

ПЛАН НА 90 ДНЕЙ

НЕЙРО-ПРИБЫЛЬ

Как проверить идею, запустить продукт и получить первые продажи с помощью искусственного интеллекта

АЛЕКС АНДЕРС

35 глав • 100 промптов • чек-листы

Алекс Андерс

Нейро-Прибыль

«Автор»
2026

Андерс А.

Нейро-Прибыль / А. Андерс — «Автор», 2026

Как проверить идею, запустить продукт и получить первых клиентов с помощью искусственного интеллекта, не теряя деньги на догадках?«НЕЙРО-ПРИБЫЛЬ» — практическое руководство на 90 дней для тех, кто хочет строить доход на нейросетях, но не знает, с чего начать.В книге 35 глав. В каждой есть теория, разбор на примере, практикум из пяти шагов, типичные ошибки и готовый промпт. Вы научитесь искать нишу, проверять спрос за семь дней, упаковывать услуги и продукты, находить клиентов и продавать. Отдельно разобраны фриланс, контент и видео, цифровые книги, площадки для продаж, партнёрские программы, Telegram-боты, автоматизация и ИИ-агенты, а также экономика продукта, аналитика и правовые вопросы.В приложениях: 100 готовых промптов, чек-листы, таблица расчёта прибыли и календарь на 30 дней.Книга не обещает быстрых денег. Она помогает проверять идеи, считать цифры и действовать по плану.

© Андерс А., 2026
© Автор, 2026

Содержание

Прежде чем начать 6
Оглавление 7
Часть I. Фундамент 9
1. Как устроены деньги в эпоху ИИ 9
Теория 10
Углубление 11
Практикум 12
Типичные ошибки 13
2. Реалистичные ожидания и риски 14
Теория 15
Углубление 16
Практикум 17
Типичные ошибки 18
3. Набор инструментов и рабочее пространство 19
Теория 20
Углубление 21
Практикум 22
Типичные ошибки 23
4. Промпт-инжиниринг как ремесло 24
Теория 25
Углубление 26
Практикум 27
Типичные ошибки 28
5. Проверка фактов и контроль качества 29
Теория 30
Углубление 31
Практикум 32
Типичные ошибки 33
Часть II. Рынок, ниша и продукт 34
6. Исследование рынка 34
Теория 35
Углубление 36
Практикум 37
Типичные ошибки 38
7. Поиск ниши 39
Теория 40
Углубление 41
Практикум 42
Типичные ошибки 43
8. Анализ конкурентов 44
Теория 45
Углубление 46
Практикум 47
Типичные ошибки 48
Конец ознакомительного фрагмента. 49

Алекс Андерс
Нейро-Прибыль

НЕЙРО-ПРИБЫЛЬ

Практическое руководство по построению дохода с помощью искусственного интеллекта

АЛЕКС АНДЕРС

Оригинальная авторская работа · Редакция 2026

Прежде чем начать

Эта книга — самостоятельное практическое руководство. Она не является переводом, пересказом или копией какой-либо другой книги и написана с нуля.

Доход не гарантирован. Здесь описаны методы, а не обещания. Результат зависит от вашего времени, навыков, ниши, рынка и удачи. Любые цифры в примерах носят иллюстративный характер.

Не является консультацией. Юридические, налоговые и финансовые вопросы зависят от страны и меняются со временем. Перед значимыми шагами проверяйте официальные источники и консультируйтесь со специалистами.

Проверяйте условия. Тарифы, комиссии и правила платформ и ИИ-сервисов меняются. Сверяйтесь с актуальными страницами сервисов перед оплатой, регистрацией и запуском.

Как пользоваться. В каждой главе: теория, углубление, разбор на примере, практикум из пяти шагов, типичные ошибки, совет и готовый промпт. Не читайте книгу как роман: делайте задания, записывайте результаты в журнал проекта и двигайтесь по главам последовательно. Подписи в [квадратных скобках] в промптах заменяйте своими данными.

Главная мысль книги: ИИ усиливает вас, но не заменяет ваше суждение, вкус и ответственность. Деньги приходят от решённых чужих проблем.

