

# ChatGPT для малого бизнеса



**50** практических  
сценариев

# **Максим Смирнов**

# **ChatGPT для малого**

# **бизнеса: 50 практических**

*<https://litres.ru/74687607>*

*SelfPub; 2026*

## **Аннотация**

Как быстрее отвечать клиентам, готовить предложения, планировать рекламу и разбираться в рабочих цифрах? Эта книга показывает, как использовать ChatGPT в повседневных задачах малого бизнеса. Внутри 50 практических сценариев с готовыми запросами, понятным порядком действий и примерами для магазинов, мастерских, студий и сервисных компаний.

Вы научитесь превращать заметки в публикации, собирать ответы на частые вопросы, проверять рекламные тесты, готовить инструкции, обучать сотрудников и планировать внедрение ИИ. Для каждого сценария объясняется, какие данные нужны, что проверить и как понять, принес ли новый способ пользу. Начать можно с одной знакомой задачи без сложной автоматизации.

# Содержание

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Введение                                           | 4  |
| Как получать полезные ответы                       | 6  |
| Данные и границы применения                        | 8  |
| Сценарий 1 Карточка бизнеса для рабочих запросов   | 10 |
| Сценарий 2 Сегменты клиентов по ситуации покупки   | 12 |
| Сценарий 3 Вопросы для интервью с покупателями     | 14 |
| Сценарий 4 Сравнение предложений конкурентов       | 16 |
| Сценарий 5 Проверка новой услуги до больших затрат | 18 |
| Сценарий 6 Формулировка понятного предложения      | 20 |
| Сценарий 7 Тарифы и состав пакетов                 | 22 |
| Сценарий 8 План контента на две недели             | 24 |
| Сценарий 9 Публикация из заметок владельца         | 26 |
| Сценарий 10 Серия писем после первого интереса     | 28 |
| Конец ознакомительного фрагмента.                  | 30 |

# **Максим Смирнов**

# **ChatGPT для малого**

# **бизнеса: 50 практических**

## **Введение**

У владельца небольшого бизнеса редко бывает отдельный человек на каждую задачу. Утром нужно ответить клиентам, днем разобраться с поставкой, вечером подготовить рекламу. Работа, требующая внимания, смешивается с повторяющимися действиями. ChatGPT полезен там, где нужно быстро собрать черновик, разложить информацию по полочкам или проверить собственную мысль.

Эта книга предназначена для предпринимателей, руководителей небольших команд и специалистов, которые отвечают за несколько направлений сразу. Здесь нет обещания заменить сотрудников или получить рост выручки одним запросом. Есть 50 способов подготовить конкретный рабочий результат: предложение, инструкцию, расчетную модель, план проверки или ответ клиенту.

Сценарии сгруппированы по ходу работы бизнеса. Сначала вы определите, кому и что продаете. Затем подготовите материалы для продвижения, улучшите продажи и обслужи-

вание. Следующие задачи связаны с деньгами, операциями, командой и управлением. Можно читать подряд или открыть сценарий, который нужен сегодня.

Все компании, ситуации и числовые примеры в книге учебные. Пример ответа показывает желаемую форму результата и не означает, что ChatGPT обязательно выдаст тот же текст. Цены, расходы и показатели необходимо подставлять из своего бизнеса. Условные проценты не следует принимать за рыночные ориентиры.

Начните с задачи, которую умеете проверять самостоятельно. Например, превратите вопросы клиентов в памятку для администратора. Сохраните исходный материал, запрос, исправленный результат и время работы. Через неделю вы увидите, дает ли такой способ реальную пользу.

Главное правило книги простое: передавайте ChatGPT подготовку, а человеку оставляйте проверку и решение. Красиво написанное коммерческое предложение еще нужно сверить с возможностями компании. Правдоподобное число нужно пересчитать. Письмо нужно прочитать глазами получателя.

Смысл работы с ИИ появляется, когда готовый материал доходит до дела. Поэтому каждый сценарий заканчивается проверкой результата и способом оценить эффект. Выберите один, доведите его до применения и только после этого переходите к следующему.

