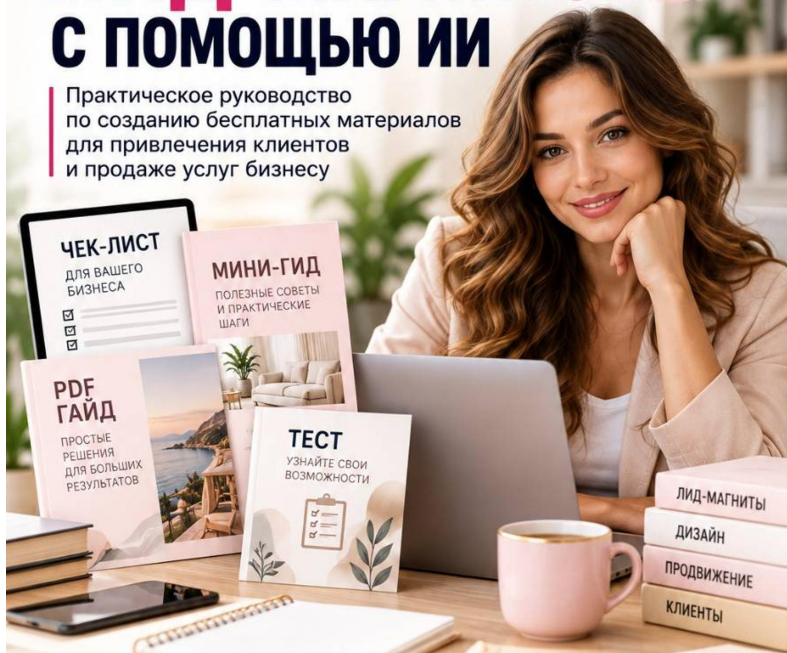


ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЗДАНИИ ЛИД-МАГНИТОВ С ПОМОЩЬЮ ИИ

ГОТОВЫЕ
ШАБЛОНЫ,
ПРИМЕРЫ
И ПРОМПТЫ

Практическое руководство
по созданию бесплатных материалов
для привлечения клиентов
и продаже услуг бизнесу



СОЗДАВАЙТЕ
ЛИД-МАГНИТЫ
С ПОМОЩЬЮ ИИ



ПРИВЛЕКАЙТЕ
НОВЫХ КЛИЕНТОВ
ДЛЯ БИЗНЕСА



НАХОДИТЕ
ЗАКАЗЧИКОВ
И УВЕЛИЧИВАЙТЕ
ДОХОД



30-ДНЕВНЫЙ
ПЛАН ДЕЙСТВИЙ
И ПРАКТИЧЕСКИЕ
ПРИМЕРЫ

Виктория Кабанец

Как зарабатывать на создании лид-магнитов с помощью ИИ

<https://litres.ru/74626569>

SelfPub; 2026

Аннотация

Хотите научиться создавать полезные материалы с помощью нейросетей и зарабатывать на этом?

В этой книге вы узнаете, как разрабатывать лид-магниты для бизнеса: чек-листы, мини-гайды, PDF-пособия, тесты и другие материалы для привлечения клиентов.

Внутри — пошаговые инструкции, готовые промпты, практические задания, примеры работы с заказчиками и рекомендации по поиску первых клиентов.

Вы научитесь создавать портфолио, рассчитывать стоимость услуг и предлагать бизнесу готовые решения. А 30-дневный план поможет перейти от обучения к первым заказам.

Книга подойдёт новичкам, фрилансерам и всем, кто хочет освоить новый способ заработка с помощью ИИ.

Содержание

Содержание	7
Не файл, а результат	9
Граница ответственности	10
Кому нужен материал	11
Первое упражнение	12
Практическое задание	13
Проверьте себя	14
Одна задача на один материал	15
Интервью вместо догадок	16
Карточка аудитории	17
Проверка полезности	18
Практическое задание	19
Проверьте себя	20
Чек-лист	21
Мини-гайд	22
Тест и диагностическая анкета	23
Шаблон и калькулятор	24
Практическое задание	25
Проверьте себя	26
Что искать	27
Матрица сравнения	28
Проверка фактов	29
Мини-практикум	30

Практическое задание	31
Проверьте себя	32
Формула заголовка	33
Подзаголовок	34
Следующий шаг	35
Редакторская проверка	36
Практическое задание	37
Проверьте себя	38
Маршрут читателя	39
Одна страница — одна мысль	40
Работа с возражениями	41
Финал без давления	42
Практическое задание	43
Проверьте себя	44
Где ИИ полезен	45
Как давать контекст	46
Человеческая редактура	47
Три прохода	48
Практическое задание	49
Проверьте себя	50
Конец ознакомительного фрагмента.	51

