

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЗДАНИИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ С ПОМОЩЬЮ ИИ

Практическое руководство
по созданию презентаций
для бизнеса, поиску клиентов
и первым заказам



Создавайте
профессиональные
презентации с ИИ



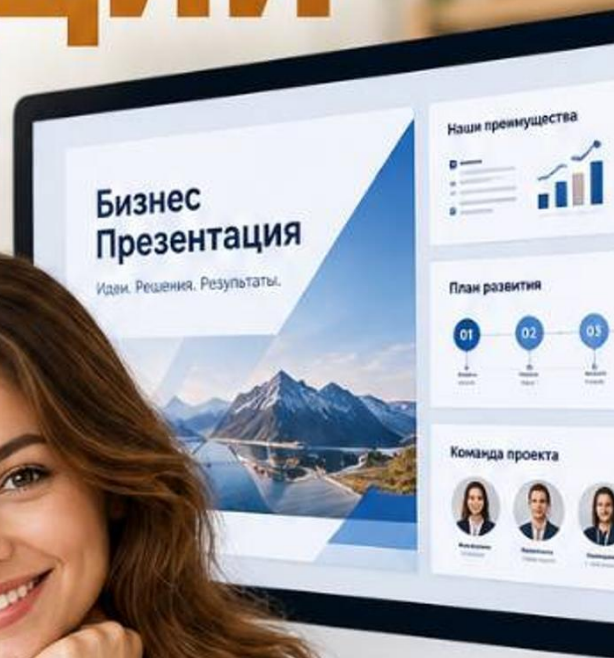
Работайте
с бизнесом,
образовательными
проектами и экспертами



Находите клиентов
и получаете
первые заказы



Устанавливайте
цены и развивайте
стабильный доход



Новые
возможности
для вашего
бизнеса

Стратегия
роста



ПОШАГОВЫЕ
ИНСТРУКЦИИ



ГОТОВЫЕ
ПРИМЕРЫ



ШАБЛОНЫ
И ПРОМПТЫ



30-ДНЕВНЫЙ
ПЛАН ДЕЙСТВИЙ

Виктория Кабанец

**Как зарабатывать на создании
презентаций с помощью ИИ**

«Автор»

2026

Кабанец В. В.

Как зарабатывать на создании презентаций с помощью ИИ /
В. В. Кабанец — «Автор», 2026

Хотите научиться создавать профессиональные презентации с помощью искусственного интеллекта и превратить этот навык в источник дохода? Эта книга поможет освоить создание презентаций для бизнеса, предпринимателей, образовательных проектов и экспертов. Вы узнаете, как использовать нейросети для подготовки текстов, структуры и дизайна слайдов, создавать портфолио, рассчитывать стоимость услуг и находить первых заказчиков. Внутри — пошаговые инструкции, практические задания, готовые промпты, примеры общения с клиентами и 30-дневный план действий. Книга подойдёт новичкам, которые хотят освоить востребованный цифровой навык и начать работать удалённо.

© Кабанец В. В., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Об этой книге	6
Содержание	7
01. Что продаёт специалист по презентациям	8
Как действовать на практике	9
Разбор ситуации	10
Три уровня качества	11
Пошаговая проверка	12
Контрольные вопросы	13
02. Кому нужны презентации и как выбрать нишу	14
Как действовать на практике	15
Разбор ситуации	16
Как распознать подходящего клиента	17
Пошаговая проверка	18
Контрольные вопросы	19
03. Услуги, которые можно предложить новичку	20
Как действовать на практике	21
Разбор ситуации	22
Пакеты и ограничения	23
Пошаговая проверка	24
Контрольные вопросы	25
04. Минимальный набор инструментов	26
Как действовать на практике	27
Разбор ситуации	28
Проверка совместимости	29
Пошаговая проверка	30
Контрольные вопросы	31
05. Как читать техническое задание	32
Как действовать на практике	33
Разбор ситуации	34
Красные флаги брифа	35
Пошаговая проверка	36
Контрольные вопросы	37
06. Логика: один слайд — одна мысль	38
Как действовать на практике	39
Разбор ситуации	40
Каркас без дизайна	41
Пошаговая проверка	42
Контрольные вопросы	43
07. Сценарий коммерческого предложения	44
Как действовать на практике	45
Конец ознакомительного фрагмента.	46