# Как получать полезные ответы

Хороший запрос похож на короткое задание коллеге. Человеку нужно понимать ситуацию, цель, ограничения и форму результата. ChatGPT тоже помогает конкретика: чем занимается компания, кому адресован текст, какие сведения подтверждены и что должно получиться в конце.

В запросах этой книги квадратные скобки обозначают места для ваших данных. Заменяйте их перед отправкой. Если нужного факта нет, так и напишите. Фраза «условия доставки пока не утверждены» полезнее, чем свободное место, которое модель заполнит собственным предположением.

Используйте основу: «Контекст: [сведения]. Задача: [результат]. Материалы: [данные]. Ограничения: [что учитывать]. Формат: [структура]. Если данных не хватает, сначала задай до трех вопросов. Допущения отмечай отдельно». Роль вроде «опытный маркетолог» может задать угол зрения, но не добавляет модели доступа к вашей отчетности.

Сначала попросите проверить полноту задания. Затем получите черновик. После этого дайте конкретную правку: «сократи до 700 знаков», «оставь только условия из прайса», «добавь ответственного и срок». Просьба «сделай лучше» обычно менее полезна, потому что критерий качества остается неизвестным.

Длинные документы разбирайте частями. Если доступно

прикрепление файлов, приложите актуальную версию и назовите нужные листы или разделы. Если такой возможности нет, вставьте небольшой фрагмент текстом. Попросите указать, какую часть материала удалось обработать, и проверьте это по оригиналу.

Для новой задачи удобно заводить отдельный диалог и вставлять краткую карточку бизнеса. В ней достаточно продукта, аудитории, подтвержденных преимуществ, ограничений и образца вашего стиля. Не рассчитывайте, что сервис сам вспомнит все договоренности из других разговоров.

Проверяйте не только факты, но и пригодность ответа. Можно ли применить его сегодня? Понятно ли, кто должен действовать? Не появилось ли обещание, которого компания не давала? Сохраните удачный запрос вместе с примером хорошего результата. Такая пара постепенно становится вашим рабочим стандартом.

# Данные и границы применения

Прежде чем вставлять сведения в чат, определите, имеете ли вы право их передавать и нужны ли они для задачи. Для редактирования ответа клиенту обычно достаточно описания ситуации. Паспортные данные, номер карты, пароль и полный список покупателей не помогают улучшить формулировку.

Заменяйте имена кодами, удаляйте телефоны и адреса. Обезличивание требует внимания: сочетание должности, редкой покупки и даты иногда позволяет узнать человека без имени. Когда подробности не нужны, используйте сводные показатели или учебный фрагмент. Условия обработки данных и доступные настройки проверяйте в своем аккаунте и правилах компании.

ChatGPT может допустить ошибку, придумать источник или уверенно заполнить пробел. Просьба «не выдумывай» полезна как инструкция, но не гарантирует точность. Для значимых утверждений требуйте исходный документ, конкретную строку или проверяемую ссылку. Откройте источник и убедитесь, что он действительно подтверждает вывод.

Возможности сервиса, доступность по странам, набор инструментов и ограничения аккаунтов меняются. Сценарии опираются прежде всего на работу с текстом. Поиск, анализ файлов и другие функции используйте, когда они доступны

вам на действующих условиях. Если инструмента нет, перенесите расчеты в привычную таблицу, а в чат передайте обезличенный результат.

Различайте подготовку текста и выполнение действия. Написанный ответ не отправляется клиенту сам по себе. Обсуждение автоматизации не создает интеграцию. Для действий во внешних системах нужны отдельные инструменты, доступы и согласованные правила. Начинайте с ручной проверки каждого результата.

Финансовые сценарии помогают организовать управленческие данные. Они не заменяют бухгалтерский учет, расчет налогов или профессиональную проверку договоров. Кадровые материалы также требуют проверки человеком с учетом применимых правил. В книге нет готовых правовых заключений.

