

ПЕРЕСТАНЬ ИСКАТЬ ПРИЧИНЫ.
НАЧНИ СОЗДАВАТЬ РЕЗУЛЬТАТ.

~~НЕТ ВРЕМЕНИ~~
~~НЕТ ДЕНЕГ~~
~~НЕТ КОМАНДЫ~~
~~НЕТ ОПЫТА~~
~~НАЧНУ ПОТОМ~~

ИИ УБИЛ МОИ ОТМАЗКИ

УДАЛЕНО

АНДРЕЙ
ГУСАРОВ



Андрей Гусаров

ИИ убил мои отмазки

<https://litres.ru/74106709>

SelfPub; 2026

Аннотация

95% компаний, внедривших ИИ, получают нулевую отдачу. Не потому что технология плохая. Потому что её применяют не туда и не так.

Андрей Гусаров — основатель digital-агентства GUSAROV, почти 20 лет в маркетинге, 859 реальных кейсов. В этой книге он разбирает шесть системных ошибок, которые убивают результат, и показывает, как ИИ работает в агентстве, образовательном центре и стратегическом планировании.

ИИ убил отмазки. Осталось только желание.

Содержание

Вступление	5
Глава 1. Почему ИИ не работает у большинства	7
Цифры, которые никто не хочет слышать	9
Ошибка первая. Автоматизировали не то	10
Ошибка вторая. ИИ на хаос	13
Ошибка третья. Ценообразование не перестроили до ускорения	15
Ошибка четвёртая. Нет экспертизы — нет результата	16
Ошибка пятая. Коллекционирование вместо внедрения	17
Ошибка шестая. Убрали человека из процесса	19
Конец ознакомительного фрагмента.	20

Андрей Гусаров

ИИ убил мои отмазки

ИИ убил мои отмазки

Андрей Гусаров

2026

* * *

Вступление

Нейросеть не сделает вас богатым.

Сразу скажу это, чтобы не тратить ваше время. Если вы открыли эту книгу в поисках волшебной кнопки, которая генерирует деньги из воздуха, — закройте её. Такой кнопки нет.

MIT исследовал больше 300 реальных внедрений ИИ в бизнесе. Вывод: 95% организаций получили нулевую отдачу на инвестиции. RAND идёт дальше: больше 80% ИИ-проектов проваливаются. Это вдвое хуже обычных IT-проектов. По данным S&P Global, 42% компаний полностью свернули большинство ИИ-инициатив в 2025 году. Не потому что технология плохая. Потому что её применяли не туда и не так.

Но вот что есть.

Сегодня рынок работает на другой скорости. Конкуренция не исчезла — она ускорилась. И в этой гонке нейросеть не лотерейный билет. Это инструмент, который позволяет делать быстрее то, что вы и так умеете делать. Анализировать. Принимать решения. Создавать контент. Строить стратегии. Быстрее означает раньше конкурента. Раньше означает больше возможностей.

Здесь есть одно условие, которое большинство игнорирует.

Нейросеть масштабирует то, что уже есть. Если в бизнесе

порядок — она ускорит порядок. Если бардак — она ускорит бардак. Никакой искусственный интеллект не заменит выстроенные процессы, понятные задачи и людей, которые знают что делают.

Поверхностный вопрос даёт поверхностный ответ. Глубокий вопрос открывает другую плоскость. Это не метафора. Это механика. И именно здесь большинство теряет 80% потенциала инструмента.

Почти 20 лет в маркетинге. 859 кейсов с реальными клиентами. Я видел, как один и тот же инструмент одних поднимает, других топит. Разница не в инструменте. Разница в голове, которая его держит.

Эта книга не про нейросети. Она про то, как думать и действовать в мире, где инструменты стали доступны всем. Доступ у всех одинаковый. Побеждает не тот, у кого подписка дороже. Побеждает тот, кто задаёт правильные вопросы. Кто навёл порядок до того, как нажал кнопку. Кто использует скорость инструмента, а не прячется за него.

Начнём.

Глава 1. Почему ИИ не работает у большинства

Все попробовали. Большинство разочаровались.

Посмотрите вокруг. В каждом втором посте про бизнес — нейросети. На каждой конференции — доклад про ChatGPT. В каждом офисе — хотя бы один человек, который уже всё это протестировал. И при этом большинство компаний работают ровно так же, как работали два года назад. Без роста. Без ускорения. С теми же проблемами.

Почему?

Потому что ИИ продали как революцию. А купили как таблетку. Выпил — и всё прошло. Конкуренты позади. Клиенты идут. Деньги растут. Но таблетка не сработала. И теперь те же люди говорят: мы попробовали, нам не подошло.