Виктория Кабанец

Как зарабатывать на создании презентаций с помощью ИИ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЗДАНИИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ С ПОМОЩЬЮ ИИ

Практическое руководство по созданию презентаций для бизнеса, поиску клиентов и первым заказам

Виктория Кабанец

2026

Об этой книге

Эта книга — практическая карта профессии для человека, который хочет зарабатывать на создании понятных, убедительных и аккуратных презентаций. Она не обещает мгновенного дохода. Её задача — научить видеть проблему клиента, превращать материал в ясную историю, использовать искусственный интеллект как помощника и доводить проект до результата, за который готовы платить.

Мы будем говорить о презентациях для предпринимателей, онлайн-школ, экспертов, отделов продаж, преподавателей и небольших команд. Большинство приёмов работает в PowerPoint, Google Slides, LibreOffice Impress и других редакторах. Названия сервисов и тарифы могут меняться; перед коммерческой работой проверяйте условия доступа, оплаты и использования материалов в вашей стране.

Важно: нейросеть может ошибаться, придумывать факты и нарушать единый стиль. Ответственность за цифры, конфиденциальность и права на изображения остаётся у исполнителя. Не загружайте в сторонние сервисы закрытые данные клиента без его разрешения.

Как работать с книгой: читайте главы по порядку, выполняйте задания и сохраняйте результаты в папку «Портфолио». В конце есть сценарии заказов, шаблоны переписки, чек-листы, расчёт цены и план на 30 дней. Все суммы в примерах условные и служат для тренировки расчётов, а не прогнозом заработка.

Содержание

01. Что продаёт специалист по презентациям

Клиент покупает не слайды, а решение: понятное выступление, убедительное предложение, отчёт для руководства или обучение сотрудников. Если исходный текст неструктурирован, красивые картинки не спасут. Ваша работа начинается с вопроса «Что человек должен понять или сделать после просмотра?». Именно ответ определяет структуру, объём и визуальный язык.

Как действовать на практике

Разделите задачи на три группы: оформление готового содержания; редактura и структурирование; полный цикл от брифа до итогового файла. В первой группе вы отвечаете прежде всего за визуальную систему. Во второй — за логику и ясность. В третьей добавляются исследование, проверка фактов, создание схем, иллюстраций и управление правками. Эти услуги нельзя оценивать одинаково.

Разбор ситуации

Представьте владельца студии ремонта, который прислал 18 страниц текста. Ему нужно представить услуги корпоративному заказчику за пять минут. Хорошая работа — не перенести 18 страниц в 18 слайдов, а выделить задачу клиента, три преимущества, доказательства, процесс и следующий шаг. Итогом могут стать восемь сильных слайдов и отдельные заметки выступающего.

Три уровня качества

Минимум: текст перенесён и читается. Хорошо: информация структурирована и оформлена последовательно. Профессионально: зритель быстро понимает мысль, видит подтверждение и знает следующий шаг. Разницу между уровнями следует объяснять клиенту ещё при обсуждении услуги.

Пошаговая проверка

Шаг 1. Прочитайте задачу главы «Что продаёт специалист по презентациям» и сформулируйте её конечный результат. Не начинайте с оформления: сначала определите, какую информацию человек должен получить и какие данные это подтверждают.

Шаг 2. Сделайте небольшой черновик: выпишите факты, решения и вопросы. Уберите утверждения, которые не можете проверить. Если используете ИИ, сохраните исходный запрос и сравните ответ с первичными материалами.

Шаг 3. Проверьте результат глазами заказчика: ясно ли, что сделано, что остаётся согласовать и какие ограничения действуют? Сохраните версию с датой и отдельный список исправлений.

ПРАКТИКА. Запишите три задачи, которые вам интересны: коммерческое предложение, обучающий материал или отчёт. Для каждой сформулируйте одним предложением пользу для заказчика.

