Ты говоришь: «Проанализируй эту таблицу с продажами за квартал, найди 3 узких места в воронке и предложи гипотезы для их устранения в формате таблицы».

2. От Единичного к Системному.

Один промпт — это разовая акция. Нейро-Машина — это конвейер. Ты создаешь цепочки, где результат работы одной нейросети становится входными данными для другой.

3. От Исполнителя к Архитектору.

Твоя новая роль — не делать руками. Твоя роль — ставить ТЗ, контролировать качество и выстраивать архитектуру процессов. Ты больше не ремесленник. Ты — дирижер оркестра из цифровых сущностей.

Практический инструмент: Паспорт Цифрового Сотрудника

Чтобы ИИ перестал быть попугаем и стал активом, тебе нужно перестать с ним «болтать» и начать с ним «работать». Для этого мы используем инструмент **Паспорт Цифрового Сотрудника (ПЦС)**.

Прежде чем открыть чат с ИИ, ты должен заполнить этот паспорт. Если ты не можешь его заполнить — значит, у тебя нет бизнес-процесса, и ИИ тебе не поможет.

Шаблон Паспорта (Скопируй и используй):

- **Роль и Экспертиза:** Кто ты? (Например: *«Ты — арт-директор с 15-летним опытом в премиальном сегменте, специализирующийся на минимализме и психологии цвета»*).

- **Контекст и Боль:** Что за бизнес и какая проблема? (Например: *«Мы продаём премиальные кожаные сумки. Клиенты не понимают, почему цена выше, чем у масс-маркета. Нужно сместить фокус с цены на ценность и статус»*).

- **Задача (Алгоритм действий):** Что конкретно сделать по шагам? (Например: *«1. Проанализируй 5 главных возражений клиентов. 2. Для каждого возражения напиши триггерный трипвайер (короткий текст). 3. Предложи визуальную метафору для каждого текста»*).

- **Ограничения и Табу:** Чего НЕ делать? (Например: *«Не используй слова „эсклюзивный“, „лидер рынка“, „качественный“. Не пиши длинными предложениями. Тон: уверенный, спокойный, без восклицательных знаков»*).

- **Формат вывода:** В каком виде отдать результат? (Например: *«Выдай результат в виде Markdown-таблицы из 3 колонок: Возражение | Текст трипвайера | Идея для визуала»*).

Когда ты пишешь ИИ через ПЦС, ты не получаешь мусор. Ты получаешь готовый бизнес-актив, который можно сразу внедрять в операционку.

Блок «Внедри сегодня»

Хватит теории. Твоя Нейро-Машина не запустится, пока ты не нажмешь на кнопку. Вот твоё домашнее задание на ближайшие 2 часа.

Шаг 1. Аудит «Игрушка или Актив»

Выпиши на лист бумаги 5 задач, для которых ты использовал ИИ за последнюю неделю. Напротив каждой задачи поставь букву **И** (если это была разовая забава/поиск информации) или **А** (если это был системный процесс, который сэкономир время или принес деньги). Если у тебя больше трех букв «И» — ты в зоне риска.

Шаг 2. Создание первого ПЦС

Возьми самую рутинную задачу из своего бизнеса (написание писем, анализ отзывов, составление отчётов, генерация идей). Заполни для нее Паспорт Цифрового Сотрудника по шаблону выше. Не жалея времени на проработку контекста и ограничений.

Шаг 3. Тест-драйв Машины

Скопируй свой заполненный ПЦС в нейросеть. Получи результат. Если он тебя не устраивает — не ругай ИИ. Уточни ограничения или добавь примеры (few-shot prompting) в запрос. Добейся результата уровня «А-класс». Сохрани этот идеальный промпт в отдельный файл — это твой первый готовый актив.

Глава 2. Промпт-инжиниринг как навык СЕО. Как ставить ТЗ нейросети, чтобы она выдавала золото

«Гениальный сотрудник, которому дали мусорное ТЗ, выдаст мусорный результат. Тупой сотрудник, которому дали идеальное ТЗ, выдаст шедевр. Нейросеть — это и то, и другое одновременно. Всё зависит от твоего промпта».

Кейс: Промпт за 1,9 миллиона рублей

Осень 2025 года. Ко мне на консультацию приходит Влад, владелец сети из 12 барбершопов в трёх городах. У Влада проблема: средний чек падает третий месяц подряд, мастера демотивированы, а маркетолог ушёл в декрет.

Влад говорит: «Саш, я пробовал нейросети. Бесполезно. Я попросил ИИ придумать акцию для поднятия продаж — он мне выдал какую-то ерунду про „скидку 20% на стрижку по вторникам“. У меня и так по вторникам пусто, какая скидка? Я потерял три часа и понял, что это игрушка».

Я попросил Влада показать мне его промпт. Он открыл чат и показал одну строчку: *«Придумай акцию для барбершопов, чтобы поднять продажи»*.

Одна строчка. Без контекста. Без цифр. Без ограничений. Без указания, для кого эта акция, какой средний чек, какие услуги маржинальные, а какие убыточные, что уже пробовали и что не сработало.

Я сказал: «Влад, представь, что ты нанял маркетингового директора с зарплатой 300 тысяч в месяц. И в первый день ты ему говоришь: „Придумай акцию“. Всё. Одна фраза. Какой результат ты получишь?»

Влад помолчал и сказал: «Такую же ерунду».

Тогда я сел и за 12 минут написал промпт по своей формуле. Вот что я скормил нейросети:

«Ты — стратег по ценообразованию и удержанию клиентов в сфере услуг с 10-летним опытом. Контекст: сеть из 12 барбершопов, средний чек 2 800 #, основные услуги — стрижка (1 500 #, маржа 60%), бритьё (1 200 #, маржа 75%), уход за бородой (900 #, маржа 80%). Проблема: средний чек падает 3 месяца, потому что клиенты берут только стрижку и не докупают доп. услуги. Загрузка по вторникам и средам — 35%, по пятницам и субботам — 95%. Скидки уже пробовали — они привлекают халявщиков, которые не возвращаются. Задача: разработай 3 механики повышения среднего чека без скидок, которые мотивируют клиента добавить вторую услугу к стрижке. Для каждой механики укажи: название, суть, скрипт для мастера (что сказать клиенту в кресле), прогноз влияния на средний чек в рублях, риски. Формат: таблица. Ограничения: не предлагать абонементы (уже есть и не работают), не использовать слово „скидка“, не предлагать digital-механики (приложение, бот — нет бюджета). Тон: практичный, без маркетинговой шелухи».

Нейросеть выдала три механики. Одна из них — «Комбо-апгрейд в кресле»: мастер после стрижки говорит конкретную фразу-триггер, которая конвертировала 38% клиентов в докупку бритья или ухода за бородой. Влад внедрил эту механику за два дня. Через месяц средний чек вырос на 630 рублей. На 12 точках при 3 000 стрижек в месяц это **1 890 000 рублей дополнительной выручки**.

Разница между проммптом Влада и моим — 12 минут моего времени. Эти 12 минут стоили почти два миллиона.

Это и есть промпт-инжиниринг. Не магия. Не «умение общаться с роботом». Это навыки постановки ТЗ. Навык СЕО.

Суть проблемы: Синдром «SMS бывшей»

Я проанализировал сотни промптов предпринимателей, маркетологов и фрилансеров. Знаешь, что объединяет почти всех из них? Они написаны как SMS бывшей в три часа ночи: коротко, эмоционально, без контекста и с размытым ожиданием результата.

