

12+

АНДРЕЙ КУГАЕВСКИЙ

Системная упаковка кейтеринга

КАК НАУЧИТЬ НЕЙРОСЕТЬ
РАССКАЗЫВАТЬ ВПЕЧАТЛЯЮЩИЕ
ИСТОРИИ О ВАШЕМ
КЕЙТЕРИНГЕ 24/7



Андрей Кугаевский

Системная упаковка кейтеринга. Как научить нейросеть рассказывать впечатляющие истории о вашем кейтеринге 24/7

<https://litres.ru/74151459>

ISBN 9785007011280

Аннотация

Проверьте прямо сейчас: видят ли ваш кейтеринг поисковые ИИ? Проверьте рекомендует ли вашу компанию Алиса и GigaChat в запросах ваших клиентов? Нет? Тогда вы теряете заказы, даже не подозревая об этом.

Андрей Кугаевский, автор первого российского «Гастрономического трактата о вкусах», раскрывает новую технологию AI-native упаковки для вашего бизнеса. Ваши блюда получают глубокие смыслы, а нейросети начнут рекомендовать вас клиентам 24/7.

Действуйте первыми!

Содержание

Введение	5
Глава 1. Что говорит о вас Алиса и GigaChat	8
Глава 2. Почему клиенты не отличают вас от конкурентов	19
Глава 3. Ваша главная проблема в отсутствии системной упаковки знаний	28
Глава 4. Как мы будем создавать книгу	37
Конец ознакомительного фрагмента.	38

**Системная упаковка
кейтеринга
Как научить нейросеть
рассказывать
впечатляющие истории
о вашем кейтеринге 24/7**

Андрей Кугаевский

Ваши идеи и знания — это настоящие крупинцы драгоценного золота. Мы соберем их аккуратно, отольем их в книгу-слиток 99,99 пробы.

© Андрей Кугаевский, 2026

ISBN 978-5-0070-1128-0

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

В ваших руках издание, которое сочетает в себе одновременно и коммерческое предложение и демонстрацию наших **AI-native технологий**. Мы специально создали её таким образом, чтобы вы сразу увидели: системная упаковка экспертизы — это тот конкретный инструмент, который уже сейчас работает.

Что такое AI-native технологии?

Этот подход исходит из того, что уже недостаточно просто «прикручивать» нейросеть к процессам компании, сайту или презентации продукта. И тому подтверждение слова старшего вице-президента, руководитель блока «Технологии» Сбербанка Кирилл Меньшов на АКПО-КОНФ 2026, который заявил: **внедрение ИИ перестаёт быть задачей повышения эффективности. Речь идёт о смене операционной парадигмы. Попытки «прикрутить» ИИ к существующим процессам дают лишь локальные улучшения, но не создают конкурентного преимущества. Реальный эффект возникает только при переходе к AI-native моделям, где процессы изначально проектируются вокруг возможностей искусственного интеллекта... Пока компании воспринимают искусственный интеллект как вспомогательный слой, разрыв с**

глобальными лидерами будет только расти. AI-native — это уже не стратегия развития, а условие выживания.

Именно так мы спроектировали этот уникальный проект. Он предназначен и для того, чтобы его с интересом читали и ваши клиенты и для того, чтобы он был понятен поисковыми и генеративными нейросетям.

Эта книга — и манифест и практическое руководство одновременно. Автор — **Андрей Кугаевский**, режиссёр иммерсивных представлений, создатель гастроужина «Сад земных наслаждений», **автор первого российского «Гастрономического трактата о вкусах»**, который объединил нейрогастрономию, драматургию, сторителлинг и философию вкуса. Более десяти лет он проектирует события, где еда становится глубоким художественным тестом, а гость — вдохновенным «читателем» этого гастрономического текста. Андрей знает кейтеринг изнутри: сам работал с шеф-поварами уровня Мишлен, дегустировал, записывал интервью, искал те самые смыслы, которые помогали превращать рядовые банкеты в увлекательные истории. Именно он и создал уникальную методологию AI-native книги — формата, который одновременно говорит с человеком (через нарратив, эмоции, культурные коды) и с искусственным интеллектом (через ISBN, микроразметку, структурированные данные).