Контрольные вопросы

- Что в этом задании влияет на результат клиента сильнее всего?
- Какие исходные данные или разрешения ещё нужны?
- Как вы докажете, что итоговый материал готов к использованию?

02. Кому нужны презентации и как выбрать нишу

Презентации заказывают, когда нужно объяснить сложное, продать идею или показать результаты. Частые заказчики — малый бизнес, агентства, образовательные проекты, специалисты по недвижимости, консультанты, организаторы мероприятий и руководители команд. Потребность не всегда называется словом «презентация»: заказчик может просить «упаковать предложение», «сделать питч» или «привести слайды в порядок».

Как действовать на практике

Не пытайтесь обслуживать всех сразу. Выберите одну стартовую нишу, где понимаете язык клиента. Например, для онлайн-школы важны программа, результат обучения, кейсы и запись; для B2B-услуг — проблема, подход, сроки, доказательства и контакты; для внутреннего отчёта — выводы, показатели, отклонения и решения. Ниша помогает быстрее собирать примеры и точнее оценивать сроки.

Разбор ситуации

Одна и та же тема «доставка» потребует разных работ: презентация для покупателей расскажет о выгоде и сроках; презентация для инвестора — о рынке и экономике; внутренний отчёт — о качестве доставки и причинах задержек. Не начинайте оформление, пока не узнали адресата.

Как распознать подходящего клиента

Хороший первый клиент способен назвать цель, прислать материалы и назначить человека для согласования. Если задачи меняются ежедневно, сроки не обсуждаются, а оплату обещают «после успеха», риски возрастают.

Пошаговая проверка

Шаг 1. Прочитайте задачу главы «Кому нужны презентации и как выбрать нишу» и сформулируйте её конечный результат. Не начинайте с оформления: сначала определите, какую информацию человек должен получить и какие данные это подтверждают.

Шаг 2. Сделайте небольшой черновик: выпишите факты, решения и вопросы. Уберите утверждения, которые не можете проверить. Если используете ИИ, сохраните исходный запрос и сравните ответ с первичными материалами.

Шаг 3. Проверьте результат глазами заказчика: ясно ли, что сделано, что остаётся согласовать и какие ограничения действуют? Сохраните версию с датой и отдельный список исправлений.

ПРАКТИКА. Составьте таблицу из пяти потенциальных типов клиентов. Рядом укажите, какой результат им нужен и какие исходные материалы они обычно предоставляют.

Контрольные вопросы

- Что в этом задании влияет на результат клиента сильнее всего?
- Какие исходные данные или разрешения ещё нужны?
- Как вы докажете, что итоговый материал готов к использованию?

03. Услуги, которые можно предложить новичку

Самый простой вход — переработка существующих слайдов: выравнивание, типографика, единая палитра, чистые схемы. Следующий уровень — превращение документа в презентацию, когда требуется редактура. Отдельная услуга — шаблон для команды: титульный слайд, разделители, таблицы, диаграммы, блоки с фотографиями и правила оформления.

Как действовать на практике

Для каждого предложения определите границы. «Оформление 10 готовых слайдов» не включает поиск данных и написание текста. «Презентация под ключ» включает согласование сценария и два раунда правок, но не бесконечные изменения концепции. «Экспресс-редизайн» возможен лишь при готовом содержании и небольшом числе слайдов. Ясная услуга снижает риск конфликтов.

Разбор ситуации

Начинающий исполнитель может сделать три демонстрационных пакета: редизайн пяти слайдов, коммерческое предложение на восемь слайдов и учебную презентацию на двенадцать. Клиенту легче выбрать конкретный результат, чем абстрактный «дизайн».

Пакеты и ограничения

Для базового пакета перечислите допустимые форматы исходников и число правок. Для расширенного — добавьте редактуру и визуализацию. Для полного — сценарий, дизайн и подготовку к выступлению. Так клиент сравнивает не только цену, но и объём ответственности.

Пошаговая проверка

Шаг 1. Прочитайте задачу главы «Услуги, которые можно предложить новичку» и сформулируйте её конечный результат. Не начинайте с оформления: сначала определите, какую информацию человек должен получить и какие данные это подтверждают.