Оглавление

Часть I. Фундамент
1. Как устроены деньги в эпоху ИИ
2. Реалистичные ожидания и риски
3. Набор инструментов и рабочее пространство
4. Промпт-инжиниринг как ремесло
5. Проверка фактов и контроль качества
Часть II. Рынок, ниша и продукт
6. Исследование рынка
7. Поиск ниши
8. Анализ конкурентов
9. Проверка идеи за семь дней
10. Создание продукта: от идеи к MVP
Часть III. Услуги на базе ИИ
11. AI-фриланс: что продавать
12. Упаковка услуги и портфолио
13. Поиск клиентов
14. Продажи и переговоры
15. Цены, договоры и сопровождение
Часть IV. Контент и цифровые продукты
16. Контент-стратегия
17. Faceless-видео
18. Цифровые книги и гайды
19. Etsy: цифровые товары
20. Payhip: свой магазин
21. Gumroad: продажа создателям
22. Партнёрские программы
23. Физические товары и собственный бренд
Часть V. Автоматизация и разработка
24. Telegram-боты
25. AI-приложения без кода
26. Автоматизация процессов
27. AI-агенты
28. Экономика продукта
29. Реклама
Часть VI. Рост, право и запуск
30. Аналитика
31. Юридические вопросы
32. Этика, репутация и безопасность
33. Масштабирование и команда
34. Контент-план и личный бренд
35. План запуска на 90 дней
Приложение А. 100 готовых промптов
Приложение Б. Чек-листы
Приложение В. Таблица экономики продукта
Приложение Г. Календарь на 30 дней
Приложение Д. Словарь терминов

Приложение Е. Условия площадок (октябрь 2026)

Часть I. Фундамент

1. Как устроены деньги в эпоху ИИ

ИИ не печатает деньги. Он снижает стоимость труда — и именно на этой разнице зарабатывают.

Теория

Любой доход возникает из одного: вы решаете чужую проблему лучше, быстрее или дешевле, чем это делают другие. Искусственный интеллект не отменяет эту формулу, а меняет себестоимость решения. Текст, который раньше занимал три часа, теперь занимает двадцать минут. Изображение, для которого нужен был дизайнер, делается за несколько минут.

Отсюда три источника дохода. Первый — продажа времени с ускорением: вы делаете услугу быстрее и берёте столько же. Второй — продажа продукта, который создаётся один раз и продаётся много раз: книга, шаблон, курс. Третий — продажа системы: бот, автоматизация, агент, которые работают без вашего участия.

Важно понимать: ИИ доступен всем, поэтому сам по себе он не является преимуществом. Преимущество дают три вещи: знание конкретной аудитории, вкус и умение довести работу до результата. Эта книга построена вокруг них.

Углубление

Полезно различать «доход за время» и «доход за результат». Первый ограничен часами в сутках, второй — нет. Если вы продаёте час работы, ИИ сокращает ваш заработок: вы справляетесь быстрее и получаете те же деньги за меньшее время. Если вы продаёте результат, например готовый отчёт, шаблон или настроенный процесс, то выигрыш от скорости остаётся у вас. Поэтому на горизонте года стоит постепенно смещаться от почасовой модели к пакетным услугам и продуктам, а ИИ использовать как множитель собственной производительности.

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. Мария, бухгалтер, делала для знакомых предпринимателей ежемесячные сводки за три часа. С помощью ИИ она сократила работу до сорока минут, но не снизила цену, а стала брать больше клиентов и оформила услугу в виде подписки. Её выигрыш пришёл не от инструмента, а от упаковки результата и знания отрасли.

Практикум

1. Выпишите три навыка или области, в которых вы уже разбираетесь, даже на любительском уровне.

2. Для каждой области запишите, за что люди готовы платить: за экономию времени, денег или нервов.

3. Отметьте, какой из трёх источников дохода вам ближе: услуга, продукт или система.

4. Заведите документ «Журнал проекта» — в нём будут все ваши заметки, цифры и гипотезы.

5. Определите, сколько часов в неделю вы реально готовы выделить. Честная цифра лучше амбициозной.

Типичные ошибки

Начинать с выбора инструмента вместо выбора проблемы клиента.

Ждать «идеальной» идеи и ничего не пробовать несколько месяцев.