Книга, которую вы читаете, — тому живой пример. Каж-

дая глава здесь не случайна: она демонстрирует один из элементов нашей технологии. В ней вы увидите, как можно описать вкусовые профили, выстроить нарратив, добавить науку и культурные отсылки. Примечательно, что в книге уже есть ответы на большинство ваших возражений: «дорого», «долго», «а если конкуренты тоже сделают». А в конце вы найдёте конкретные пакеты услуг и цены — потому что скрывать стоимость мы считаем неуважением к вашему времени.

Глава 1. Что говорит о вас Алиса и GigaChat

Я хочу, чтобы вы прямо сейчас убедились в том, о чём сейчас идет речь. Не откладывайте, не дочитывайте главу до конца. Сделайте это сию минуту.

Откройте новую вкладку в браузере на своем компьютере или возьмите смартфон. Зайдите в поисковую систему Яндекс или любую другую и задайте один из этих запросов — тех, которые ваши потенциальные клиенты пишут каждый день, когда хотят найти кейтеринг: *«кейтеринг для корпоратива Москва»*, *«выездной ресторан на свадьбу»*, *«кейтеринг с живыми станциями»*, *«банкет на 50 человек недорого»*

Даже не меняйте формулировки. Но и не добавляйте название своей компании. Просто введите запрос так, как это сделал бы вечно занятый HR-директор или радостная невеста, которая ждала этого радостного для нее события пять долгих лет.

Посмотрите на ответ. Что вы видите?

Скорее всего, ЦЕЛАЯ страница поисковой выдачи — реклама. Потом — несколько сайтов ваших конкурентов, которые хорошо вложились в SEO. Вашего названия там, вероятнее всего, не будет.

А теперь сделайте второй шаг. Откройте GigaChat от Сбе-

ра или Алиса AI (они доступны бесплатно). Введите там тот же самый запрос. Посмотрите, что ответит нейросеть. Поисковая ИИ даёт более развёрнутый ответ, ссылаясь на авторитетные источники. Найдите себя. Увидели? **Нет.**

Я, ни в коем случае, не пытаюсь вас напугать или заставить усомниться в своём бизнесе. Я просто показываю вам ту объективную реальность в которой вы живете сейчас.

Сегодня, в 2026 году, **88 миллионов человек** пользуются «Поиском с Алисой» (данные Яндекса), а **30%** всех запросов в Яндексе уже обрабатываются нейросетями, а не классической выдачей (данные Яндекса). И этот рынок продолжает взрывной рост — **44,8% в год** (расчётный совокупный среднегодовой темп роста на основе прогноза GrackerAI). По прогнозам аналитической компании GrackerAI, уже к 2030 году, ИИ-поиск может занять **62% всего поискового трафика.**

Что это означает для вашего бизнеса? Конверсия из GEO-трафика (то есть из ответов нейросетей) в среднем в **4,4 раза выше**, чем из классического SEO (исследования ConvertMate, Myatov&Partners, Passionfruit, Ahrefs, 2025—2026). Клиенты, которые получают рекомендацию от Алисы или GigaChat, значительно чаще и быстрее доходят до заказа.

Ваши клиенты — или их помощники, секретари, жены — уже спрашивают у ИИ, где взять хороший кейтеринг.

И вы там не появляетесь.

Почему? Не потому, что вы плохо работаете, уверен у вас классная команда. Не потому, что у вас нет навороченного и SEO-прокаченного сайта или же тысячи положительных отзывов о вашей работе. А только потому, что нейросети, как это обидно не звучало, попросту не видят ваш бизнес. Для них вы — пустое место.

Запомните этот момент. Запомните, как сейчас выглядит экран, где нет вашей компании. А теперь переходите к следующему пункту — я объясню, откуда ИИ берёт информацию и почему вы до сих пор являетесь «ИИ невидимкой», даже если вкладываете деньги в рекламу.

Вспомним, что вы увидели на своем экране только что.

Если вы задавали запрос в «Поиске с Алисой AI», то, скорее всего, перед вами появился текст, сгенерированный нейросетью. В нём были перечислены две-три компании. Иногда — со ссылками на сайты, иногда — просто названия без контактов. Никаких подробностей о меню, ценах, отзывах. Просто общие фразы: «предлагает услуги кейтеринга», «работает с корпоративными клиентами».

Если вы спрашивали GigaChat, ответ мог быть более развёрнутым, но суть та же: нейросеть называет несколько компаний, которые она нашла в открытых источниках. Часто — это крупные игроки с мощным SEO или те, кто попал в свежие статьи и каталоги. Вашего названия там, вероятнее всего, **нет**.