«Напиши продающий текст».

«Придумай идеи для бизнеса».

«Как мне заработать больше?»

«Сделай красиво».

А потом эти люди пишут в соцсетях: «ИИ — отстой, он пишет банальщину».

Давай честно. Если ты приходишь к живому копирайтеру и говоришь «напиши продающий текст» — что он сделает? Правильно: задаст тебе 47 уточняющих вопросов. Кто целевая аудитория? Какой продукт? Какая площадка? Какой тон? Какие ограничения? Какой объём? Какие примеры нравятся?

Нейросеть не задаёт 47 вопросов. Она не может залезть тебе в голову. Она видит твою одну строчку и делает **статистически наиболее вероятную** интерпретацию. А статистически наиболее вероятная интерпретация расплывчатого запроса — это расплывчатый, средний, «безопасный» ответ. Тот самый, который ты называешь «банальщиной».

Боль здесь глубже, чем кажется. Проблема не в том, что ты не умеешь писать промпты. Проблема в том, что ты не привык чётко формулировать свои бизнес-задачи вообще. Промпт-инжиниринг — это зеркало. Если твои промпты мусорные, значит, ты и своим живым сотрудникам ставишь мусорные ТЗ. Просто живые сотрудники научились «догадываться», переспрашивать и фильтровать твой хаос. Нейросеть этого не делает. Она буквально исполняет то, что ты написал.

И вот тут начинается самое интересное. Промпт-инжиниринг — это не просто «навык работы с ИИ». Это **навык мышления СЕО**. СЕО не пишет тексты руками. СЕО не настраивает рекламу руками. СЕО формулирует задачу так точно, что любой исполнитель — живой или цифровой — выдаёт предсказуемый результат.

В «Маркетинг-Машине» мы строили системы, где каждый элемент воронки знал свою функцию. Промпт — это микро-воронка. Входные данные (контекст) обработка (алгоритм) выходные данные (результат в нужном формате). Если на входе мусор — на выходе мусор. GIGO. Garbage In, Garbage Out. Этот принцип из информатики 1960-х годов актуален для нейросетей 2026-го как никогда.

Решение и механика: Формула ТИТАН

За годы работы с ИИ и обучения предпринимателей я вывел формулу, которая превращает любой промпт из «SMS бывшей» в «ТЗ на миллион». Я называю её **Формула ТИТАН**, потому что промпты, написанные по ней, дают результаты титанического масштаба.

Каждая буква — это обязательный блок твоего промпта. Пропустишь один — результат просядет на порядок.

Т — Точная роль

Кем должна быть нейросеть? Не «помощником». Не «экспертом». Конкретная роль с конкретным опытом.

Плохо: «Ты — маркетолог».

Хорошо: «Ты — *performance*-маркетолог с 8-летним опытом в *e-commerce*, специализирующийся на воронках с холодного трафика в нишах со средним чеком от 10 000 #. Ты циничен, опираешься только на цифры и ненавидишь „брендовые“ метрики вроде „охватов“».

Зачем это нужно? Роль активирует в модели конкретный кластер знаний и паттернов мышления. Когда ты говоришь «ты — циничный *performance*-маркетолог», нейросеть начинает фильтровать ответы через призму ROI, конверсий и юнит-экономики, отсекая «воздушные» советы про SMM и «силу бренда».

Лайфхак: Чем более «характерную» роль ты задашь, тем более нешаблонный результат получишь. «Ты — бывший аудитор McKinsey, который теперь консультирует малый бизнес и презирует корпоративный жаргон» даст тебе совершенно другой ответ, чем «ты — бизнес-консультант».

И — Исходные данные (Контекст)

Что нейросеть должна знать о ситуации? Цифры, факты, история, ограничения среды.

Плохо: «У меня интернет-магазин».

Хорошо: «Интернет-магазин женской одежды, 4 500 SKU, средний чек 6 200 #, 70% трафика из Instagram (Reels), конверсия в покупку 1,8%, возврат 22%. Сезонность: пики в марте и сентябре. Сейчас июнь — мёртвый сезон, нужно распродать весеннюю коллекцию, не убив маржу».

Контекст — это топливо. Без контекста нейросеть генерирует «среднюю температуру по больнице». С контекстом она начинает работать как хирург, который видит именно *твою* рентгенограмму.

Лайфхак: Если у тебя есть данные в таблице, CSV или выгрузке из CRM — вставляй их прямо в промпт. Нейросети отлично парсят структурированные данные. Одна вставленная таблица с продажами по категориям заменит десять абзацев описания «ну у нас в целом хорошо продаются платья, а брюки так себе».

Т — Задача (Что конкретно сделать)

Глагол действия + конкретный объект + измеримый критерий.

Плохо: «Помоги с продажами».

Хорошо: «Разработай 5 гипотез email-цепочки из 4 писем для реактивации базы из 12 000 клиентов, которые не покупали 90+ дней. Цель каждой цепочки — конверсия в покупку от 3%».

Задача должна быть такой чёткой, чтобы её можно было передать живому подрядчику, и он не перезвонил тебе ни разу для уточнения. Если ты сам не можешь сформулировать задачу чётко — остановись. Проблема не в ИИ. Проблема в том, что ты не понимаешь, чего хочешь. И это, кстати, самая ценная инсайдерская мысль этой главы: **промт-инжиниринг заставляет тебя думать**. Он принудительно структурирует хаос в твоей голове.

А — Алгоритм (Пошаговая инструкция)

Как именно нейросеть должна рассуждать и в каком порядке выполнять задачу?

Плохо: *«Просто придумай что-нибудь крутое».*

Хорошо: *«Действуй по шагам: 1) Сначала проанализируй 3 главных причины, почему клиенты не возвращаются после 90 дней, опираясь на типичные паттерны e-commerce. 2) Для каждой причины предложи механику, которая её закрывает. 3) На основе двух самых сильных механик собери структуру цепочки из 4 писем. 4) Для первого письма напиши 3 варианта темы с прогнозом open rate».*

Это самый мощный и самый недооценённый элемент формулы. Когда ты даёшь нейросети алгоритм рассуждения (в науке это называется *chain-of-thought prompting*), качество результата взлетает кратно. Почему? Потому что ты заставляешь модель «думать вслух» и строить логические цепочки, а не прыгать сразу к ответу.

Лайфхак: Фраза *«Рассуждай пошагово, прежде чем дать финальный ответ»* — это, возможно, самая мощная фраза в промпт-инжиниринге. Исследования показывают, что она повышает точность решения логических задач на 30–50%. В бизнес-задачах эффект ещё сильнее, потому что ты видишь ход «мыслей» модели и можешь скорректировать его на лету.

Н — Негативные ограничения (Чего НЕ делать)

Что запрещено? Какие слова, подходы, форматы, идеи — табу?

Плохо: *(Отсутствует)*

Хорошо: *«НЕ используй слова: „уникальный“, „лидер рынка“, „инновационный“, „непревзойдённый“. НЕ предлагай скидки и промокоды. НЕ пиши длиннее 150 слов на одно письмо. НЕ используй восклицательные знаки. НЕ предлагай механики, требующие интеграции с CRM (у нас нет API)».*

Негативные ограничения — это забор вокруг поля. Без забора нейросеть побежит по пути наименьшего сопротивления и выдаст тебе самые «популярные» (читай: банальные) решения. Ограничения сжимают пространство поиска и заставляют модель копать глубже.