Наконец, задайте цену ошибки. Опечатку в черновике легко исправить. Неверное обещание срока, платеж или изменение клиентских данных обходятся дороже. Чем выше последствия, тем строже должен быть контроль и тем уже полномочия инструмента. Решение о публикации, отправке или оплате принимает ответственный человек.

# Сценарий 1 Карточка бизнеса для рабочих запросов

Когда каждый разговор начинается с долгого объяснения компании, ответы получаются непоследовательными. В одном тексте вы оказываетесь премиальным сервисом, в другом магазином низких цен. Короткая карточка бизнеса помогает задать устойчивую основу для следующих задач.

**Подготовьте.** Выпишите продукт, тип клиента, географию, способ покупки, реальные ограничения и два примера вашего общения. Подтвержденные преимущества отделите от пожеланий. Фразу «самая быстрая доставка» замените проверяемым сроком, если он действительно установлен.

**Порядок работы.** Попросите собрать сведения в компактную карточку и найти противоречия. Уточните спорные пункты у сотрудников. После проверки сохраните версию с датой. В следующих диалогах вставляйте только те разделы, которые нужны для задачи. Карточка не должна превращаться в архив всех документов компании.

**Готовый запрос.** Составь рабочую карточку бизнеса по моим сведениям: [данные]. Разделы: продукт, клиент, ситуация покупки, подтвержденные преимущества, ограничения, стиль общения, неизвестные факты. Не добавляй характеристик от себя. Найди противоречия и задай до трех вопросов.

Итоговую карточку уместить в 200 слов. Отдельно перечислить сведения, которые нужно обновлять регулярно.

**Учебный пример.** Мастерская ремонтирует кофемашины и принимает технику после согласования диагностики. В карточке появляется ограничение: окончательная стоимость известна после осмотра. Это сразу меняет будущую рекламу. Вместо выдуманного фиксированного тарифа она предлагает описать неисправность и узнать порядок диагностики.

**Проверка и эффект.** Дайте карточку администратору и мастеру. Если они одинаково понимают обещания клиенту, основу можно использовать. Затем подготовьте по ней два разных текста и посмотрите, сохраняются ли условия. Оцените число исправлений фактов и время на объяснение контекста. Если ошибок меньше, закрепите карточку как начало рабочих запросов и назначьте человека, который обновляет ее при изменении услуг.

# Сценарий 2 Сегменты клиентов по ситуации покупки

Описание «наши клиенты все жители района» мало помогает выбрать рекламу. Практичнее понять, какую задачу человек решает в конкретный момент. Один и тот же покупатель может искать срочную помощь сегодня и спокойно сравнивать варианты через месяц.

**Подготовьте.** Возьмите 15–30 обезличенных обращений. Сохраните формулировки потребности, причины выбора и ограничения клиента. Не дописывайте возраст или доход, если этих данных нет. Отдельно отметьте, чем закончился каждый разговор, когда результат известен.

**Порядок работы.** Попросите сгруппировать обращения по задачам. Для каждой группы выделите повод покупки, желаемый результат и мешающий фактор. Затем вручную проверьте примеры. Редкое яркое обращение не должно стать основанием для объявления целого сегмента главным.

**Готовый запрос.** Проанализируй обращения: [тексты с кодами]. Предложи от трех до пяти сегментов по ситуации покупки. Для каждого укажи потребность, повод обращения, критерий выбора, сомнение и номера исходных примеров. Подсчитай обращения в группах. Если одно относится к двум группам, отметь пересечение. Не выводите демографию

из манеры письма. Предложи вопросы для проверки сегментов в разговоре с клиентами.

**Учебный пример.** В цветочном магазине выделяются покупки к запланированному событию, срочные подарки и регулярные заказы в офис. Для срочного подарка важны наличие и понятный срок получения. Для офиса важнее повторяемость поставки и согласование документов. Это разные задания для рекламы и сервиса.