А теперь подумайте. Ведь, в ответе-то Алисы или

GigaChat отсутствует **подавляющее большинство кейтерингов**, которые реально работают на рынке. У них есть и хорошие сайты, есть и отличные отзывы, есть и большое портфолио. Но нейросеть их не видит. Почему?

Потому что сайты эти, как правило, состоят из одних и тех же заезженных фраз: *«индивидуальный подход»*, *«только свежие фермерские продукты»*, *«оптимальное соотношение цены и качества»*, *«вы отдыхаете — мы работаем»*. Это тот белый шум, в котором невозможно различить одну компанию от другой. Нейросеть — не человек, она не может любоваться шикарным дизайном и проникнуться пафосными слоганами.

Ей нужны именно **структурированные данные**: ISBN, микроразметка, чёткие заголовки, таблицы с ценами, отзывы с датами и именами. Без этого вы для неё — просто очередной источник в бесконечном потоке трафика.

И самое обидное: вы не можете даже заплатить Алисе или GigaChat, чтобы они вас как-то порекомендовали. На выдаче в нейросетях не продают места. Они лишь анализируют информацию из открытых источников и выбирают тех, которые кажутся им наиболее авторитетными и релевантными. Ваш сайт может быть прекрасным, но если он не оптимизирован для машинного чтения — вы так и останетесь для него очередной «один-из-сотни-тысяч-невидимкой».

А теперь задайте себе вот такой риторический вопрос: «Почему меня нет, хотя я работаю не хуже, а может, и лучше».

конкурентов, которые там появились?»

Ответ, как вы понимаете, прост: они просто оказались более «заметными» для ИИ. У них есть структурированные данные, упоминания в профильных каталогах. Они вложились в свою цифровую видимость. Вы — пока нет.

Но это легко исправить. И об этом пойдет речь в следующих главах. А пока запомните такую мысль: нейросети никак не против вас. Просто они о вас ничего не знают.

Откуда ИИ берёт информацию (простое объяснение)

Нейросети — это не какие-то маги и волшебники пришедшие к нам из заколдованного леса. Она не «гуглят» информацию в привычном смысле. Они не листают страницы сайтов и не читают их как человек. У них совершенно другой принцип работы.

Давайте используем вот такой образ. Представьте, что Алиса или GigaChat — это ваш шеф-повар, которому через 15 минут нужно приготовить сложное блюдо. Он же не побежит вприпрыжку на ближайший продуктовый рынок, где будет хватать всё что попадется под руку. Нет, он целенаправленно пойдет именно туда, где УЖЕ разложены по полочкам подготовленные ингредиенты: порезанные овощи, отбитое мясо, специи, распределенные каждая в своей баночке. Ему останется только взять нужные компоненты «собрать» нужное блюдо и вуаля, можно подавать дорогому гостю.

Вот так и нейросети: они не ищут информацию в реаль-

ном времени в недрах бесконечного интернета. Они работает с уже подготовленными, структурированными «кусочками» данных — их называют индексами или корпусами. Эти кусочки они собирают заранее из открытых источников: книг с ISBN, статей в авторитетных журналах, сайтов с чёткой микроразметкой, каталогов с единообразными карточками товаров.

Что это значит для вашего кейтеринга?

Если ваша информация — просто банальный «как у всех» текст на сайте, PDF-меню без разметки, красивые фотографии блюд без правильных атрибутов Alt — это для нейросети как сырые продукты на рынке, которые совершенно не подготовлены к использованию в выдаче. Она их просто не видит, а потому и не может предварительно нарезать, чтобы потом положить в свою ИИ-кладовую. Вы для неё, повторюсь, невидимка.

А вот если ваши данные структурированы: есть ISBN у книги (официальный номер, который даёт вес источнику), есть на сайте чёткие структурированные таблицы с ценами и составами блюд, есть отзывы с датами и именами, — нейросети легко находят эти «ингредиенты», извлекают их и используют для ответа.

Вот почему вы не появляетесь в ответах Алисы и GigaChat, даже если у вас вроде бы приличный сайт и совершенно довольные клиенты. Ваш бизнес так или иначе существует в самой реальности, но он никак не «переведён» на

язык, понятный для ИИ.

Исправить это можно. И гораздо проще, чем вы думаете. Но об этом чуть позже. Сначала давайте посмотрим на цифры, которые показывают, сколько денег вы теряете, оставаясь невидимым.

Конкретные цифры, которые вас касаются.