Лайфхак: Если ты уже получал от ИИ плохой результат — проанализируй, что именно тебе не понравилось, и преврати это в ограничение. «В прошлый раз ты предложил скидку 20% — это не работает, потому что...» — это не критика, это уточнение ТЗ.

Полный пример: Промпт «До» и «После»

Давай соберём всё вместе и увидим разницу наглядно.

ДО (типичный промпт предпринимателя):

«Напиши контент-план на месяц для Instagram, у меня студия растяжки».

Результат: 30 постов типа «Польза растяжки для здоровья», «5 упражнений для начинающих», «Отзыв нашей клиентки Маши». Скучно, шаблонно, без продаж.

ПОСЛЕ (промпт по формуле ТИТАН):

[Т — Роль] Ты — контент-стратег с 7-летним опытом в локальном бизнесе (фитнес, beauty, wellness). Ты специализируешься на контенте, который конвертирует подписчиков в записи на первое занятие. Ты ненавидишь «экспертный контент ради контента» и веришь, что каждый пост должен закрывать конкретное возражение или триггерить конкретную эмоцию.

[И — Исходные данные] Студия растяжки в Екатеринбурге, 2 зала, 4 тренера. Целевая аудитория: женщины 25–40 лет, офисные сотрудницы, которые хотят сесть на шпагат или просто снять боль в спине. Средний чек: абонемент на 8 занятий — 6 400 #. Конверсия из пробного занятия в абонемент — 45%. Главная проблема: люди боятся, что они «негибкие» и «слишком старые для растяжки». Сейчас в аккаунте 3 200 подписчиков, охваты упали до 200–300 на пост. Reels дают 70% нового трафика.

[Т — Задача] Составь контент-план на 4 недели (3 Reels + 2 поста в неделю = 20 единиц контента). Каждый Reels должен быть заточен под виральность и привлечение новой аудитории. Каждый пост — под прогрев и закрытие возражений. Цель: +500 новых подписчиков и +30 записей на пробное занятие за месяц.

[А — Алгоритм] 1) Сначала выпиши 7 главных страхов/возражений ЦА перед записью на растяжку. 2) Для каждого страха определи формат контента (Reels или пост), который его закрывает лучше всего. 3) Распредели 20 единиц контента по 4 неделям так, чтобы каждая неделя закрывала 1–2 конкретных страха и заканчивалась продающим СТА. 4) Для каждого Reels напиши: хук (первые 2 секунды), сценарий (до 30 сек), СТА. Для каждого поста: заголовок-триггер, структура (по абзацам), СТА.

[Н — Ограничения] НЕ используй слова «трансформация», «путь к себе», «гармония тела». НЕ предлагай контент с «до/после» (клиентки стесняются). НЕ делай посты длиннее 200 слов. НЕ используй стоковые идеи типа «5 упражнений утром». Каждый Reels должен быть снят в зале студии с реальным тренером (без актёров). Тон: дружеский, с юмором, без эзотерики и «женской энергии».

Результат: Структурированный контент-план, где каждый Reels бьёт в конкретный страх («Мне 38, я дубовая как стол» Reels, где тренер показывает 40-летнюю клиентку, которая за 3 месяца села на продольный шпагат, с хуком: «Ей 40. Она думала, что поздно. Смотри, что было на 12-м занятии»). Каждый пост закрывает возражение и ведёт к записи. Контент-план можно отдать SMM-щику и он начнёт снимать завтра без единого уточняющего вопроса.

Чувствуешь разницу? Это не «нейросеть стала умнее». Это ты стал умнее как постановщик задач.

Уровни промпт-инжиниринга: Где ты сейчас?

Чтобы ты понимал, куда расти, вот таблица уровней. Будь честен с собой.

1 — Название: Попугай; Как выглядит промпт: «Напиши пост про кроссовки»; Результат: Шаблонный мусор; % людей: 60%

2 — Название: Уточнитель; Как выглядит промпт: «Напиши пост про кроссовки Nike Air Max для бегунов-любителей, 300 слов, с призывом к покупке»; Результат: Нормальный, но предсказуемый текст; % людей: 25%

3 — Название: Архитектор; Как выглядит промпт: Промпт по формуле ТИТАН с ролью, контекстом, алгоритмом и ограничениями; Результат: Результат уровня «хороший подрядчик»; % людей: 12%

4 — Название: Оператор Нейро-Машины; Как выглядит промпт: Цепочки промптов, где выход одного — вход для другого; few-shot примеры; итеративное улучшение; Результат: Результат уровня «топовый эксперт»; % людей: 2,5%

5 — Название: Нейро-СЕО; Как выглядит промпт: Мета-промпты (промпты, которые генерируют промпты); автоматизированные пайплайны; ИИ-агенты, работающие автономно; Результат: Масштабируемая система, работающая без участия человека; % людей: 0,5%

Большинство читателей этой книги сейчас на уровне 1–2. К концу книги ты будешь на уровне 4. Уровень 5 — это то, что мы соберём в Главе 10.

Продвинутые техники: Три приёма, которые отделяют профи от любителей

Эти три приёма — надстройка над формулой ТИТАН. Они дают максимум, когда формула уже отработана до автоматизма.

1. Few-Shot Prompting (Обучение на примерах)

Нейросеть учится на примерах быстрее, чем на инструкциях. Вместо того чтобы долго объяснять, какой стиль тебе нужен, покажи 2–3 примера идеального результата.

«Вот 3 примера постов, стиль которых мне нравится: [пример 1], [пример 2], [пример 3]. Проанализируй паттерны этих текстов (длина предложений, тон, структура, использование эмодзи, тип хука) и напиши новый пост в ТОЧНО ТАКОМ ЖЕ стиле на тему [тема]».

Это работает как бриф для дизайнера: «Вот три сайта, которые мне нравятся, сделай в таком же духе». Один пример стоит тысячи слов описания.

2. Итеративное улучшение (Цикл «Уточни Улучши»)

Первый ответ нейросети — это черновик. Всегда. Даже с идеальным промптом по формуле ТИТАН. Твоя задача — не принять первый ответ, а запустить цикл улучшений:

- *«Хорошо, но пункт 3 слишком общий. Уточни его с конкретными цифрами и примерами из ниши [X]».*
- *«Тон слишком формальный. Перепиши, добавив разговорные обороты и одну самоироничную шутку».*
- *«Структура отличная, но хук слабый. Предложи 5 альтернативных хуков, которые вызывают любопытство через парадокс».*

Каждая итерация повышает качество на 15–25%. Обычно 2–3 итерации достаточно для результата уровня «А-класс».

3. Мета-промт (Промт, который пишет промнты)

Это приём уровня 4–5. Ты просишь нейросеть стать промт-инженером и написать для тебя идеальный промт.

«Ты — эксперт по промт-инжинирингу с глубоким пониманием архитектуры LLM. Я хочу решить следующую задачу: [описание задачи своими словами, как можешь]. Твоя задача — написать для меня идеальный промт по формуле ТИТАН (Роль, Исходные данные, Задача, Алгоритм, Ограничения), который я смогу скормить нейросети для решения этой задачи. Прежде чем написать промт, задай мне 5 уточняющих вопросов, чтобы максимально точно понять контекст».