Шаг 2. Сделайте небольшой черновик: выпишите факты, решения и вопросы. Уберите утверждения, которые не можете проверить. Если используете ИИ, сохраните исходный запрос и сравните ответ с первичными материалами.

Шаг 3. Проверьте результат глазами заказчика: ясно ли, что сделано, что остаётся согласовать и какие ограничения действуют? Сохраните версию с датой и отдельный список исправлений.

ПРАКТИКА. Сформулируйте три услуги по формуле: «Для кого — что делаю — что клиент получает — что не входит». Каждое описание должно помещаться в четыре строки.

Контрольные вопросы

- Что в этом задании влияет на результат клиента сильнее всего?
- Какие исходные данные или разрешения ещё нужны?
- Как вы докажете, что итоговый материал готов к использованию?

04. Минимальный набор инструментов

Для старта достаточно компьютера, редактора слайдов, инструмента для изображений и места для хранения файлов. PowerPoint полезен благодаря совместимости с корпоративной средой. Google Slides удобен для совместной работы, но требует доступного соединения и учётной записи. LibreOffice Impress помогает работать локально. Выбирайте инструмент по требованию клиента, а не по популярности.

Как действовать на практике

Нейросети полезны как помощники: генерируют варианты структуры, сокращают длинные абзацы, предлагают заголовки и помогают описать визуальную концепцию. Но они не заменяют редактор слайдов, потому что итоговый файл должен оставаться управляемым: текст редактируется, диаграммы меняются, объекты не распадаются при открытии.

Разбор ситуации

Создайте папки «Бриф», «Исходники», «Черновики», «Графика», «Финал» и «Архив». Называйте файлы по схеме клиент_проект_версия_дата. Пример: studio_pitch_v03_2026-10-12.pptx. Перед отправкой проверяйте открытие файла на другом устройстве и экспорт в PDF.

Проверка совместимости

Откройте PPTX в двух доступных программах, затем сравните PDF с оригиналом. Особое внимание уделите таблицам, заменённым шрифтам, обрезанным изображениям и исчезнувшим символам.

Пошаговая проверка

Шаг 1. Прочитайте задачу главы «Минимальный набор инструментов» и сформулируйте её конечный результат. Не начинайте с оформления: сначала определите, какую информацию человек должен получить и какие данные это подтверждают.

Шаг 2. Сделайте небольшой черновик: выпишите факты, решения и вопросы. Уберите утверждения, которые не можете проверить. Если используете ИИ, сохраните исходный запрос и сравните ответ с первичными материалами.

Шаг 3. Проверьте результат глазами заказчика: ясно ли, что сделано, что остаётся согласовать и какие ограничения действуют? Сохраните версию с датой и отдельный список исправлений.

ПРАКТИКА. Установите или откройте один редактор, создайте файл из трёх слайдов, экспортируйте его в PDF и проверьте, что шрифты и переносы сохранились.

Контрольные вопросы

- Что в этом задании влияет на результат клиента сильнее всего?
- Какие исходные данные или разрешения ещё нужны?
- Как вы докажете, что итоговый материал готов к использованию?

05. Как читать техническое задание

Слова «сделайте красиво» не являются техническим заданием. Спросите, кто аудитория, где будут смотреть слайды, какова цель, сколько времени есть у выступающего, какие материалы доступны и когда нужен результат. Узнайте, нужен ли редактируемый файл, PDF, заметки выступающего или несколько форматов.

Как действовать на практике

Особое внимание уделяйте ограничениям: фирменный стиль, логотипы, юридические формулировки, обязательные цифры, размер экрана и допустимый объём текста. Если заказчик не знает число слайдов, предложите диапазон после просмотра материалов. Не обещайте точную стоимость до понимания сложности.

Разбор ситуации

Клиент просит «презентацию на 20 слайдов завтра». После вопросов выясняется, что это внутренний отчёт с десятью диаграммами и непроверенными данными. Правильный ответ — сначала оценить доступность цифр, предложить приоритетные слайды и зафиксировать, какие данные предоставляет клиент.