**Проверка и эффект.** Просмотрите несколько обращений из каждой группы и обсудите классификацию с продавцом. Убедитесь, что категории описывают действия людей, а не фантазии о характере. Подготовьте по одному предложению для двух крупных групп и протестируйте на сопоставимом трафике. Смотрите на долю подходящих обращений и оплаченных заказов. Размер сегмента в вашей небольшой выборке пока показывает только структуру этих обращений, а не всего рынка.

# Сценарий 3 Вопросы для интервью с покупателями

Предприниматель легко получает вежливое «хорошая идея» и принимает его за спрос. Разговор о недавней покупке дает больше материала: человек вспоминает реальные действия, затраты и сомнения. ChatGPT помогает подготовить беседу и убрать вопросы, подсказывающие удобный ответ.

**Подготовьте.** Сформулируйте одно решение, которое хотите принять. Например, стоит ли вводить доставку обедов в офис. Опишите текущую гипотезу и то, что пока неизвестно. Выберите людей, которые действительно сталкивались с такой задачей.

**Порядок работы.** Сначала получите план интервью на 15 минут. Уберите рекламу будущего продукта. Начинайте с последнего реального случая: что произошло, как человек решал вопрос, сколько времени потратил. После беседы сохраните цитаты отдельно от своих выводов. Получите согласие, если собираетесь записывать разговор.

**Готовый запрос.** Подготовь десять вопросов для интервью о [ситуация]. Я хочу понять [решение], моя гипотеза: [описание]. Спрашивай о прошлом поведении и конкретных случаях. Не используй вопросы «купили бы вы» и «вам ведь

удобно». Добавьте нейтральные уточнения и укажите, какие ответы могут опровергнуть гипотезу. Завершите шаблон записи фактов без персональных данных.

**Учебный пример.** Вместо «Вам нужна полезная еда в офисе?» появляется вопрос: «Вспомните последний рабочий день, когда вы заказывали обед. Как выбирали и что оказалось неудобным?» Ответ может показать, что проблема связана с непредсказуемым временем доставки, а предпочтения по меню пока вторичны.

**Проверка и эффект.** Проведите пробное интервью и проверьте, не отвечаете ли за собеседника. После пяти бесед выпишите повторяющиеся факты и противоречия. Такая небольшая группа дает материал для гипотез, но не доказывает объем спроса. Полезный результат сценария: одно изменение предложения и способ проверить его реальным действием клиента, например запросом расчета или пробным заказом. Считайте полученные наблюдения, а не количество одобritельных слов.

# Сценарий 4 Сравнение предложений конкурентов

Владелец бизнеса часто сравнивает себя с конкурентами по памяти. В итоге выбирает для рекламы преимущество, которое давно предлагают все. ChatGPT может привести собранные сведения к общей структуре и показать, где данных не хватает.

**Подготовьте.** Соберите описания трех–пяти конкурирующих предложений из открытых источников. Для каждого сохраните ссылку, дату просмотра, цену, состав услуги и условия. Если цена начинается с определенной суммы, оставьте формулировку полностью. Не считайте отсутствие сведений доказательством отсутствия услуги.

**Порядок работы.** Сначала определите одинаковый предмет сравнения. Затем попросите составить таблицу и выделить несопоставимые условия. Проверьте каждую строку по оригиналу. Если доступен поиск, используйте его для уточнения конкретного пробела, а не для свободного сочинения обзора рынка.

**Готовый запрос.** Сравни предложения по материалам: [данные и ссылки]. Критерии: итоговая цена, состав, сроки, ограничения, подтверждение качества, следующий шаг клиента. У каждого факта укажи источник и дату. Отсутствующ-

щее обозначай «не найдено в материалах». Не оценивай качество компании по рекламному тексту. Выдели различия, которые можно проверить у нас, и вопросы для дополнительного сбора данных.

**Учебный пример.** Три клининговые компании рекламируют уборку квартиры. У одной в исходную цену включены окна, у двух нет. Сравнение минимальных цен вводило бы клиента в заблуждение. Модель помогает собрать одинаковую корзину услуг, после чего предприниматель уточняет расчеты вручную.