Этот приём невероятно мощен, потому что нейросеть сама вытаскивает из тебя контекст, который ты забыл указать. Она задаёт вопросы, которые ты не догадался бы задать себе. И на выходе ты получаешь промт, который сам бы никогда не написал.

Связь с Маркетинг-Машиной: Промпт как микро-воронка

В «Маркетинг-Машине» мы говорили, что воронка — это путь клиента от «не знаю о тебе» до «заплатил и привёл друга». Каждый этап воронки — это фильтр, который отсеивает нерелевантных и прогревает релевантных.

Промпт — это **воронка для нейросети**.

- **Роль** = таргетинг (ты определяешь, какой «эксперт» будет работать).
- **Контекст** = квалификация лида (ты даёшь данные, чтобы ИИ понимал ситуацию).
- **Задача** = оффер (ты формулируешь, что именно нужно получить).
- **Алгоритм** = цепочка касаний (ты задаёшь последовательность шагов).
- **Ограничения** = негативные ключевые слова в рекламе (ты отсекаешь мусор).

И результат промпта — это конверсия. Чем точнее настроена воронка, тем выше конверсия из «запрос» в «годный результат».

Если ты строил маркетинговые воронки — ты уже умеешь строить промнты. Просто перенеси это мышление на новый объект.

Практический инструмент: Чек-лист «ТИТАН перед отправкой»

Перед тем как нажать Enter, прогони свой промпт по этому чек-листу. Если хотя бы один пункт не отмечен — допиши.

- **Т** — Я задал конкретную роль с указанием опыта, специализации и «характера»?
- **И** — Я предоставил цифры, факты и контекст, без которых задачу невозможно решить качественно?
- **Т** — Моя задача сформулирована как глагол + объект + измеримый критерий?
- **А** — Я разбил задачу на пошаговый алгоритм рассуждения?
- **Н** — Я указал, чего НЕ делать (запрещённые слова, подходы, форматы)?
- **Ф** — Я указал формат вывода (таблица, список, Markdown, JSON, структура по абзацам)?
- **П** — Я добавил 1–2 примера идеального результата (few-shot), если задача творческая?

Сохрани этот чек-лист. Распечатай. Повесь над монитором. Через 2 недели он станет автоматическим, и ты будешь писать ТИТАН-промпты на лету, как сейчас пишешь сообщения в мессенджере.

Блок «Внедри сегодня»

Хватит читать. Открывай нейросеть. Прямо сейчас.

Шаг 1. Вскрытие трупa

Найди свой последний промт, результат которого тебя разочаровал. Разбери его по формуле ТИТАН. Отметь, какие буквы отсутствуют. Скорее всего, ты обнаружишь, что пропущены И (контекст), А (алгоритм) и Н (ограничения). Осознай: проблема была не в ИИ. Проблема была в ТЗ.

Шаг 2. Перезапись по ТИТАНу

Перепиши этот промт, заполнив все 5 блоков формулы. Добавь роль, контекст с цифрами, пошаговый алгоритм и жёсткие ограничения. Отправь нейросети. Сравни результат с тем, что было раньше. Зафиксируй разницу. Ты офигеешь.

Шаг 3. Мета-промт для твоей главной задачи

Возьми самую важную бизнес-задачу, которая стоит перед тобой прямо сейчас (запуск продукта, увеличение продаж, оптимизация расходов). Скопируй мета-промт из этой главы («Ты — эксперт по промт-инжинирингу...») и скорми его нейросети. Ответь на 5 уточняющих вопросов, которые она задаст. Получи готовый ТИТАН-промт для своей задачи. Запусти его. Сохрани результат.

Ты только что совершил переход с уровня 1–2 на уровень 3. Поздравляю. Ты теперь в топе 15%. Остальные 85% всё ещё пишут «напиши мне постик» и жалуются, что ИИ тупой.

Глава 3. Контент-Фабрика: Как ИИ закрывает вопросы SMM, статей, сценариев и email-маркетинга

«Контент — это не творчество. Контент — это инженерия. Если ты относишься к нему как к искусству, ты будешь страдать. Если относишься как к конвейеру, ты будешь зарабатывать».

Кейс: Как один человек закрыл контентом 5 компаний

Знакомьтесь, Лена. 34 года, фрилансер-маркетолог. Полтора года назад Лена вела контент для двух клиентов: интернет-магазина косметики и онлайн-школы английского. Она писала посты, снимала Reels, рассылала письма. Зарабатывала 180 тысяч в месяц, выгорала так, что по выходным не могла смотреть в телефон.

В феврале 2025-го Лена пришла ко мне на консультацию и сказала: «Саш, я устала. Я хочу либо нанять команду, либо уйти из маркетинга. Я физически не успеваю. На одного клиента я трачу 80 часов в месяц. Два клиента — это 160 часов. Это ад».

Я спросил: «Лена, а ты пробовала ИИ?»

Она закатила глаза: «Пробовала. Писала посты. Нейросеть выдаёт какую-то воду. Мои клиенты платят за мой стиль, за мою экспертизу. ИИ так не умеет».

Я сказал: «Лена, ты используешь ИИ как копирайтера-стажёра. А тебе нужно использовать его как фабрику. Давай я покажу тебе, как».

За два часа мы собрали для Лены **Контент-Фабрику** — систему, где она тратит 4 часа в неделю на стратегию и контроль, а ИИ генерирует 80% всего контента. Вот что мы сделали:

1. **SMM-контент:** Лена перестала писать посты руками. Она создала промпт-шаблон, который генерирует 30 постов в месяц на основе контент-плана. Лена тратит 15 минут в неделю на проверку и редактуру.

2. **Reels-сценарии:** Лена скормила нейросети 50 своих лучших Reels за прошлый год и попросила проанализировать паттерны (хуки, структура, СТА). Теперь ИИ генерирует 12 сценариев в месяц, Лена выбирает 4 лучших и снимает.

3. **Email-рассылки:** Лена настроила цепочку из 5 писем для новых подписчиков. ИИ пишет черновики, Лена добавляет личные истории и отправляет.

4. **Статьи для блога:** Лена перестала писать лонгриды. Она записывает 15-минутный голосовой подкаст на тему статьи, транскрибирует его через ИИ, и нейросеть превращает это в структурированную статью на 2 000 слов. Лена редактирует 30 минут.

5. **Продающие лендинги:** Лена создала промпт-шаблон, который генерирует структуру лендинга на основе оффера и ЦА. Она тратит 20 минут на проверку и отдаёт клиенту.

Результат через 3 месяца:

- Лена взяла ещё 3 клиентов (итого 5).
- Её доход вырос с 180 до 420 тысяч в месяц.
- Она работает 20 часов в неделю вместо 40.
- Она перестала выгорать.

Лена не стала писать больше. Она стала **управлять фабрикой**.

Суть проблемы: Синдром «Художника в муках»

90% предпринимателей и маркетологов относятся к контенту как к искусству. Они ждут вдохновения. Они мучаются над каждым словом. Они верят, что контент должен быть «живым», «душой», «творчеством».

И вот что я тебе скажу: **это ложь**.

Контент в бизнесе — это не искусство. Контент — это **инженерия**. Это набор механик, которые решают конкретные задачи: привлечь внимание, прогреть, закрыть возражение, продать. Если ты относишься к контенту как к искусству, ты будешь страдать, выгорать и получать посредственные результаты. Если ты относишься к нему как к конвейеру, ты будешь зарабатывать.