Копировать чужой путь без учёта своих навыков и ресурсов.

Недооценивать собственный опыт, считая, что ИИ «всё сделает за вас».

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Раз в неделю спрашивайте себя: чью проблему я решил за эти семь дней и как это можно повторить?

ПРОМПТ ГЛАВЫ

Я хочу зарабатывать с помощью ИИ. Мои навыки: [список]. Свободное время: [часов в неделю]. Бюджет на старт: [сумма]. Предложи пять направлений заработка, для каждого опиши плюсы, риски и срок до первых денег.

ИТОГ

Деньги дают не инструменты, а решённые проблемы. Начинайте с проблемы, а не с нейросети.

2. Реалистичные ожидания и риски

Слова «быстро» и «легко» в заголовках продают курсы, но не создают бизнес.

Теория

Интернет полон историй о заработке за неделю. Большинство таких историй — маркетинг: авторы зарабатывают на продаже самих историй. Реальный путь выглядит скучнее: первые недели уходят на обучение, первые месяцы — на пробы и ошибки, первые стабильные деньги появляются у многих через три–девять месяцев.

Основные риски известны заранее. Рынок насыщается: если вы повторяете то, что делают тысячи, вы конкурируете ценой. Платформы меняют правила, и аккаунт может быть заблокирован. Качество ИИ-текстов бывает низким, а клиенты это замечают. Наконец, есть риск выгорания, когда ожидания не совпали с реальностью.

Защита проста: не вкладывайте деньги, которые нельзя потерять, проверяйте идеи дёшево, не зависьте от одной платформы и храните резерв. Никто не может гарантировать доход, и эта книга — тоже. Всё, что вы прочитаете, — это методы, а не обещания.

Углубление

Хороший способ трезво оценить риск — сценарный подход. Составьте три сценария на 90 дней: осторожный, базовый и оптимистичный. В каждом укажите часы, затраты, ожидаемое число клиентов или продаж и действия, которые вы совершите. Не стройте планы на оптимистичном сценарии: опирайтесь на осторожный, а базовый считайте нормой. Такой подход снижает разочарование и помогает принимать решения холодной головой, а не под влиянием эмоций после неудачной недели.

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. Олег вложил в рекламу первого продукта всю свою подушку безопасности и получил две продажи. Его знакомая Ирина потратила на проверку идеи сумму в десять раз меньше, поняла, что аудитории нужен другой формат, и перестроила продукт. Разница не в таланте, а в размере ставки на непроверенную гипотезу.

Практикум

1. Определите «сумму риска»: сколько денег и часов вы готовы потерять на эксперимент без ущерба для жизни.

2. Запишите минимально приемлемый результат через 90 дней. Например, три клиента или первые десять продаж.

3. Составьте список из пяти рисков вашего направления и по одному способу снизить каждый.

4. Решите, на каких платформах вы будете присутствовать, чтобы не зависеть от одной.

5. Договоритесь с собой о правиле остановки: при каких условиях вы меняете направление.

Типичные ошибки

Вкладывать последние деньги в обучение или рекламу.

Верить скриншотам доходов без контекста и подтверждений.

Одновременно запускать пять направлений и ни в одном не доходить до результата.

Оценивать успех по неделе, а не по трёхмесячной динамике.

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Заранее запишите, какое событие заставит вас остановиться или сменить направление, пока эмоции не мешают.

ПРОМПТ ГЛАВЫ

Выступи как скептичный наставник. Вот мой план заработка: [описание]. Найди десять слабых мест, оцени вероятность каждого и предложи способ проверить его за неделю и без больших затрат.

ИТОГ

Реализм — это не пессимизм. Это способ дожить до результата.

3. Набор инструментов и рабочее пространство

Вам нужно меньше инструментов, чем кажется. Главное — чтобы они были собраны в систему.

Теория

Базовый набор состоит из шести категорий. Универсальный ИИ-ассистент для текста, анализа и идей. Инструмент для изображений. Инструмент для озвучки и видео. Редактор документов и таблиц. Конструктор сайтов или страниц продаж. Система учёта задач. Для старта хватит одного представителя каждой категории, а многое можно взять бесплатно.