У меня почти двадцать лет в маркетинге и 859 кейсов с реальными клиентами. Я наблюдал три волны технологического энтузиазма — появление социальных сетей, мобильный маркетинг и теперь ИИ. Каждый раз паттерн одинаковый: инструмент настоящий, ожидания нереальные, разочарование предсказуемое.

Но есть кое-что, что отличает нынешнюю волну от предыдущих. ИИ — это первый инструмент, который реально меняет соотношение скорости и качества в интеллектуальном

труде. Написать стратегию. Проанализировать конкурентов. Сгенерировать варианты текста. Разобрать отзывы клиентов. Всё это ускоряется в пять, десять, иногда двадцать раз.

И именно поэтому цена неправильного применения — выше, чем когда-либо прежде. Если вы ускорили не то — вы быстрее движетесь не туда.

Разберём, где именно ломается большинство. Шесть ошибок, которые воспроизводятся снова и снова — в агентствах, корпорациях, стартапах и образовательных центрах.

Цифры, которые никто не хочет слышать

MIT Sloan Management Review, 2024: 300+ реальных внедрений ИИ — 95% дали нулевую отдачу на инвестиции.

RAND Corporation, 2024: более 80% ИИ-проектов проваливаются — вдвое хуже обычных IT-проектов.

Gartner, 2026: 60% проектов без AI-ready данных будут закрыты до получения результата.

S&P Global, 2025: 42% компаний свернули большинство ИИ-инициатив.

Gartner, 2026: только 23% руководителей маркетинга фиксируют явное улучшение от ИИ.

Boston Consulting Group, 2024: разрыв в ROI в 4,5 раза между компаниями с упорядоченными процессами и без.

Это не пессимизм — это ориентиры. Если вы знаете, где ломается большинство, вы можете не ломаться там же.

Ошибка первая.

Автоматизировали не то

Представьте прожектор. Мощный, современный, дорогой. Вы включаете его в тёмной комнате, где царит полный беспорядок. Что вы увидите? Беспорядок. В высоком разрешении, в ярком свете, во всех деталях. Прожектор сработал отлично. Но легче от этого не стало.

Именно это происходит с большинством внедрений ИИ. Самая частая картина. Бизнес буксует. Продажи не растут. Клиенты уходят. Руководитель решает: надо автоматизировать. Берёт ИИ и автоматизирует операции — то, что под рукой. Отчёты генерируются за минуты. Контент выходит каждый день. Письма пишутся в три раза быстрее. Но продажи не растут. Клиенты продолжают уходить.

Потому что узкое место было не в операциях.

Оно было в стратегии. Или в продукте. Или в том, что никто в компании не понимал, кто целевой клиент и почему он вообще должен выбрать именно вас. ИИ ускорил не то. И теперь хаос происходит быстрее и в большем объёме.

Консультант Лилак Буллок провела аудит двенадцати провальных внедрений ИИ в 2024 году. Главный паттерн: через шесть недель после внедрения воркфлоу работает, а бизнес-метрика не двигается. Причина почти всегда одна — проблема была в стратегии или продажах, а автоматизиро-

вали операции.

В 2024 году я работал с digital-агентством из десяти человек. Руководитель потратил два месяца на внедрение ИИ в производство контента. Результат впечатлял: команда стала выпускать материалы в четыре раза быстрее. Но через квартал клиентов не прибавилось, выручка не выросла.

Почему? Узкое место было в продажах. Отдел продаж — один человек, сам руководитель, который тратил на активные продажи от силы час в день. ИИ ускорил производство, которое и так справлялось. Но в воронку почти никто не заходил.

► Прежде чем автоматизировать — найдите реальное узкое место. Не то, что кажется узким. То, где замедление больше всего бьёт по бизнес-результату.

Три вопроса для поиска узкого места

—
Если бы прямо сейчас у вас было вдвое больше входящих лидов — ваша команда справилась бы без потери качества? Если нет — узкое место в производстве или доставке.

—
Если бы ваша команда работала вдвое быстрее — продажи выросли бы? Если нет — узкое место в маркетинге или воронке.

—
Если бы стоимость привлечения клиента упала вдвое —

вы смогли бы масштабировать бизнес? Если нет — узкое место в продукте или экономике.

Ошибка вторая. ИИ на хаос

Небольшая анимационная студия. Историю разобрал Digiday в 2024 году. Основатель поверил в ИИ как в спасение бизнеса. Внедрил генеративные инструменты везде: ИИ-войсоверы, ИИ-изображения, ИИ-тексты для блога. Быстро. Дёшево. Масштабируемо.

Через несколько месяцев студия ушла в банкротство.

ИИ-войсоверы убрали живую энергию из ключевого этапа производства. Блог начал цитировать несуществующие исследования. Компания, которая продавала умение объяснять сложное достоверно, публиковала красиво оформленную бессмыслицу. Несколько клиентов заметили. Написали публично. Репутация рухнула.