Боль здесь в том, что ты пытаешься делать всё руками. Ты пишешь посты, снимаешь видео, составляешь рассылки, создаёшь сценарии. Ты тратишь 80% своего времени на производство, а не на стратегию. Ты — и художник, и грузчик, и уборщик.

В «Маркетинг-Машине» мы говорили: система работает только тогда, когда каждый элемент выполняет свою функцию. Контент — это не элемент. Контент — это **конвейер элементов**. И если ты не превратишь его в фабрику, ты будешь вечно бороться с ветряными мельницами.

Нейросеть — это не твой копирайтер. Нейросеть — это **твой цех**. Твоя задача — не писать контент руками. Твоя задача — настроить конвейер, который будет производить контент в промышленных масштабах.

Решение и механика: Контент-Фабрика как конвейер

Контент-Фабрика — это система, где ты тратишь 20% времени на стратегию и контроль, а 80% работы делает ИИ. Это не «нейросеть пишет за тебя посты». Это **архитектура производства контента**, где каждый этап автоматизирован.

Анатомия Контент-Фабрики

Контент-Фабрика состоит из 5 этапов:

1. **Стратегия (ты)** — определение целей, ЦА, позиционирования, контент-плана.
 2. **Генерация идей (ИИ)** — создание тем, хуков, углов подачи.
 3. **Производство контента (ИИ)** — написание текстов, сценариев, писем.
 4. **Редактура и адаптация (ты + ИИ)** — проверка качества, добавление личного стиля, адаптация под площадку.
 5. **Дистрибуция (автоматизация)** — публикация, рассылка, интеграция с CRM.
- Ты участвуешь только в этапах 1 и 4. Остальное делает ИИ.

Матрица контента по этапам воронки

В «Маркетинг-Машине» мы строили воронки, где каждый этап решал свою задачу. Контент — не исключение. Каждый тип контента должен закрывать конкретный этап воронки.

Привлечение — Задача контента: Захватить внимание, вызвать интерес; Типы контента: Reels, Shorts, TikTok, виральные посты, коллаборации; Доля в контент-плане: 40%

Прогрев — Задача контента: Показать экспертизу, вызвать доверие; Типы контента: Статьи, лонгриды, подкасты, кейсы, вебинары; Доля в контент-плане: 30%

Продажа — Задача контента: Закрывать возражения, мотивировать к покупке; Типы контента: Продающие посты, email-цепочки, лендинги, отзывы; Доля в контент-плане: 20%

Удержание — Задача контента: Усилить лояльность, стимулировать повторные покупки; Типы контента: Новости, эксклюзивы, программы лояльности, рефералки; Доля в контент-плане: 10%

Если у тебя в контент-плане 80% продающих постов и 0% привлекающего контента — ты не получишь трафик. Если у тебя 90% развлекательного контента и 0% продающего — ты не получишь продажи.

Контент-Фабрика — это не хаос. Это система, где каждый тип контента работает на конкретный этап воронки.

Практический инструмент: 5 промпт-шаблонов для Контент-Фабрики

Вот 5 промпт-шаблонов, которые закрывают 80% задач контент-маркетинга. Используй их как основу, адаптируй под свой бизнес.

1. Генератор контент-плана на месяц

[Роль] Ты — контент-стратег с 8-летним опытом в digital-маркетинге. Ты специализируешься на создании контент-планов, которые решают конкретные бизнес-задачи: привлечение трафика, прогрев, продажи. Ты ненавидишь «контент ради контента» и веришь, что каждая единица контента должна закрывать конкретную задачу воронки.

[Исходные данные] Мой бизнес: [описание бизнеса, ниша, продукт, ЦА]. Мои цели на месяц: [конкретные цели, например: +1000 подписчиков, +50 продаж, +20% вовлеченности]. Мои площадки: [Instagram, Telegram, email, блог]. Мой текущий контент-план: [если есть, опиши, что не работает].

[Задача] Составь контент-план на 4 недели, который закрывает все этапы воронки (привлечение, прогрев, продажа, удержание). Для каждой недели укажи: 3 единицы привлекающего контента (Reels, виральные посты), 2 единицы прогревающего контента (статьи, кейсы), 1 продающую единицу (продающий пост, email), 1 единицу удерживающего контента (новости, эксклюзивы).

[Алгоритм] 1) Сначала определи 5 главных болей/желаний моей ЦА. 2) Для каждой боли определи, на каком этапе воронки её лучше закрывать. 3) Распредели 28 единиц контента (4 недели × 7 единиц) по этапам воронки так, чтобы каждая единица закрывала конкретную боль/желание. 4) Для каждой единицы укажи: тип контента, тему, хук (первые 2 секунды для видео или заголовок для текста), СТА.

[Ограничения] НЕ предлагай банальные темы типа «5 советов для...». НЕ используй кликбейт без сути. НЕ делай контент, который не решает конкретную задачу воронки. Тон: [укажи желаемый тон, например: экспертный, но дружелюбный].

[Формат вывода] Таблица: Неделя | Этап воронки | Тип контента | Тема | Хук/Заголовок | СТА | Ожидаемый результат (охваты, конверсия, продажи).

2. Генератор Reels-сценариев

[Роль] Ты — сценарист коротких видео с 6-летним опытом в Instagram и TikTok. Ты специализируешься на вирусных Reels, которые привлекают новую аудиторию и конвертируют в подписки. Ты знаешь, что первые 2 секунды решают всё, и ненавидишь «медленные» начала.

[Исходные данные] Мой бизнес: [описание]. Моя ЦА: [кто они, какие у них боли]. Мои лучшие Reels за прошлый год: [опиши 3–5 лучших, что в них сработало]. Моя цель: [например: +500 подписчиков за месяц].

[Задача] Напиши 10 сценариев для Reels (до 30 секунд каждый), которые закрывают главные боли моей ЦА и конвертируют в подписки.

[Алгоритм] 1) Сначала проанализируй мои лучшие Reels и выдели паттерны: какие хуки сработали, какая структура, какие СТА. 2) На основе этих паттернов создай 10 новых сценариев. 3) Для каждого сценария укажи: хук (первые 2 секунды), структура (по секундам: 0–2 сек, 2–10 сек, 10–20 сек, 20–30 сек), СТА (что сказать в конце), визуальная идея (что снимать).

[Ограничения] НЕ делай хуки типа «Привет, меня зовут...». НЕ используй длинные предложения. НЕ предлагай сценарии, которые требуют актёров или сложного монтажа (я снимаю сам на телефон). Каждый сценарий должен быть снимаем за 1 дубль.

[Формат вывода] Список из 10 сценариев. Для каждого: Хук | Структура (по секундам) | СТА | Визуальная идея.

3. Генератор email-цепочки

[Роль] Ты — email-маркетолог с 10-летним опытом в e-commerce и инфобизнесе. Ты специализируешься на welcome-цепочках, которые конвертируют новых подписчиков в покупателей. Ты знаешь, что первое письмо решает всё, и ненавидишь «спамные» рассылки.

[Исходные данные] Мой бизнес: [описание]. Мой продукт: [что продаю, цена]. Моя ЦА: [кто они]. Мой лид-магнит: [что они получают за подписку]. Моя цель: [например: конверсия 15% из подписчиков в покупатели за 7 дней].