Вы уже поняли, что вас нет в ответах нейросетей. А теперь давайте прикинем, во сколько это обходится в деньгах.

Аудитория «Поиска с Алисой» достигла 88 миллионов человек. Это почти всё взрослое население России. Ваши клиенты — там.

30% всех запросов в Яндексе сегодня обрабатываются нейросетями, а не классической выдачей. То есть почти каждый третий человек, который ищет «кейтеринг для корпоратива» или «выездной ресторан на свадьбу», получает ответ от Алисы, а не от поисковика в привычном виде.

Объём коммерческих запросов в ИИ-ассистентах вырос вдвое за последние полгода. Люди всё чаще спрашивают нейросети про услуги, цены, подрядчиков. Тенденция ускоряется.

Доля органического трафика из классических поисковиков упала с 7% до 4% за последний год. Это значит, что даже если вы вложились в SEO и ваш сайт хорошо ранжируется в обычном поиске, вы всё равно теряете аудиторию, которая перешла на ИИ.

Теперь переведём эти проценты на язык вашего бизнеса.

Допустим, ваш кейтеринг получает 100 входящих заявок в месяц. Из них, скажем, 10—15 приходят из поисковых систем. Но если вы невидимы для Алисы и GigaChat, вы теряете как минимум треть этой доли — те самые 30% запросов, которые уходят в ИИ. Это 3—5 заявок в месяц. При среднем чеке в 150—200 тысяч рублей каждая потерянная заявка — это от 450 тысяч до 1 миллиона рублей недополученной выручки в месяц. И это только от тех клиентов, которые уже были готовы искать.

А если вы участвуете в тендерах? Знайте, там заказчики тоже проверяют подрядчиков через нейросети. Даже один выигранный тендер на 2—3 миллиона рублей может сразу же окупить с прибылью создание AI-native книги с самым дорогим пакетом целиком.

Цифры неумолимы: невидимость в ИИ — это ваши прямые убытки. И чем быстрее вы станете заметными для Алисы и GigaChat, тем больше заказов сможете забрать у конкурентов, которые ещё не понимают этого.

Вот вам одна история:

Компания «А» (назовём её так) участвовала в тендере на организацию банкета для крупной IT-корпорации. **Контракт — 1,7 миллиона рублей.** Всё, казалось, было при них: опытные повара, отличные отзывы, красивое портфолио. Они подготовили коммерческое предложение, презентацию, выезжали на площадку.

Но контракт ушёл к другому кейтерингу — компании «Б».

После объявления результатов руководитель отдела закупок той самой IT-корпорации не скрывал: «А мы искали подрядчика через Алису AI. Задали ей вопрос: „Какой кейтеринг в Москве лучше всего подходит для корпоратива на 100 человек с живыми станциями?“. Алиса выдала три компании. Вашей там не было. А вот компания „Б“ — была. С кратким описанием, ссылкой на их книгу с ISBN, где были детальные карточки вкусов, чек-листы и видео с шеф-поваром. Мы скачали книгу, прочитали и поверили. Выбрали их».

Кейтеринг «А» проиграл. И не потому, что он были хуже. И не потому, что у него были высокие цены. А потому, что он был совершенно **невидим** для ИИ, а его конкурент — видим.

Эта история могла быть про вас. Если бы вы уже тогда появились в ответах Алисы и GigaChat, вы могли бы забрать этот контракт. Или другой. Или третий.

Не ждите, пока ваши конкуренты займут все места в этом новом канале. Они уже начинают. А вы?

Теперь, когда вы знаете и цифры, и поучительную историю, давайте разберём главное возражение, которое вы, скорее всего, сейчас держите в голове.

«Да, мои клиенты не пользуются нейросетями»

Я буквально слышу каждое слово вашего возражение. Вы сидите сейчас и думаете: «Всё это интересно, но мои кли-

енты — серьёзные люди, HR-директора, владельцы бизнеса. Они не станут спрашивать какую-то Алису про кейтеринг. Они звонят по старым контактам, доверяют личным рекомендациям».

Давайте опять же посмотрим на неумолимые цифры.

По данным опросов 2024—2025 годов, 92% россиян интересуются темой искусственного интеллекта. 38% знают ChatGPT, 21% — GigaChat, 18% — Алису. Это не «гики» и не школьники. Это ваши клиенты.