Красные флаги брифа

Если заказчик говорит «срочно, но материалы позже», предложите срок от момента получения полного комплекта. Если требуется использовать чужие фотографии или логотипы, попросите подтвердить права на использование.

Пошаговая проверка

Шаг 1. Прочитайте задачу главы «Как читать техническое задание» и сформулируйте её конечный результат. Не начинайте с оформления: сначала определите, какую информацию человек должен получить и какие данные это подтверждают.

Шаг 2. Сделайте небольшой черновик: выпишите факты, решения и вопросы. Уберите утверждения, которые не можете проверить. Если используете ИИ, сохраните исходный запрос и сравните ответ с первичными материалами.

Шаг 3. Проверьте результат глазами заказчика: ясно ли, что сделано, что остаётся согласовать и какие ограничения действуют? Сохраните версию с датой и отдельный список исправлений.

ПРАКТИКА. Составьте собственный бриф из десяти вопросов. Отправьте его знакомому и проверьте, сможет ли человек без объяснений заполнить ответы.

Контрольные вопросы

- Что в этом задании влияет на результат клиента сильнее всего?
- Какие исходные данные или разрешения ещё нужны?
- Как вы докажете, что итоговый материал готов к использованию?

06. Логика: один слайд — одна мысль

Презентация — последовательность решений, а не склад фактов. Начните с главного сообщения и расположите аргументы так, чтобы зритель понимал, почему следующий слайд необходим. Для коммерческого предложения часто работает маршрут «проблема — последствия — решение — доказательства — условия — действие». Для отчёта — «вывод — данные — причина — риск — рекомендация».

Как действовать на практике

Сильный заголовок сообщает мысль, а не просто тему. Вместо «Продажи» напишите «Повторные покупки выросли после изменения сервиса», если данные это подтверждают. Вместо «О компании» — «Мы внедряем решения за четыре этапа». Не подменяйте факты лозунгами: каждый сильный тезис должен опираться на данные или быть явно обозначен как предложение.

Разбор ситуации

На слайде с пятью идеями аудитория запоминает мало. Разделите его на два или три слайда, если важны все идеи. Если мысль второстепенна, перенесите её в приложение. Сокращение текста — это редакторская работа, за которую клиент платит.

Каркас без дизайна

Перед оформлением создайте текстовый документ с нумерацией слайдов: заголовок-вывод, один главный аргумент, нужный факт, идея визуала. Такой сценарий согласуется быстрее, чем уже нарисованная презентация.

Пошаговая проверка

Шаг 1. Прочитайте задачу главы «Логика: один слайд — одна мысль» и сформулируйте её конечный результат. Не начинайте с оформления: сначала определите, какую информацию человек должен получить и какие данные это подтверждают.

Шаг 2. Сделайте небольшой черновик: выпишите факты, решения и вопросы. Уберите утверждения, которые не можете проверить. Если используете ИИ, сохраните исходный запрос и сравните ответ с первичными материалами.

Шаг 3. Проверьте результат глазами заказчика: ясно ли, что сделано, что остаётся согласовать и какие ограничения действуют? Сохраните версию с датой и отдельный список исправлений.

ПРАКТИКА. Возьмите длинный текст на 300–400 слов и превратите его в сценарий из пяти слайдов. У каждого должен быть заголовок-вывод и одна опора: цифра, схема или пример.

Контрольные вопросы

- Что в этом задании влияет на результат клиента сильнее всего?
- Какие исходные данные или разрешения ещё нужны?
- Как вы докажете, что итоговый материал готов к использованию?

07. Сценарий коммерческого предложения

Коммерческая презентация начинается не с истории компании, а с задачи клиента. На первом содержательном слайде покажите, что понимаете его ситуацию. Затем опишите подход, конкретный результат, доказательства компетенции, этапы, сроки, условия и способ связаться. Чем меньше времени у получателя, тем важнее вынести ценность вперёд.

Как действовать на практике

Убедительность не равна агрессивным обещаниям. Не пишите «увеличим прибыль в три раза», если нет оснований. Лучше показать измеримые параметры процесса: срок запуска, состав работ, количество согласований, формат отчётности. Кейсы должны содержать только реальные сведения, разрешённые к публикации.

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.