Современные ассистенты умеют работать с файлами, таблицами и изображениями, искать информацию в сети и запоминать контекст проекта. Это важно: вы можете загрузить прайс конкурента, таблицу продаж или черновик книги и попросить разобрать их. Но функции и тарифы меняются быстро, поэтому перед оплатой всегда смотрите актуальную страницу сервиса.

Правило экономии: платите только тогда, когда упёрлись в ограничение бесплатной версии и знаете, какую задачу решит платная. Подписки «на всякий случай» — главная утечка бюджета новичков.

Углубление

Организация рабочего пространства экономит больше времени, чем любой инструмент. Заведите единый шаблон «паспорт проекта»: цель, аудитория, тон общения, запретные темы, примеры хорошего результата. Вставляйте его в начало диалога с ассистентом, и модель будет попадать в нужный стиль с первого раза. Ведите нумерацию версий файлов и храните итоговые материалы отдельно от черновиков. Эта простая дисциплина предотвращает путаницу, когда проектов становится несколько.

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. Дмитрий платил за семь подписок и пользовался двумя. После аудита он оставил ассистента, редактор изображений и таблицы, а освободившуюся сумму направил на рекламный тест. Через месяц у него появились первые данные о том, какие заголовки работают, и это принесло больше пользы, чем лишние сервисы.

Практикум

1. Выберите по одному инструменту для каждой из шести категорий и запишите их в журнал.

2. Создайте на компьютере структуру папок: исследование, продукты, клиенты, финансы, контент.

3. Заведите шаблон описания проекта: цель, аудитория, тон, ограничения. Его вы будете вставлять в начало диалогов.

4. Подключите резервное копирование: потеря месяца работы обходится дороже любой подписки.

5. Установите лимит на подписки, например не более 30 долларов в месяц на первые три месяца.

Типичные ошибки

Платить за «пожизненные» пакеты ради скидки и не пользоваться ими.

Хранить рабочие файлы в хаосе без структуры папок и резервных копий.

Менять инструменты каждую неделю вместо того, чтобы углублять один.

Загружать в публичные сервисы данные клиентов без разрешения.

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Каждый месяц проводите ревизию подписок: если инструментом не пользовались тридцать дней, отключайте его.

ПРОМПТ ГЛАВЫ

Мне нужен минимальный набор инструментов для проекта [описание]. Бюджет: [сумма]. Для каждой категории предложи бесплатный и платный вариант, объясни, когда стоит платить, и составь итоговую таблицу.

ИТОГ

Лучший набор — тот, которым вы пользуетесь каждый день.

4. Промпт-инжиниринг как ремесло

Хороший запрос — это короткое техническое задание. Чем точнее задание, тем меньше правок.

Теория

Сильный промпт содержит шесть элементов: роль, задачу, контекст, формат результата, ограничения и критерий качества. Роль задаёт точку зрения, например «редактор деловых текстов». Контекст объясняет, для кого и зачем. Формат экономит время на переделке: таблица, список, письмо на 150 слов. Критерий качества говорит, что считать удачей.

Второй приём — итерации. Первый ответ почти никогда не финальный. Работайте циклами: получили черновик, указали, что убрать и усилить, получили вторую версию. Третий приём — примеры. Один образец нужного результата работает лучше трёх абзацев объяснений.

Четвёртый приём — просить модель задавать вопросы. Фраза «если не хватает данных, сначала задай мне до пяти уточняющих вопросов» заметно повышает качество. И наконец, храните удачные запросы в личной библиотеке: это ваш повторно используемый актив.

Углубление

Один из самых сильных приёмов — метод примеров. Покажите модели два–три образца того, что считаете хорошим результатом, и один образец того, чего хотите избежать. Объясните, чем они отличаются. Это работает лучше длинных описаний, потому что модель видит границы желаемого стиля. Второй приём — разбивка сложной задачи на этапы: сначала план, затем черновик, затем критика, затем финальная версия. Каждый этап проверяется человеком.

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. Анна просила ассистента «написать пост про питание» и получала общие слова. Затем она указала аудиторию, длину, пример любимого поста и запретила банальности. Результат стал годным с первой же попытки, а время правки сократилось с сорока минут до десяти.