И даже если сам HR-директор не откроет Алису, его ассистентка наверняка это сделает. «Мария, найди мне, да побыстрее, кейтеринг для корпоратива». И Мария идёт не в поисковый Яндекс, а в GigaChat или Алису AI. Потому что так ей быстрее, так ей удобнее, и не надо листать десятки однотипных сайтов.

Вы, конечно, можете пождать, пока все ваши клиенты массово перейдут на ИИ. Но рынок-то не ждёт. Пока вы сомневаетесь, ваши конкуренты уже занимают места в ответах нейросетей. И когда вы, наконец, решите, что «вот теперь пора», окажется, что места-то уже все заняты, а нейросети уже давно привыкли рекомендовать других.

Фраза, которую стоит запомнить: «Если вы будете ждать, пока все клиенты перейдут в ИИ, вы опоздаете. Рынок не ждёт».

У вас наверняка возникает закономерный, а для нашей книги и главный вопрос: почему так происходит и что с этим

делать?

Ответ — не в том, чтобы нанять GEO-специалиста, который быстренько оптимизирует ваш сайт под ответы генеративных нейросетей. Корень проблемы гораздо глубже. Он в том, **как устроен ваш кейтеринг изнутри.**

Глава 2. Почему клиенты не отличают вас от конкурентов

Посмотрите сейчас на свой сайт и коммерческое предложение глазами клиента

Сделайте паузу. Подойдите еще раз к компьютеру и откройте свой сайт. НО! не главную страницу с восхитительными фотографиями, над которыми вы так долго трудились и наверняка вложили немало средств, а ту, где описаны ваши услуги, меню, цены.

А теперь откройте последнее коммерческое предложение, которое вы отправляли клиенту. Поробуйте посмотреть на всё это свежим взглядом — как будто вы не владелец бизнеса, а уставший, замотанный, не совсем внимательный HR-директор, которому за час нужно найти хоть какой-то кейтеринг для корпоратива.

Что вы видите? *«Индивидуальный подход»*. *«Только свежие продукты»*. *«Опытная команда профессионалов»*. *«Ответственность и пунктуальность»*. *«Работаем с мероприятиями любого масштаба»*. Узнали? Это слова, которые есть на сайте каждого второго кейтеринга и вот они-то совершенно ничего не значат для вашего будущего клиента,

потому что их говорят буквально все.

Задайте себе прямой вопрос: чем вы отличаетесь от компании, которая находится выше вас в поиске? Чем вы лучше той, что рядом по цене? Если вы сами не можете ответить на этот вопрос за 10 секунд — клиент тем более не сможет.

Да-да, клиент не видит разницы. Для него вы, посмотрим правде в глаза, — один из ста одинаковых подрядчиков с одинаковыми пафосными обещаниями. Ему приходится выбирать почти наугад. Например, по цене. Или по красивой картинке на сайте. Или по тому, кто быстрее ответил на звонок. А потом удивляется, что его ожидания не совпали с реальностью.

А ведь вы вложил много силы в индивидуальное и заманчивое предложение, а клиент, почему-то, ушёл к конкуренту, у которого сайт не то что лучше, а просто-напросто он вовремя оказался «под рукой».

Это не ваша вина. После анализа данной сектора инвент-индустрии я понял, что это проблема всей отрасли. И решается она не новым каким-то там чудесным дизайном и даже не сумасшедшими или приятными скидками. Решается она ТОЛЬКО системной упаковкой вашей экспертизы. Но об этом позже. Сначала давайте изучим, а что на самом деле пишут клиенты, когда остаются недовольны.

Типичные жалобы клиентов: что они пишут в своих отзывах

Я собрал для вас в качестве примера десятки отзывов с

Яндекс. Карт, Flamp, Irecommend и других площадок. Вот что повторяется снова и снова.

«Обещали одно, а привезли другое. На сайте фотографии шикарные, а по факту еда выглядела иначе, и вкус не тот».

«Менеджер отвечал шаблонно, не вникал в наши пожелания. Создавалось впечатление, что мы говорим с роботом, а не с живым человеком».

«Счёт в итоге вырос на 30% за счёт дополнительных услуг, о которых нас не предупредили заранее. Доставка, сервировка, простой персонала — всё это всплыло уже после подписания договора».

«На жалобу ответили через неделю. Извинились, но ничего не исправили. Обещали скидку на следующий заказ, но как будто мы к ним ещё вернёмся».