**Проверка и эффект.** Проверьте наиболее важные характеристики повторно перед использованием. Не переносите чужие слоганы и описания в собственный текст. Выберите один подтвержденный способ сделать свое предложение понятнее: раскрыть состав, назвать исключения или показать процесс. Эффект оценивайте по числу уточняющих вопросов клиентов и конверсии подходящих обращений в заказ. Само наличие отличия еще не означает, что покупатель готов за него платить.

# Сценарий 5 Проверка новой услуги до больших затрат

Идея дополнительной услуги часто выглядит убедительно в обсуждении. Но расходы на оборудование и рекламу появляются раньше, чем доказательства спроса. ChatGPT помогает превратить идею в небольшой проверяемый эксперимент с ограниченным бюджетом.

**Подготовьте.** Опишите клиента, проблему, предполагаемый результат, себестоимость и доступное время команды. Укажите, какую сумму готовы потратить на проверку и какие действия еще не можете выполнять. Не рекламируйте услугу как готовую, если пока собираете интерес.

**Порядок работы.** Попросите выписать главные допущения. Выберите самое рискованное и придумайте способ проверить его. Сначала уточните потребность беседами, затем предложите прозрачный пилот, который реально можете провести. До запуска установите срок и условие продолжения. Не меняйте критерий после неудобного результата.

**Готовый запрос.** Помоги проверить услугу [описание]. Клиент: [кто]. Ресурсы и ограничения: [данные]. Бюджет проверки: [сумма]. Найди пять допущений и выбери самое опасное. Предложи пилот на две недели без крупных вложений. Укажи действие клиента, которое станет подтвержде-

нием интереса, правила учета отказов, критерий остановки и действия при каждом исходе. Не обещай прогноз выручки без данных.

**Учебный пример.** Студия ремонта одежды рассматривает выездной забор вещей. Пилот ограничивают одним районом и двумя днями. Клиентам сразу объясняют условия теста. Команда считает оплаченные заказы, время маршрута и вклад после транспортных расходов. Большое число вопросов при отсутствии заказов не считается успехом.

**Проверка и эффект.** Убедитесь, что пилот не требует скрытых расходов и выполним при одновременных заказах. Запишите результаты всех приглашений, включая отказы. Решение о продолжении основывайте на заранее выбранных показателях и наблюдениях клиентов. Если услугу покупают, но доставка съедает вклад, следующий тест должен менять маршрут или цену. Не расширяйте объем только ради красивого числа заявок.

# Сценарий 6 Формулировка понятного предложения

Клиенту трудно выбрать услугу, когда описание состоит из общих слов о качестве и заботе. Хорошее предложение объясняет результат, состав работы и следующий шаг. ChatGPT помогает собрать эти элементы в короткий текст и заметить неподтвержденные обещания.

**Подготовьте.** Возьмите карточку бизнеса, описание одного клиентского сегмента, действующий прайс и ограничения. Уточните, что именно человек получает за названную цену. Если результат зависит от диагностики или согласования, это должно остаться в тексте.

**Порядок работы.** Сначала сформулируйте предложение одним предложением. Затем добавьте состав услуги и условие обращения. Попросите три версии с разными акцентами, сохраняя одинаковые факты. Выберите понятную человеку без профессиональной подготовки. Прочитайте ее вслух продавцу и попросите пересказать смысл.

**Готовый запрос.** Составь три варианта предложения для [сегмент] на основе [факты]. В каждом назови задачу клиента, наш результат, состав и следующий шаг. Объем до 500 знаков. Не используй превосходные степени, гарантированный доход и выдуманные сроки. Условия [перечень] сохра-

ни дословно. После вариантов укажи, какие слова могут создать ожидание, которое компания не сможет выполнить.

**Учебный пример.** Сервис настройки учета вместо «оптимизируем бизнес под ключ» пишет: «Настроим учет заказов в выбранной системе, перенесем согласованный список полей и проведем обучение сотрудника. Стоимость определим после разбора текущего процесса». У клиента появляется понимание состава и причины следующего разговора.