Практикум

1. Возьмите любую рабочую задачу и перепишите запрос по схеме из шести элементов.
2. Сравните результат с первым, «ленивым» запросом и запишите, что улучшилось.
3. Создайте файл «Библиотека промптов» и положите туда пять лучших запросов.
4. Добавьте к каждому промпту пометку: для чего он, какие поля менять.
5. Научитесь просить критику: «найди слабые места в своём ответе».

Типичные ошибки

Писать запросы в одну строку без контекста и ожидать точного результата.

Принимать первый ответ как финальный и не проводить итераций.

Не сохранять удачные формулировки и каждый раз начинать с нуля.

Просить «сделай красиво» вместо конкретных критериев качества.

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Добавляйте в конец сложных запросов фразу: «Перед ответом перечисли допущения, которые ты сделал».

ПРОМПТ ГЛАВЫ

Ты — редактор промптов. Вот мой запрос: [запрос]. Перепиши его по схеме «роль, задача, контекст, формат, ограничения, критерий качества». Покажи старую и новую версию и объясни разницу.

ИТОГ

Умение ставить задачу — главный навык этой эпохи.

5. Проверка фактов и контроль качества

Нейросеть пишет уверенно даже тогда, когда ошибается. Ответственность всегда на вас.

Теория

Языковые модели иногда выдумывают факты, цифры, цитаты и ссылки. Это называется галлюцинацией. Опасность в том, что выдумка выглядит убедительно. Для хобби это терпимо, а для продуктов, за которые платят деньги, — нет: одна грубая ошибка способна разрушить репутацию.

Постройте простую систему контроля. Первое: всё, что содержит цифры, даты, имена, законы и медицинские или финансовые утверждения, проверяйте по первоисточнику. Второе: просите модель указывать источники и затем открывайте их сами. Третье: используйте второй проход — попросите модель найти ошибки в собственном тексте. Четвёртое: читайте готовый материал вслух, чтобы услышать неестественные места.

Отдельная тема — «ИИ-вода»: гладкие, но пустые тексты. Отличает хороший материал конкретика: примеры, цифры, личный опыт, наблюдения. Добавляйте их сами. Именно они превращают черновик модели в продукт, который покупают.

Углубление

Контроль качества стоит выстраивать как конвейер из трёх проверок. Первая — фактическая: проверка цифр, дат, имён и ссылок. Вторая — смысловая: действительно ли текст отвечает на вопрос читателя и нет ли пустых абзацев. Третья — стилистическая: единый тон, отсутствие шаблонных оборотов. Для рискованных тем добавляйте четвёртую проверку — консультацию специалиста. Чем выше цена ошибки, тем строже должен быть конвейер.

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. Автор небольшого гайда доверился цифрам модели о налоговых ставках и не проверил их. Читатель заметил расхождение и написал резкий отзыв. После этого автор ввёл правило: любые числа и нормы в тексте обязаны иметь ссылку на первоисточник. Репутацию восстановить удалось, но на это ушло несколько месяцев.

Практикум

1. Составьте личный чек-лист проверки из десяти пунктов и держите его рядом.

2. Возьмите любой ИИ-текст и найдите в нём все утверждения, которые нужно проверить. Проверьте.

3. Для каждого вашего продукта определите «зону повышенного риска»: медицина, финансы, право.

4. Договоритесь с собой о правиле: ни один материал не уходит клиенту без вашей вычитки.

5. Добавьте в каждый текст минимум один личный пример или наблюдение, которого нет у модели.

Типичные ошибки

Доверять ссылкам и цитатам, которые назвала модель, не открывая их.

Публиковать советы по здоровью, праву и финансам без экспертной проверки.

Оставлять в тексте шаблонные «вводные» абзацы, не несущие смысла.

Не читать итоговый материал целиком перед отправкой клиенту.

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Заведите файл «проверено»: рядом с каждым фактом запишите источник и дату проверки.

ПРОМПТ ГЛАВЫ

Проверь этот текст как строгий фактчекер: [текст]. Выпиши все проверяемые утверждения, отметь уровень риска ошибки и подскажи, где искать подтверждение. Не добавляй новых фактов от себя.

ИТОГ

Скорость даёт ИИ, доверие даёте вы. Не продавайте непроверенное.