Виктория Кабанец

Как зарабатывать на создании лид- магнитов с помощью ИИ

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ

**КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА СОЗДАНИИ ЛИД-МАГ-
НИТОВ С ПОМОЩЬЮ ИИ**

*Практическое руководство по созданию бесплатных ма-
териалов для привлечения клиентов и продаже услуг бизнесу*

Идея • Исследование • Текст • Дизайн • Клиенты • 30-
дневный план

Москва • 2026

Об этой книге

Эта книга для тех, кто хочет освоить конкретную цифровую услугу: создавать полезные материалы, которые предприниматели используют для знакомства с будущими клиентами. Вам не требуется собственный товар или большой блог. Нужны внимательность к задачам людей, навык понятного письма, базовая работа с документами и готовность проверять результат.

Искусственный интеллект ускоряет работу, но не заменя-

ет исследование, профессиональную ответственность и общение с заказчиком. Поэтому здесь нет обещаний лёгкого заработка или гарантированного числа заявок. Есть пошаговый процесс, учебные кейсы, тексты для откликов, чек-листы и упражнения.

Все суммы, сроки и ситуации в примерах приведены для обучения. Они не являются рыночными гарантиями. Доступность платформ и правовые требования меняются; перед коммерческим применением уточняйте актуальные условия.

Как читать: пройдите главы 1–8, затем сделайте один учебный проект. После глав 9–18 оформите портфолио и тарифы. Главы 19–24 помогут работать с заказами. Приложения используйте как рабочие шаблоны.

Содержание

01. Лид-магнит как услуга: что покупает клиент
02. Аудитория: кому и зачем скачивать
03. Форматы: чек-лист, гайд, тест, шаблон
04. Исследование рынка и анализ конкурентов
05. Оффер и заголовок, который не обманывает
06. Структура, которая ведёт к действию
07. ИИ как помощник: безопасный рабочий процесс
08. Промпты для идеи, структуры и редактуры
09. Текст: ясность, тон и доверие
10. Дизайн без дорогих программ
11. Изображения, права и согласования
12. Техническая подготовка PDF и файлов
13. Лид-магнит и путь клиента
14. Упаковка услуги в понятные тарифы
15. Сколько брать: расчёт цены и прибыли
16. Портфолио без клиентов
17. Поиск заказчиков в России
18. Отклик и переговоры
19. Бриф: вопросы до старта
20. Рабочий процесс от брифа до сдачи
21. Правки, договорённости и безопасность
22. Кейс: чек-лист для студии интерьера
23. Кейс: мини-гайд для онлайн-преподавателя

24. Кейс: шаблон для малого интернет-магазина

25. Ошибки новичков и способы их исправить

26. 30-дневный план первых заказов

Приложение 1. Бриф для заказчика

Приложение 2. Контрольный список качества

Приложение 3. Шаблон коммерческого предложения

Приложение 4. Таблица учёта проектов

Приложение 5. Дополнительные промпты

Приложение 6. Словарь терминов

Глава 1. Лид-магнит как услуга: что покупает клиент

Цель главы: разобраться в задаче и выполнить небольшой практический шаг.

Не файл, а результат

Лид-магнит — полезный материал, который человек получает в обмен на контакт или другое согласованное действие. Для бизнеса его задача не «раздать PDF», а помочь потенциальному покупателю сделать первый безопасный шаг. Поэтому клиент платит не за количество страниц, а за понятную идею, убедительное содержание, аккуратное оформление и возможность встроить материал в процесс привлечения заявок.

Граница ответственности

Исполнитель может исследовать аудиторию, предложить концепцию, написать текст, собрать дизайн и подготовить инструкции по размещению. Но он не должен обещать определённое число лидов: на результат влияют трафик, качество предложения, сайт, репутация, сезонность и скорость обработки заявок. В коммерческом предложении разделяйте готовый материал и показатели рекламной кампании.

Кому нужен материал

Лид-магниты используют репетиторы, консультанты, фитнес-студии, дизайнеры интерьеров, юридические бюро, сервисные компании и онлайн-школы. Например, дизайнер интерьеров может предложить чек-лист подготовки квартиры к ремонту; репетитор — мини-тест уровня знаний; бухгалтер — памятку о документах для первичной консультации.

Первое упражнение

Выберите одну отрасль и опишите три проблемы её клиентов. Для каждой сформулируйте полезный результат, который можно получить за 5–10 минут чтения. Проверьте, не превращается ли материал в рекламный буклет: читатель должен получить пользу ещё до покупки.

Практическое задание

Сформулируйте для своей выбранной ниши один результат, который читатель сможет получить без покупки услуги. Запишите заголовок, аудиторию и следующий шаг.