Это не история про плохой ИИ. Это история про то, что происходит, когда мощный инструмент накладывают на неподготовленную основу.

По данным Gartner за 2026 год, 64% компаний, развернувших ИИ-агентов в продуктивной среде, столкнулись хотя бы с одним значимым сбоем в первый год. Вирусный инцидент с ИИ-чатботом обходится в 10 миллионов долларов и выше.

Мусор на входе даёт мусор на выходе. С ИИ это правило работает с одним опасным дополнением: мусор на выходе теперь выглядит профессионально. Он оформлен. Структу-

рирован. Написан без ошибок. Его легко принять за правду.

► **Прежде чем включить ИИ в процесс — убедитесь, что процесс описан, стандарт качества зафиксирован, а человек с правом проверки назначен. Иначе вы ускоряете не работу, а ошибки.**

Ошибка третья. Ценообразование не перестроили до ускорения

Агентство внедряет ИИ. Производительность вырастает. Крупнейший клиент замечает, что работа делается быстрее, и задаёт логичный вопрос: если вы теперь тратите меньше времени, почему я плачу столько же?

В аудите Лилак Буллок одно из агентств утроило выпуск контента после внедрения ИИ. Через квартал крупнейший клиент попросил снизить ретейнер. Выручка упала на 30%.

По данным Gartner за 2026 год, 38% американских digital-агентств уже перешли хотя бы на одном направлении с почасовой оплаты на оплату за результат. Ещё 29% получают прямое давление от клиентов со ссылкой на ИИ-производительность.

► **Переходите на value-based pricing до того, как ускорились. Не после. Клиент, который уже видел вашу скорость, будет использовать её как аргумент для снижения цены.**

Ошибка четвёртая. Нет экспертизы — нет результата

Нейросеть не научит вас маркетингу. Она усилит то, что уже есть в голове. Если есть знания — умножит их в десять раз. Если знаний нет — умножит незнание. И выдаст его красиво оформленным, уверенным тоном.

По данным 2026 года: только 17% маркетологов получили специализированное обучение работе с ИИ. 32% не получили никакого обучения вообще. Организации, которые инвестировали в обучение до внедрения, фиксируют успех проектов на 43% чаще.

Маркетолог с опытом даёт задачу: «Проанализируй три главных страха клиента перед подписанием договора с агентством и напиши текст, который закрывает каждый из них». Получает инструмент продаж. Маркетолог без опыта пишет: «Напиши текст про моё агентство». Получает шаблон. Оба использовали один инструмент. Результаты из разных вселенных.

► **Инвестируйте в обучение до внедрения. Три часа изучения того, как правильно работать с ИИ в вашей задаче, дают больше, чем три месяца попыток угадать правильный запрос.**

Ошибка пятая. Коллекционирование вместо внедрения

Есть отдельная категория людей, которые не разочаровались в ИИ — потому что так и не дошли до результата, чтобы разочароваться.

Они коллекционируют. Новый инструмент, новый промпт, новая подписка. Тест, восторг, скриншот — следующий тест. Каждую неделю что-то новое. Движение есть. Прогресса нет.

По данным Martech Alliance 2025 года, средний маркетолог подписан на 7,3 ИИ-инструмента, но регулярно использует только 1,8. Четыре из пяти оплаченных инструментов — коллекция, а не рабочий стек. При этом только 23% руководителей маркетинга фиксируют явное улучшение кампаний от ИИ. Деньги утроились. Результат — у каждого четвёртого.

Возьмите чистый лист и ответьте честно: сколько ИИ-инструментов вы протестировали за последние двенадцать месяцев? Сколько из них встроены в регулярный рабочий процесс с измеримым результатом прямо сейчас? Разрыв между этими двумя числами — ваш коллекционный долг.

► Остановитесь. Выберите один процесс, который нужно улучшить. Выберите один инструмент. Дайте себе восемь недель на внедрение с измеримым резуль-

татом. Только после этого — следующий инструмент.

Ошибка шестая. Убрали человека из процесса

Агентство TechNetExperts из Касабланки попробовало автоматизировать письма клиентам. Один клиент написал в ответ: «Ваши письма стали как от службы поддержки банка». Эксперимент закрыли в ту же неделю.

Есть задачи, где ИИ работает как усилитель. И есть задачи, где присутствие живого человека — это и есть продукт. Там, где клиент платит за отношения, автоматизация отношений разрушает то, за что платят.

Gartner формулирует различие: люди в петле проверяют каждый результат перед тем, как он идёт дальше. Люди над петлёй наблюдают за паттернами системы в целом и выявляют аномалии. Ошибки ИИ накапливаются незаметно. Если никто не наблюдает за системой в целом — маленькие ошибки превращаются в большие операционные потери до того, как кто-то заметил.

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.