[Задача] Напиши welcome-цепочку из 5 писем, которая прогревает новых подписчиков и конвертирует их в покупателей за 7 дней.

[Алгоритм] 1) Сначала определи 5 главных возражений моей ЦА перед покупкой. 2) Для каждого письма определи, какое возражение оно закрывает. 3) Напиши структуру каждого письма: тема, хук (первый абзац), основная часть (какую ценность даём), СТА. 4) Напиши полные тексты всех 5 писем.

[Ограничения] НЕ пиши темы типа «Специальное предложение для вас!». НЕ используй восклицательные знаки в каждом предложении. НЕ делай письма длиннее 300 слов. Каждое письмо должно давать ценность, а не просто продавать. Тон: [укажи тон, например: дружелюбный, экспертный].

[Формат вывода] 5 писем. Для каждого: Тема | Хук | Структура (абзацы) | Полный текст | СТА.

4. Генератор статей из голосового подкаста

[Роль] Ты — редактор лонгридов с 8-летним опытом в контент-маркетинге. Ты специализируешься на превращении устной речи в структурированные статьи. Ты знаешь, что люди говорят иначе, чем пишут, и твоя задача — сохранить живость устной речи, но добавить структуру письменного текста.

[Исходные данные] Вот транскрипция моего 15-минутного голосового подкаста: [вставь транскрипцию]. Моя ЦА: [кто они]. Моя цель: [например: статья на 2000 слов для блога, которая закрывает возражение X].

[Задача] Преврати эту транскрипцию в структурированную статью на 2000 слов.

[Алгоритм] 1) Сначала выдели 5 главных идей из транскрипции. 2) На основе этих идей создай структуру статьи: заголовок, введение, 3–5 разделов, заключение. 3) Напиши полный текст статьи, сохраняя мой стиль речи (живой, разговорный), но добавляя структуру (подзаголовки, списки, примеры). 4) Добавь СТА в конце.

[Ограничения] НЕ убирай мои разговорные обороты и шутки. НЕ делай текст слишком формальным. НЕ добавляй воду. Каждое предложение должно нести ценность. Тон: [укажи тон, например: экспертный, но дружелюбный].

[Формат вывода] Markdown-статья с заголовком, подзаголовками, списками и СТА.

5. Генератор продающих постов

[Роль] Ты — копирайтер с 10-летним опытом в прямых продажах. Ты специализируешься на постах, которые закрывают возражения и конвертируют в покупки. Ты ненавидишь «продающие тексты» без сути и веришь, что лучший продающий пост — тот, который решает проблему клиента.

[Исходные данные] Мой продукт: [описание, цена]. Моя ЦА: [кто они]. Главное возражение, которое я хочу закрыть: [например: «дорого»]. Мои конкуренты: [кто они, чем отличаются]. Мой стиль: [опиши, как ты обычно пишешь].

[Задача] Напиши продающий пост, который закрывает возражение «дорого» и конвертирует в покупки.

[Алгоритм] 1) Сначала проанализируй, почему клиенты считают продукт «дорогим» (какие скрытые страхи за этим стоят). 2) Определи 3 аргумента, которые показывают ценность продукта (не цену, а ценность). 3) Напиши структуру поста: хук (первое предложение), проблема (боль клиента), решение (как продукт решает), аргументы (почему это стоит денег), социальное доказательство (отзывы, кейсы), СТА. 4) Напиши полный текст поста.

[Ограничения] НЕ используй слова «уникальный», «лидер рынка», «инновационный». НЕ пиши длиннее 250 слов. НЕ используй восклицательные знаки в каждом предложении. Тон: [укажи тон, например: уверенный, но не агрессивный].

[Формат вывода] Полный текст поста с хуком, структурой и СТА.

Автоматизация Контент-Фабрики: Как сделать так, чтобы ИИ работал без тебя

Контент-Фабрика — это не просто промпты. Это **автоматизированная система**, где ИИ работает по расписанию, без твоего участия.

Шаг 1: Создай библиотеку промпт-шаблонов

Собери все свои промпт-шаблоны в один документ (Google Docs, Notion). Для каждого шаблона укажи:

- Название (например: «Генератор Reels-сценариев»)
- Описание (для каких задач)
- Переменные (что нужно подставлять: бизнес, ЦА, цели)
- Пример готового результата

Шаг 2: Настрой расписание

Определи, когда ты будешь генерировать контент. Например:

- **Понедельник, 10:00–11:00:** Генерация контент-плана на неделю.
- **Вторник, 14:00–15:00:** Генерация Reels-сценариев.
- **Среда, 09:00–10:00:** Генерация email-рассылок.
- **Четверг, 16:00–17:00:** Генерация статей из подкастов.
- **Пятница, 11:00–12:00:** Редактура и адаптация всего контента.

Шаг 3: Интегрируй с инструментами автоматизации

Используй инструменты вроде **Zapier**, **Make**, **n8n** для автоматизации:

- ИИ генерирует контент Zapier отправляет его в Google Docs ты получаешь уведомление ты редактируешь Zapier публикует в соцсети.
- Или: ИИ генерирует email Zapier отправляет в email-платформу рассылка уходит по расписанию.

Шаг 4: Контроль качества

Даже автоматизированная система требует контроля. Выдели 20% времени на:

- Проверку качества контента (чтобы ИИ не написал ерунду).
- Добавление личного стиля (чтобы контент не был шаблонным).
- Анализ результатов (какой контент работает, какой нет).

Связь с Маркетинг-Машиной: Контент как топливо для воронки

В «Маркетинг-Машине» мы говорили, что воронка — это механизм, который превращает холодный трафик в горячих клиентов. Контент — это **топливо** для этой воронки.

Без контента воронка не работает. Ты можешь настроить идеальную воронку с трипвайерами, апсейлами и кросс-селлами, но если у тебя нет контента, который привлекает трафик и прогревает его, — воронка будет пустой.

Контент-Фабрика — это **система производства топлива** для твоей воронки. Ты не просто пишешь посты. Ты производишь контент, который работает на конкретные этапы воронки: привлекает, прогревает, продаёт, удерживает.

Если ты строил маркетинговые воронки — ты уже понимаешь, как работает Контент-Фабрика. Просто перенеси это мышление на производство контента.

Блок «Внедри сегодня»

Хватит читать. Открывай нейросеть. Прямо сейчас, а не в понедельник.

Шаг 1. Аудит текущего контента

Выпиши весь контент, который ты произвёл за последний месяц (посты, Reels, статьи, письма). Раздели его по этапам воронки: привлечение, прогрев, продажа, удержание. Посмотри, какой этап у тебя проседает. Скорее всего, у тебя 80% продающего контента и 0% привлекающего. Или наоборот. Осознай дисбаланс.

Шаг 2. Создание первого промпт-шаблона

Возьми самый частый тип контента, который ты производишь (например: посты для Instagram). Скопируй соответствующий промпт-шаблон из этой главы (например: «Генератор продающих постов»). Адаптируй его под свой бизнес: подставь свой продукт, ЦА, возражения. Сохрани этот шаблон в отдельный документ.

Шаг 3. Тест-драйв Контент-Фабрики

Используй свой промпт-шаблон, чтобы сгенерировать 5 единиц контента на следующую неделю. Проверь результат. Если он тебя не устраивает — уточни промпт (добавь больше контекста, ограничений, примеров). Добейся результата уровня «А-класс». Сохрани этот идеальный промпт. Ты только что создал первый элемент своей Контент-Фабрики.