Проверьте себя

- ☐ Есть ли у материала измеримый результат в виде готового действия или документа?
- ☐ Какие факты необходимо проверить перед публикацией?

Глава 2. Аудитория: кому и зачем скачивать

Цель главы: разобраться в задаче и выполнить небольшой практический шаг.

Одна задача на один материал

Фраза «для всех предпринимателей» почти всегда слишком широкая. Гораздо сильнее звучит «чек-лист для владельца небольшой кофейни, который готовится к первой проверке оборудования». Чем конкретнее ситуация, тем легче придумать заголовок, подобрать примеры и определить следующий шаг.

Интервью вместо догадок

Попросите заказчика прислать десять реальных вопросов из переписки с клиентами. Посмотрите отзывы и обсуждения, не копируя личные данные. Выпишите повторяющиеся формулировки: «сколько стоит», «как подготовиться», «чего избегать», «что выбрать». Из них обычно вырастают лучшие темы.

Карточка аудитории

Запишите: кто читатель; какая у него текущая ситуация; чего он боится; что уже пробовал; какое решение ему нужно принять; что он сможет сделать сразу после скачивания. Важны не возраст и город сами по себе, а контекст решения. Для семейного фотографа это может быть подготовка к первой съёмке с ребёнком.

Проверка полезности

Покажите тему человеку, похожему на целевого читателя. Спросите: «Вы бы сохранили это? Что конкретно узнали бы? Что здесь непонятно?» Не подменяйте исследование ответом нейросети: ИИ помогает формулировать гипотезы, но не знает настоящих покупателей заказчика.

Практическое задание

Подготовьте одностраничную заметку для портфолио: какая была задача, какое решение вы предлагаете и как будете проверять качество.

Проверьте себя

- ☐ Какие факты необходимо проверить перед публикацией?
- ☐ Какая часть работы должна быть согласована с заказчиком?

Глава 3. Форматы: чек-лист, гайд, тест, шаблон

Цель главы: разобраться в задаче и выполнить небольшой практический шаг.

Чек-лист

Подходит для последовательных действий: подготовка к встрече, выбор подрядчика, проверка карточки товара. Хороший чек-лист состоит из наблюдаемых пунктов, а не советов вроде «будьте внимательны». Например: «Проверьте, что на главном экране есть телефон и срок ответа».

Мини-гайд

Используйте его, когда вопрос требует объяснения и примеров. Оптимальна структура: проблема, три–пять шагов, образец, частые ошибки, следующий шаг. Не нужно превращать бесплатный материал в энциклопедию: читателю важнее ясность, чем объём.

Тест и диагностическая анкета

Тест полезен, когда человеку нужно оценить ситуацию: готовность сайта к рекламе, уровень организации домашнего бюджета, подготовку к экзамену. Не выдавайте тест за медицинскую или юридическую диагностику. Результаты должны объяснять, какие действия доступны, а не навешивать ярлыки.

Шаблон и калькулятор

Шаблон экономит время: план публикаций, бриф, таблица расходов, сценарий звонка. Калькулятор требует корректных формул и пояснения допущений. Если создаёте файл в таблице, проверьте вводимые поля, ограничения и понятность результата на трёх примерах.

Практическое задание

Объясните идею простыми словами человеку без опыта.
Запишите два вопроса, на которые пока не можете ответить без заказчика.

Проверьте себя

- ☐ Какая часть работы должна быть согласована с заказчиком?
- ☐ Могу ли я назвать конкретного читателя и его проблему?

Глава 4. Исследование рынка и анализ конкурентов

Цель главы: разобраться в задаче и выполнить небольшой практический шаг.

Что искать

Изучайте сайты конкурентов заказчика, их бесплатные материалы, рекламные объявления и комментарии аудитории. Задача не скопировать структуру, а понять, какие вопросы уже закрыты, какие обещания повторяются и где остаётся неудобство для пользователя.

Матрица сравнения

Составьте таблицу с колонками: компания, аудитория, заголовки, формат, обещанный результат, сильная сторона, слабая сторона. Если все предлагают «10 советов», попробуйте другой подход: готовую таблицу, маршрут действий или подборку типовых ошибок с примерами.

Проверка фактов

Любые цифры, нормы, тарифы и условия сервисов сверяйте с первоисточниками на дату сдачи. Особенно осторожно пишите о налогах, медицине, правах потребителей и персональных данных. В документе для заказчика отдельно помечайте факты, требующие согласования профильным специалистом.

Мини-практикум

Найдите три открытых материала в одной нише. Сформулируйте своё отличие одним предложением: «В отличие от общих советов, наш материал помогает составить список документов за 15 минут». Убедитесь, что это обещание действительно выполняется внутри файла.