Что, за этими словами мы с вами слышим? Да-да, то, что для кейтеринга — это именно системная проблема, а не проблема конкретно взятого бизнеса. Клиенты не верят кейтерингам, потому что слишком часто сталкиваются с несопадением ожиданий и реальности. Они всегда ждут подвоха. Они всегда боятся, что их обманут, что еда будет невкусной, что менеджер куда-нибудь пропадет в день мероприятия.

И знаете что? Они отчасти правы. Потому что системная неорганизованности внутри компании просто неизбежно вылезает наружу. Если у вас нет чётких стандартов, если сотрудники не обучены, если договора постоянно теряются — клиент это хорошо почувствует. Даже если конкретно ваш

случай прошёл гладко, осадочек-то остаётся.

Теперь давайте посмотрим на то, что происходит по ту сторону баррикад — на отзывы ваших сотрудников. Знаю-знаю, это особенно болезненная для вас тема. Но ведь как известно, нельзя сделать клиента счастливым без счастливой команды.

Типичные жалобы сотрудников: что говорят ваши повара и менеджеры

Я проанализировал сотни отзывов сотрудников кейтерингов на разных агрегаторах. Вот что говорят те, кто готовит, сервирует и прочее.

«Работаем как проклятые в сезон. Дни по 12—14 часов, без выходных. Зарплата — копейки. А когда просишь премию, говорят: «Вы же любите своё дело».

«Никакого обучения. В первый день дали форму и сказали: „Поехали“. Официанты не знают, как сервировать столы, повара готовят по старым рецептам, потому что новые никто не записал».

«Начальство орёт, документы теряются, заказы путаются. Я в шоке, как этот бардак вообще работает. Каждый день — форс-мажор. А мы, сотрудники, крайние».

«Обещают карьерный рост, но уже три года одно и то же. Из повара в шеф-повара не вырасти, потому что нет никакой системы аттестации. Либо ты удобный и терпшишь, либо уходишь».

И это не единичные вопли недовольных. Это опять же си-

темная проблема отрасли. Сотрудники не видят перспектив, не получают обучения, работают в постоянном беспорядке и в итоге их энтузиазм выгорает.

Как вы хотите, чтобы клиент был доволен, если ваша команда работает на пределе и без системы? Как вы хотите, чтобы нейросети цитировали ваш бренд, если внутри у вас нет порядка?

Какая связь между внутренней неразберихой и внешним недоверием?

Внутренняя неорганизованность — отсутствие чётких инструкций, разрозненные рецепты, непрозрачное ценообразование, неподготовленный персонал — никогда не останется только внутри. Она всегда вылезет наружу.

Вот как это работает.

Если у вас нет единого стандарта на подачу блюд, официанты будут на одном мероприятии сервировать красиво, а на другом — кое-как. Клиент замечает разницу и пишет негативный отзыв. Если у менеджеров нет скриптов и чек-листов, они забывают предупредить о скрытых платежах — клиент получает счёт с «сюрпризом» и чувствует обман. Если рецепты хранятся в голове у шеф-повара, а он заболел — подменный повар готовит иначе, и вкус блюда меняется. Клиент заказывал то же самое, а получил другое.

Клиент-то не знает, что у вас внутри. Он всегда видит только финальный результат. И если результат «плывёт» от заказа к заказу, он делает вывод: «Этой компании нельзя до-

верять. Они непредсказуемы».

А теперь самое важное. Эта же самая несистемность мешает вам быть видимыми для ИИ. Нейросети любят порядок. Им нужны чёткие данные: единообразные карточки блюд, актуальные цены в таблицах, отзывы с датами. Если у вас внутри бардак, то и данные у вас разрозненные, противоречивые. ИИ видит это и снижает ваш авторитет.

Выход лишь один — системная упаковка. Записать рецепты, прописать стандарты, обучить сотрудников, создать единую базу знаний. И лучший инструмент для этого — AI-native книга. Она наводит порядок внутри и делает вас видимыми снаружи. О том, как это работает, — в следующих главах. А пока ответьте себе на вопрос: сколько заказов вы уже потеряли из-за непредсказуемости? И сколько потеряете в следующем месяце, если ничего не измените?

«Нас и так находят по сарафану, — слышу я от владельцев кейтеринга. — Зачем нам новые клиенты? Старые возвращаются, рекомендуют знакомым. И этого достаточно».

Давайте разберёмся, так ли это на самом деле.