Ты только что совершил переход от «художника в муках» к «оператору фабрики». Поздравляю. Теперь ты можешь производить контент в промышленных масштабах, тратя 20% времени.

Глава 4. Нейро-продажи: Скрипты, обработка возражений и аналитика звонков с помощью ИИ

«Продажи — это не искусство убеждения. Продажи — это наука закрытия возражений. Если ты не умеешь закрывать возражения, ты не продаёшь. Ты просто болтаешь».

Кейс: Как скрипт от ИИ удвоил выручку отдела продаж

Знакомьтесь, Максим. 38 лет, владелец B2B-компании, которая продаёт CRM-системы для малого бизнеса. У Максима команда из 8 менеджеров по продажам. Каждый менеджер делает 40–50 звонков в день. Конверсия из звонка в встречу — 12%. Из встречи в сделку — 18%. Средний чек — 85 000 #. Выручка — 4,4 млн в месяц.

Максим пришёл ко мне и сказал: «Саш, у меня проблема. Менеджеры выгорают. Они делают по 50 звонков в день, слышат „нет“ 44 раза, и к вечеру у них глаза стеклянные. Я пробовал менять скрипты, нанимать тренеров, платить бонусы — ничего не работает. Конверсия стоит на месте».

Я спросил: «Максим, а ты записываешь звонки?»

Он кивнул: «Да, всё пишется».

«А ты их слушаешь?»

Максим помолчал: «Ну... иногда. Когда есть жалобы клиентов. Но у меня нет времени слушать все 400 звонков в день».

Я сказал: «Максим, ты сидишь на золотой жиле, но даже не знаешь об этом. У тебя 400 звонков в день, это 8 000 в месяц и почти 100 000 в год. И ты не знаешь, почему клиенты говорят „нет“. Ты не знаешь, какие возражения звучат чаще всего. Ты не знаешь, на каком этапе менеджеры теряют клиентов. Ты продаёшь вслепую».

Тогда мы сделали следующее:

1. **Скармливаем ИИ 100 записей звонков** (транскрибированных через сервисы вроде Otter.ai или Whisper). Просим ИИ проанализировать их и найти паттерны: какие возражения звучат чаще всего, на каком этапе звонка клиенты теряют интерес, какие фразы менеджеров работают, а какие — нет.

2. **ИИ выдаёт отчёт:**

- Топ-5 возражений: «Дорого» (38% звонков), «Нам нужно подумать» (27%), «У нас уже есть CRM» (18%), «Нет бюджета» (12%), «Нужно согласовать с руководством» (5%).

- Критическая ошибка: менеджеры начинают продавать продукт на 2-й минуте звонка, не выявив потребности клиента.

- Успешный паттерн: менеджеры, которые задают 3 уточняющих вопроса перед презентацией продукта, закрывают на 40% больше сделок.

3. **На основе этого анализа ИИ генерирует новый скрипт**, который:

- Первые 3 минуты звонка посвящает выявлению потребностей (конкретные вопросы по индустрии клиента).

- Для каждого из топ-5 возражений даёт 3 варианта закрытия (не «отмазки», а реальные аргументы с цифрами и кейсами).

- Включает триггерные фразы, которые создают срочность без давления.

4. **Внедряем новый скрипт.** Обучаем менеджеров за 2 часа (ИИ создал чек-лист и ролевые игры для тренировки).

Результат через 2 месяца:

- Конверсия из звонка в встречу выросла с 12% до 34%.

- Конверсия из встречи в сделку — с 18% до 29%.

- Средний чек вырос на 15% (менеджеры начали продавать более дорогие тарифы).

- Выручка — с 4,4 до 9,7 млн в месяц.

Максим сказал: «Саш, я 5 лет мучился с продажами. А ты за 2 часа с ИИ решил проблему, которую я не мог решить 5 лет».

Это и есть нейро-продажи. Не «ИИ пишет скрипты». Это ИИ анализирует реальность, находит узкие места и создаёт решения, которые работают.

Суть проблемы: Синдром «Продавца из 90-х»

90% менеджеров по продажам и предпринимателей продают так, как их учили в 2005-м. Они используют устаревшие скрипты, которые не работают. Они боятся возражений и пытаются их «переболтать». Они не анализируют свои звонки и не понимают, почему клиенты говорят «нет».

Боль здесь в трёх вещах:

1. Скрипты устарели. Ты используешь скрипт, который тебе дал предыдущий владелец бизнеса, или который ты скачал в интернете 3 года назад. Рынок изменился. Клиенты стали умнее. Они чувствуют «продажность» за километр. Твой скрипт не работает, потому что он не учитывает реальность твоего рынка.

2. Возражения — это чёрная дыра. Ты не знаешь, какие возражения звучат чаще всего. Ты не знаешь, как на них реагировать. Ты импровизируешь. И каждый раз, когда клиент говорит «дорого», ты паникуешь и либо даёшь скидку, либо теряешь клиента.

3. Аналитика отсутствует. Ты не слушаешь свои звонки. Ты не знаешь, на каком этапе теряешь клиентов. Ты не знаешь, какие фразы работают, а какие — нет. Ты продаёшь вслепую, как стрелок, который стреляет в темноте и надеется попасть.

В «Маркетинг-Машине» мы говорили: система работает только тогда, когда ты измеряешь каждый этап. Если ты не измеряешь продажи — ты не можешь их улучшить. А ИИ — это инструмент, который позволяет измерить и улучшить продажи без найма аналитиков и тренеров.

Решение и механика: ИИ как тренер, аналитик и скриптописец

Нейро-продажи — это система, где ИИ закрывает три главные задачи:

1. **Анализ звонков** — ИИ слушает твои записи и находит паттерны: что работает, что нет, какие возражения звучат чаще всего.
2. **Генерация скриптов** — ИИ создаёт скрипты на основе реальных данных, а не шаблонов из интернета.
3. **Обработка возражений** — ИИ генерирует аргументы для закрытия возражений, которые работают именно в твоём бизнесе.

Анатомия Нейро-продаж

Нейро-продажи состоят из 4 этапов:

1. **Сбор данных (ты)** — запись звонков, транскрибация, сбор возражений.
 2. **Анализ (ИИ)** — поиск паттернов, выявление узких мест, определение успешных стратегий.
 3. **Генерация решений (ИИ)** — создание скриптов, аргументов, чек-листов.
 4. **Внедрение и контроль (ты)** — обучение команды, тестирование, корректировка.
- Ты участвуешь только в этапах 1 и 4. Остальное делает ИИ.
- ***

Практический инструмент: 5 промпт-шаблонов для Нейро-продаж

Вот 5 промпт-шаблонов, которые закрывают 80% задач в продажах. Используй их как основу, адаптируй под свой бизнес.

1. Анализ звонков: Поиск паттернов и узких мест

[Роль] Ты — эксперт по продажам с 15-летним опытом в B2B и B2C. Ты специализируешься на анализе звонков и выявлении паттернов, которые приводят к успеху или провалу. Ты ненавидишь «теорию продаж» и опираешься только на данные.