Часть II. Рынок, ниша и продукт

6. Исследование рынка

Прежде чем создавать продукт, выясните, существует ли человек, готовый за него заплатить.

Теория

Исследование рынка отвечает на три вопроса: кто покупает, сколько платит и где его найти. Начните с мест, где люди сами рассказывают о проблемах: форумы, комментарии, тематические сообщества, отзывы на товары и поисковые подсказки. Это бесплатные интервью, которые уже кто-то провёл за вас.

Ищите повторяющиеся жалобы и вопросы. Если десять человек независимо друг от друга спрашивают одно и то же — это сигнал. Затем оцените платёжеспособность: есть ли в нише платные решения, и если есть, то по какой цене. Наличие конкурентов, которым платят, — хороший признак, а не плохой.

ИИ помогает обрабатывать собранное: вы загружаете десятки отзывов и просите сгруппировать жалобы по темам, посчитать частоту и выделить формулировки, которыми говорят сами клиенты. Эти формулировки потом пойдут в ваши тексты.

Углубление

Исследование рынка стоит делить на «количественное» и «качественное». Количественное отвечает на вопрос «сколько»: поисковые запросы, число обсуждений, цены. Качественное отвечает на вопрос «почему»: формулировки, эмоции, причины покупки. Сильное исследование объединяет оба типа: цифры показывают масштаб, а цитаты клиентов подсказывают слова для продаж. Сохраняйте дословные формулировки клиентов в отдельный документ: он станет источником заголовков и описаний.

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. Елена изучала нишу домашнего планирования бюджета. Из сорока комментариев выяснилось, что людей пугают не сами таблицы, а необходимость «каждый день что-то записывать». Это изменило её предложение: вместо подробного планировщика она создала шаблон на пять минут в неделю, и страница продукта стала понятнее аудитории.

Практикум

1. Выберите три сообщества, где обсуждают вашу тему, и прочитайте по тридцать последних обсуждений.

2. Соберите сорок–пятьдесят реальных фраз клиентов о проблемах в таблицу.

3. Загрузите их в ИИ и попросите выделить пять главных групп проблем.

4. Найдите по каждой группе платные решения и запишите их цены.

5. Сформулируйте вывод одним абзацем: кто, что хочет, сколько платит.

Типичные ошибки

Опираться на собственные предположения вместо реальных слов клиентов.

Изучать только крупных игроков и игнорировать небольшие нишевые сообщества.

Собирать данные месяцами и не принимать решений.

Считать наличие конкурентов признаком отсутствия спроса.

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Выделите час в неделю на чтение живых обсуждений аудитории: это самое дешёвое исследование.

ПРОМПТ ГЛАВЫ

Вот сорок отзывов и жалоб клиентов: [вставьте текст]. Сгруппируй их по темам, посчитай частоту, выдели дословные формулировки клиентов и предложи три идеи продуктов, которые закрывают самые частые проблемы.

ИТОГ

Слушайте рынок прежде, чем говорить с ним.

7. Поиск ниши

Ниша — это пересечение вашего интереса, чужой боли и платёжеспособности.

Теория

Большая ниша вроде «заработок в интернете» означает большую конкуренцию. Узкая ниша вроде «планирование питания для людей с сидячей работой после тридцати» означает меньше аудитория, но выше доверие и конверсия. Формула сужения проста: кто именно, какая проблема, в какой ситуации.

Оценивайте нишу по пяти критериям: размер аудитории, острота проблемы, готовность платить, доступность каналов и ваша способность разбираться в теме. Если хотя бы один критерий нулевой, ниша слабая. Например, проблема острая, но аудитория не платит, потому что привыкла получать решения бесплатно.

Не ищите идеальную нишу годами. Выберите две–три кандидатки, проверьте каждую по критериям и дайте себе срок на решение. Ниша не навсегда: она нужна, чтобы начать действовать и получать данные.

Углубление

Сужать нишу можно по четырём осям: аудитория, ситуация, проблема и формат решения. Например, не «питание», а «питание для офисных сотрудников», затем «ужины за двадцать минут после работы», затем «наборы меню на неделю в формате таблицы». Каждое сужение уменьшает конкуренцию и делает сообщение понятнее. При этом нужно следить, чтобы аудитория оставалась достаточно большой, иначе продавать будет некому.