Практическое задание

Составьте короткий список из пяти критериев приёмки, по которым клиент сможет проверить вашу работу.

Проверьте себя

- ☐ Могу ли я назвать конкретного читателя и его проблему?
- ☐ Есть ли у материала измеримый результат в виде готового действия или документа?

Глава 5. Оффер и заголовок, который не обманывает

Цель главы: разобраться в задаче и выполнить небольшой практический шаг.

Формула заголовка

Хороший заголовок отвечает на три вопроса: кому, какой результат и за счёт чего. Например: «Чек-лист для владельца салона: как подготовить страницу записи к запуску рекламы». Не используйте фразы «гарантированно удвоите продажи» без доказательств.

Подзаголовок

Он уточняет границы: «12 пунктов с примерами и полем для отметок». Если материал требует времени или исходных данных, скажите об этом заранее. Честное ожидание помогает снизить разочарование и повысить доверие к заказчику.

Следующий шаг

После пользы логично предложить бесплатную консультацию, пробный урок, демонстрацию продукта или заявку на расчёт. Призыв должен быть связан с темой. После чек-листа подготовки к ремонту уместно предложить разбор планировки, а не навязчивую покупку любого пакета услуг.

Редакторская проверка

Прочитайте заголовок вслух. Уберите абстрактные слова «уникальный», «революционный», «идеальный». Попросите другого человека объяснить, что именно он получит. Если ответ отличается от содержания, перепишите заголовок.

Практическое задание

Сформулируйте для своей выбранной ниши один результат, который читатель сможет получить без покупки услуги. Запишите заголовок, аудиторию и следующий шаг.

Проверьте себя

- ☐ Есть ли у материала измеримый результат в виде готового действия или документа?
- ☐ Какие факты необходимо проверить перед публикацией?

Глава 6. Структура, которая ведёт к действию

Цель главы: разобраться в задаче и выполнить небольшой практический шаг.

Маршрут читателя

Начните с короткого объяснения, для кого материал и какой результат он даст. Затем предложите шаги в логичном порядке. После каждого шага желательно дать маленькое действие: отметить пункт, заполнить строку, выбрать вариант.

Одна страница — одна мысль

Не пытайтесь поместить на страницу три разных идеи. Заголовки, короткие абзацы, списки и примеры помогают ориентироваться. Особенно важно это на телефоне, где плотный текст становится неудобным.

Работа с возражениями

Добавьте блок «частые ошибки» или «что делать, если». Он показывает, что вы понимаете реальные сложности. Например, если читатель не знает точных расходов, предложите сначала оценить диапазон и указать источник данных.

Финал без давления

Завершите кратким резюме и одним понятным следующим шагом. Ссылки и контакты заказчика должны быть проверены. Не прячьте основной полезный ответ за обязательной покупкой: это разрушает обещание бесплатного материала.

Практическое задание

Подготовьте одностраничную заметку для портфолио: какая была задача, какое решение вы предлагаете и как будете проверять качество.

Проверьте себя

- ☐ Какие факты необходимо проверить перед публикацией?
- ☐ Какая часть работы должна быть согласована с заказчиком?

Глава 7. ИИ как помощник: безопасный рабочий процесс

Цель главы: разобраться в задаче и выполнить небольшой практический шаг.

Где ИИ полезен

Нейросеть ускоряет сбор идей, создание черновой структуры, поиск слабых мест, упрощение формулировок и генерацию вариантов заголовков. Она не заменяет знания о бизнесе заказчика и не подтверждает факты автоматически.

Как давать контекст

Укажите роль, аудиторию, цель, формат, тон, ограничения и пример результата. Вместо «напиши лид-магнит» задайте: «Составь структуру чек-листа для владельцев небольших студий йоги, которые впервые запускают запись через сайт; без обещаний роста продаж».

Человеческая редактура

Проверьте каждую рекомендацию на применимость, убейте повторы и искусственные обороты. Пример, придуманный ИИ, нельзя выдавать за реальный кейс. Если данные клиента конфиденциальны, не вставляйте их в сторонние сервисы без разрешения и проверки условий обработки.

Три прохода

Первый проход — логика и полнота; второй — точность и полезность; третий — стиль и ошибки. Полезно читать текст как новичок: «Что мне делать прямо сейчас?» Если ответ неясен, перепишите фрагмент.

Практическое задание

Объясните идею простыми словами человеку без опыта. Запишите два вопроса, на которые пока не можете ответить без заказчика.

Проверьте себя

☐ Какая часть работы должна быть согласована с заказчиком?

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.