**Проверка и эффект.** Покажите текст нескольким людям из целевой аудитории. Спросите, что они получают, что им нужно сделать и какие расходы ожидают. Если ответы расходятся с реальными условиями, исправьте конкретное место. В работе сравнивайте долю подходящих обращений и количество разочарований после расчета цены. Рост кликов сам по себе не оправдывает предложение, которое приводит людей с неверными ожиданиями.

# Сценарий 7 Тарифы и состав пакетов

Разница между тарифами нередко понятна только владельцу компании. Покупатель видит похожие названия и выбирает самый дешевый вариант. ChatGPT поможет разложить пакеты по задачам клиента и показать, где состав или цена вызывают путаницу.

**Подготовьте.** Составьте перечень операций, затраты на каждую и ограничения по загрузке. Укажите обязательные расходы на заказ. Отдельно выпишите то, что нельзя исключать из услуги ради дешевого тарифа: необходимые проверки, согласования или базовую поддержку.

**Порядок работы.** Сначала спроектируйте состав без названий и украшений. Для каждого пакета определите подходящего клиента и границы. Затем проверьте экономику на типичном заказе. Только после этого попросите объяснить различия простыми словами. Названия должны помогать выбору, а не скрывать содержание.

**Готовый запрос.** Предложи структуру трех пакетов услуги [описание] по данным [операции, затраты, ограничения]. Для каждого укажи задачу клиента, включенные работы, лимиты, исключения и условие перехода на другой пакет. Не назначай цены без расчетной основы. Покажи риск

перегрузки и вопросы, которые нужно закрыть перед утверждением. Составьте короткое объяснение различий без давления на покупателя.

**Учебный пример.** Фотограф разделяет короткую предметную съемку и съемку каталога по числу готовых кадров, подготовке и объему ретуши. Время согласования и количество правок тоже фиксируют. Благодаря этому более дорогой пакет отличается понятным объемом, а не словом «премиум».

**Проверка и эффект.** Рассчитайте вклад каждого тарифа после прямых расходов и проверьте, хватит ли оплаченного времени на обещанные работы. Дайте таблицу сотруднику, который отвечает на заявки. Он должен выбрать подходящий вариант по фактам, не придумывая исключения. После запуска считайте трудозатраты, дополнительные правки и вклад на заказ. Если популярный пакет систематически убыточен, пересмотрите состав или цену, а не радуйтесь его доле в продажах.

# Сценарий 8 План контента на две недели

Публиковать что-нибудь каждый день легко превратить в отдельную работу без результата. Полезный план начинается с вопросов покупателей и действий, к которым вы хотите их привести. ChatGPT помогает распределить темы и подготовить выполнимый объем материалов.

**Подготовьте.** Соберите частые вопросы, подтвержденные примеры работ, ближайшие события и доступные ресурсы. Укажите, сколько времени сотрудник может тратить на подготовку. Если нет фотографий и возможности снимать видео, не планируйте ежедневные ролики.

**Порядок работы.** Выберите одну задачу периода: объяснить новую услугу, заполнить свободные окна или помочь клиентам выбрать продукт. Попросите план с ограниченным количеством публикаций. Для каждой темы определите источник фактов и конкретный следующий шаг читателя. Затем проверьте последовательность и нагрузку.

**Готовый запрос.** Составь план контента на 14 дней для [бизнес]. Цель периода: [цель]. Аудитория: [ситуация покупки]. Материалы: [список]. Ресурс: [время и форматы]. Предложи не более шести публикаций. Для каждой дай тему, вопрос клиента, основную мысль, источник, формат и действие

читателя. Не добавляй выдуманные кейсы и праздники. Отметить темы, для которых сначала нужно собрать материал.

**Учебный пример.** Мастерская мебели хочет получать более подготовленные запросы на расчет. В план входят памятка по замерам, объяснение различий материалов и разбор согласованного проекта. Последний пост предлагает прислать размеры по понятному шаблону. Все публикации помогают одному шагу продажи.