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. Игорь начал с широкой темы «личная эффективность» и потерялся среди тысяч авторов. Затем сузил её до «планирования рабочей недели для руководителей небольших студий» и получил первые отклики уже через две недели, потому что говорил на языке конкретных людей.

Практикум

1. Составьте список из двадцати возможных ниш на пересечении ваших навыков и интересов.

2. Оцените каждую по пяти критериям от одного до пяти баллов в таблице.

3. Оставьте три лучшие и сузьте каждую по формуле «кто, проблема, ситуация».

4. Найдите в каждой нише хотя бы одно сообщество, где можно общаться с аудиторией.

5. Выберите одну нишу на 90 дней и зафиксируйте решение письменно.

Типичные ошибки

Выбирать нишу только по прибыльности, не имея интереса к теме.

Сужать до такой степени, что аудитории практически нет.

Менять нишу после первой неудачной недели.

Не проверять, есть ли у аудитории деньги и привычка платить.

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Если можете описать клиента одним предложением и назвать, где его найти, ниша выбрана достаточно узко.

ПРОМПТ ГЛАВЫ

Вот мои навыки и интересы: [список]. Предложи двадцать узких ниш, оцени каждую по критериям: размер аудитории, острота проблемы, платёжеспособность, доступность каналов. Выведи таблицу и порекомендуй три лучшие.

ИТОГ

Узкая ниша — это не ограничение, а прицел.

8. Анализ конкурентов

Конкуренты — самый дешёвый учебник: они уже заплатили за ошибки.

Теория

Анализ конкурентов не про копирование, а про поиск пробелов. Соберите десять–пятнадцать игроков: прямых, которые решают ту же задачу, и косвенных, которые решают её иначе. Для каждого зафиксируйте предложение, цену, упаковку, каналы продаж, сильные стороны и жалобы клиентов.

Самое ценное — отрицательные отзывы. Они показывают, чего не хватает рынку. Если клиенты жалуются на сложность, ваш продукт может быть проще. Если на цену — доступнее. Если на отсутствие поддержки — вы выделитесь заботой. Позиционирование строится именно на таких пробелах.

Помните об этике: изучайте публичную информацию, не копируйте тексты и дизайн, не вводите клиентов в заблуждение. Ваша цель — предложить понятную ценность, а не клон чужого продукта. Клон проигрывает оригиналу всегда.

Углубление

Хорошее позиционирование — это ответ на вопрос «почему я, а не они». Оно строится на трёх опорах: для кого вы лучше подходите, в чём ваше отличие и чем вы можете его подтвердить. Подтверждением бывают результаты, процессы, гарантии, опыт, отзывы. Ошибка — заявлять отличие, которое нечем доказать: «самый качественный», «самый удобный». Лучше выбрать проверяемую характеристику, например «шаблон, который заполняется за десять минут».

РАЗБОР НА ПРИМЕРЕ

Иллюстративный пример. На рынке гайдов по планированию Светлана обнаружила, что почти все предложения перегружены теорией. Она выпустила короткий практикум с готовыми шаблонами и подчеркнула это в названии. Покупатели чаще всего упоминали в отзывах именно простоту, то есть выбранное отличие подтвердилось.

Практикум

1. Составьте таблицу конкурентов: название, предложение, цена, канал, сильная сторона, слабая сторона.

2. Прочитайте по двадцать отзывов к каждому из трёх главных конкурентов, особенно негативные.

3. Выпишите пять повторяющихся жалоб и превратите каждую в возможность для вашего продукта.

4. Сформулируйте позиционирование: «Для [кто], которым нужно [что], мой продукт — [категория], который [отличие]».

5. Проверьте, что отличие понятно за пять секунд человеку со стороны.

Типичные ошибки

Копировать оформление и обещания конкурентов.
Конкурировать только низкой ценой без иных преимуществ.
Заявлять отличия, которые нельзя проверить или подтвердить.
Игнорировать негативные отзывы о конкурентах, где скрыты подсказки.

СОВЕТ НА ПРАКТИКЕ

Покажите описание продукта незнакомому человеку на пять секунд и спросите, что он запомнил.

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.