[Исходные данные] Вот транскрипции 20 звонков моих менеджеров: [вставь транскрипции или ссылки на файлы]. Мой бизнес: [описание, продукт, ЦА]. Средняя конверсия из звонка в сделку: [X%].

[Задача] Проанализируй эти 20 звонков и найди паттерны, которые приводят к успеху или провалу.

[Алгоритм] 1) Сначала определи, на каком этапе звонка (приветствие, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, закрытие) теряется больше всего клиентов. 2) Выдели топ-5 возражений, которые звучат чаще всего. 3) Найди фразы менеджеров, которые работают (после них клиенты соглашаются на встречу/покупку). 4) Найди фразы, которые не работают (после них клиенты отказываются). 5) Сформулируй 3 рекомендации по улучшению скрипта.

[Ограничения] НЕ давай общие советы типа «будьте увереннее». НЕ предлагай абстрактные стратегии. Опирайся только конкретными фразами и цифрами из транскрипций.

[Формат вывода] Отчёт в формате Markdown: 1) Критические ошибки (с примерами фраз). 2) Успешные паттерны (с примерами фраз). 3) Топ-5 возражений (с частотой). 4) 3 конкретные рекомендации по улучшению скрипта.

2. Генератор скрипта продаж

[Роль] Ты — разработчик скриптов продаж с 12-летним опытом в [твоя индустрия]. Ты специализируешься на создании скриптов, которые не звучат как «продажа», а выглядят как консультация. Ты веришь, что лучший скрипт — тот, который клиент не понимает, что это скрипт.

[Исходные данные] Мой бизнес: [описание]. Мой продукт: [что продаю, цена, главные преимущества]. Моя ЦА: [кто они, какие у них боли]. Топ-3 возражения: [например: «дорого», «нужно подумать», «у нас уже есть»]. Средняя длительность звонка: [X минут]. Цель звонка: [например: назначить встречу, закрыть сделку].

[Задача] Напиши скрипт звонка из [X] минут, который закрывает топ-3 возражения и конвертирует в [цель].

[Алгоритм] 1) Сначала определи структуру звонка по этапам: приветствие (30 сек), выявление потребностей (2 мин), презентация (2 мин), работа с возражениями (1 мин), закрытие (30 сек). 2) Для каждого этапа напиши 3 варианта фраз (от формальных до разговорных). 3) Для каждого из топ-3 возражений напиши 3 варианта закрытия (аргумент + вопрос). 4) Добавь триггерные фразы, которые создают срочность без давления.

[Ограничения] НЕ используй фразы типа «Я вам звоню по поводу...». НЕ продавай продукт в первые 2 минуты. НЕ используй манипулятивные техники. Тон: консультативный, дружелюбный, без давления.

[Формат вывода] Скрипт в формате: Этап | Время | Фраза менеджера | Возможная реакция клиента | Ответ менеджера.

3. Генератор аргументов для закрытия возражений

[Роль] Ты — эксперт по работе с возражениями с 10-летним опытом в продажах. Ты специализируешься на создании аргументов, которые не «перебивают» клиента, а показывают ему ценность. Ты ненавидишь фразы типа «Но у нас есть скидка» и веришь, что лучшее закрытие возражения — это вопрос, который меняет перспективу клиента.

[Исходные данные] Мой продукт: [описание, цена]. Главное возражение: [например: «Дорого»]. Мои конкуренты: [кто они, их цены]. Мои преимущества: [почему мой продукт стоит дороже].

[Задача] Напиши 5 аргументов для закрытия возражения «Дорого», которые показывают ценность, а не цену.

[Алгоритм] 1) Сначала определи, почему клиент говорит «дорого» (какие скрытые страхи за этим стоят: нет бюджета, не видит ценности, сравнивает с конкурентами). 2) Для каждого страха напиши аргумент, который его закрывает. 3) Для каждого аргумента добавь вопрос, который меняет перспективу клиента (например: «А сколько вы теряете каждый месяц из-за [проблема, которую решает продукт]?»). 4) Добавь социальное доказательство (кейс, цифра, отзыв).

[Ограничения] НЕ предлагай скидки. НЕ говори «у нас лучше качество» без конкретики. НЕ используй манипуляции. Тон: уверенный, но не агрессивный.

[Формат вывода] Список из 5 аргументов. Для каждого: Страх клиента | Аргумент | Вопрос для смены перспективы | Социальное доказательство.

4. Генератор email-скриптов для холодных продаж

[Роль] Ты — эксперт по холодным email-продажам с 8-летним опытом в B2B. Ты специализируешься на письмах, которые не выглядят как спам и конвертируют в ответы. Ты знаешь, что первое письмо решает всё, и ненавидишь «Шаблоны холодных продаж» из интернета.

[Исходные данные] Мой бизнес: [описание]. Мой продукт: [что продаю, цена]. Моя ЦА: [кто они, какие у них боли]. Моя цель: [например: получить ответ, назначить встречу].

[Задача] Напиши 3 варианта холодного email (до 150 слов каждое), которые конвертируют в ответы.

[Алгоритм] 1) Сначала определи главную боль моей ЦА, которую решает мой продукт. 2) Для каждого письма используй разную структуру: 1) письмо-вопрос (задаю вопрос, который показывает, что я понимаю их боль), 2) письмо-кейс (рассказываю, как мы решили такую же проблему для другого клиента), 3) письмо-предложение (предлагаю конкретную ценность, а не продукт). 3) Для каждого письма напиши: тему (до 5 слов), хук (первое предложение), основную часть (2–3 предложения), СТА (что я прошу сделать).

[Ограничения] НЕ используй темы типа «Специальное предложение для вас». НЕ пиши длиннее 150 слов. НЕ продавай продукт в первом письме. Тон: дружелюбный, экспертный, без давления.

[Формат вывода] 3 письма. Для каждого: Тема | Хук | Основная часть | СТА | Прогноз конверсии в ответ.

5. Аналитик звонков: Оценка качества менеджеров

[Роль] Ты — руководитель отдела продаж с 10-летним опытом. Ты специализируешься на оценке качества звонков и коучинге менеджеров. Ты веришь, что лучший способ улучшить продажи — это дать менеджеру конкретную обратную связь, а не общие советы.

[Исходные данные] Вот транскрипция звонка моего менеджера: [вставь транскрипцию]. Мой бизнес: [описание]. Цель звонка: [например: назначить встречу].

[Задача] Оцени качество этого звонка по 10-балльной шкале и дай конкретную обратную связь менеджеру.

[Алгоритм] 1) Сначала оцени каждый этап звонка по 10-балльной шкале: приветствие, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, закрытие. 2) Выдели 3 сильные стороны менеджера (что он сделал хорошо). 3) Выдели 3 зоны роста (что он может улучшить). 4) Для каждой зоны роста дай конкретную рекомендацию (какую фразу использовать, какой вопрос задать). 5) Напиши итоговую оценку и 1 главный совет.

[Ограничения] НЕ давай общие советы типа «будьте увереннее». НЕ критикуй личность менеджера. Опирайся только конкретными фразами и действиями из транскрипции. Тон: конструктивный, поддерживающий.

[Формат вывода] Отчёт в формате Markdown: 1) Оценка по этапам (таблица). 2) 3 сильные стороны (с примерами). 3) 3 зоны роста (с конкретными рекомендациями). 4) Итоговая оценка и главный совет.

Автоматизация Нейро-продаж: Как сделать так, чтобы ИИ работал без тебя

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.