**Проверка и эффект.** Сопоставьте план с реальным календарем команды. Удалите тему, которую невозможно подготовить качественно. После публикации считайте сохранения полезных памяток, переходы к нужному действию и обращения, где клиент уже прислал исходные данные. Не сравнивайте полезность инструкции только по лайкам. Через две недели сохраните темы, которые дали наблюдаемый результат, и запишите, какие вопросы остались у аудитории.

# Сценарий 9 Публикация из заметок владельца

Владелец знает продукт, но не всегда успевает написать пост. Его заметки содержат живые детали, которые легко потерять при просьбе «сделай продающий текст». ChatGPT удобен как редактор: помогает связать мысль, сохранить факты и убрать лишнее.

**Подготовьте.** Запишите наблюдение своими словами. Достаточно нескольких предложений: что случилось, что вы сделали и что полезно знать клиенту. Добавьте образец привычного стиля и запрет на публикацию конфиденциальных деталей. Согласуйте использование клиентской истории, если человек может быть узнан.

**Порядок работы.** Сначала попросите выделить основную мысль и недостающие факты. Дополните заметку. Затем получите короткий текст, проверьте точность и верните собственные выражения там, где они уместны. Оставьте один призыв к действию, связанный с темой.

**Готовый запрос.** Отредактируй мои заметки в публикацию: [текст]. Аудитория: [кто]. Образец стиля: [пример]. Сохрани наблюдения и конкретные детали. Не придумывай диалоги, отзывы, эмоции клиента и результаты. Сначала перечисли пробелы, затем дай текст до 1200 знаков. Начни с

сути. В конце предложите один естественный следующий шаг. Отдельно покажите, какие формулировки изменил по смыслу.

**Учебный пример.** Пекарь замечает, что покупатели кладут теплый хлеб в закрытый пакет. Из заметки получается пост о том, как дождаться остывания и сохранить корочку. В нем остается бытовая деталь из магазина и понятная инструкция. Рекламный абзац про исключительное качество всей продукции не нужен.

**Проверка и эффект.** Прочитайте текст вслух. Если вы никогда так не разговариваете, упростите формулировки. Проверьте каждое утверждение о свойствах продукта и сроках хранения по своей документации. Сравните время от заметки до готовой публикации и количество смысловых исправлений. Хороший процесс позволяет владельцу быстро передать опыт, сохраняя точность и узнаваемый голос компании.

# Сценарий 10 Серия писем после первого интереса

Один запрос цены еще не означает готовность купить. Клиент может сравнивать варианты или не понимать следующий шаг. Короткая серия полезных сообщений помогает продолжить разговор, если у компании есть подходящее основание для такой коммуникации.

**Подготовьте.** Уточните, кому разрешено писать, какой интерес человек проявил и что уже получил. Возьмите описание услуги, ответы на частые сомнения и действующие условия. Разделите сервисный ответ на конкретный запрос и последующую рекламную рассылку: их правила могут различаться.

**Порядок работы.** Спланируйте три сообщения с разными задачами: ответить на исходный вопрос, помочь сравнить варианты и предложить удобный шаг. Не повторяйте одинаковое предложение. Определите условия остановки: отказ, покупка или отсутствие разрешения продолжать. Перед массовым использованием проверьте применимые требования.

**Готовый запрос.** Подготовьте три письма для [аудитория], которая [действие]. Основание коммуникации: [условия]. Факты об услуге: [данные]. Для каждого письма дай тему, текст до 900 знаков, пользу и следующий шаг. Не создавай

ложную срочность. Не выдумывай скидки и отзывы. Предложи интервалы как гипотезу, условия прекращения серии и способ отказаться от дальнейших рекламных сообщений.

**Учебный пример.** Студия дизайна после запроса отправляет состав расчета. Следующее согласованное письмо объясняет, какие размеры нужны для оценки. Последнее предлагает короткую встречу с повесткой. Каждое помогает принять решение, а не напоминает о продавце без новой информации.

# 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.