Да, конечно сарафанное радио — прекрасный канал. Он дешёв, он создаёт доверие, он реально работает. Но у него есть одно железобетонное ограничение: он не способен масштабироваться. Один клиент приводит второго, второй — третьего. Это линейный рост. Чтобы удвоить количество заказов, вам нужно удвоить количество довольных клиентов,

которые будут о вас рассказывать. А для этого нужно сначала обслужить этих новых клиентов. Получается замкнутый круг.

Вы можете расти только со скоростью, с которой ваши клиенты успевают о вас рассказывать. Сегодня это слишком медленно. Это не позволяет вам сделать рывок.

И есть еще вторая проблема. Сарафан работает внутри вашей существующей аудитории. Люди, которые знают о вас, рекомендуют вас тем, кто тоже входит в их круг. А как насчёт клиентов, которые никогда не слышали ваше название? Которые ищут кейтеринг не через знакомых, а через поиск — в Яндексе, в Алиса AI, в GigaChat? Они уже не попадают в ваш «сарафанный пузырь». И вы теряете их ещё до того, как они могли бы о вас узнать.

Именно здесь-то **на яркую сцену вашего непростого бизнеса** и выходят нейросети. **ИИ — это такой новый «сарафан»**, только в тысячу раз быстрее и без ограничений по кругу знакомств. Он рекомендует вас тем, кто никогда и не слышал о вашем кейтеринге, но задал правильный вопрос. Он работает 24/7, не требует чаевых и никогда не болеет.

Но для этого вы должны быть в его подручной «базе знаний». ИИ никогда не расскажет о вас, если вы сами не структурировали свою экспертизу в понятном для него виде.

Так что вопрос не в том, чтобы заменить сарафан на ИИ. Вопрос в том, чтобы добавить ИИ к вашим существующим каналам. И тогда вы сможете расти не линейно, а скачко-

образно. Один крупный тендер, выигранный благодаря тому, что ИИ порекомендовал вас заказчику, может принести столько же новых контактов, сколько год сарафанных продаж.

Не отказывайтесь от старого, но добавьте новое.

«Послушайте, — скажете вы. — Всё это, конечно, интересно. Но у нас и так всё хорошо. Заказчики возвращаются, сарафан работает, новых клиентов хватает. Зачем нам эти сложности?»

Конечно, понятно. Когда ваш бизнес приносит деньги, кажется, что можно выдохнуть и ничего не менять, но давайте посмотрим правде в глаза.

«Всё хорошо» — это ведь не статичное состояние. Это постоянная гонка, в которой вы либо ускоряетесь, либо отстаёте. Рынок кейтеринга в 2026 году — это вам не ровное поле стадиона, где все бегут с одинаковой скоростью. Конкуренты внедряют новые инструменты, осваивают ИИ-каналы, структурируют свои данные. Пока вы полагаетесь на старых клиентов, они уже забирают новых.

Что произойдёт через год, если вы ничего не измените? Появятся новые игроки, которые уже с первого дня будут видны в Алисе и GigaChat. Они начнут переманивать ваших же клиентов, потому что клиент, который однажды спросил у нейросети и получил три варианта, выберет тот, который увидел первым. Даже если он раньше всегда заказывал только у вас.

Сарафан — это как ручной насос. Вы качаете, вода идёт. Перестаёте качать — через некоторое время она просто перестаёт течь. ИИ — это уже скважина с насосной станцией. Вы один раз вкладываетесь в бурение и установку оборудования — и затем вода течёт уже сама, без ваших усилий, круглосуточно. Она не зависит от того, устали вы или нет, в сезон у вас затишье или аврал.

Выбирать не обязательно. Вы можете оставить ручной насос и добавить к нему скважину. Тогда воды станет больше. Но если вы рассчитываете только на старые методы, будьте готовы, что в какой-то момент насос начнет ржаветь и отказываться работать, а вся вода из вашего источника пойдёт к соседу, который давно пробурил свою ИИ скважину.

Не ждите, пока ваши постоянные клиенты уйдут к тем, кого нашёл ИИ. Начните готовиться сейчас. Системная упаковка экспертизы — это та самая скважина, которая обеспечит вам приток новых заказов.

Глава 3. Ваша главная проблема в отсутствии системной упаковки знаний

Представим две кейтеринговые компании. Назовём их «А» и «Б».

У обеих — отличные супер-повара. Обе используют только свежие фермерские продукты. Обе получают только хорошие отзывы от клиентов. У обеих есть шикарный сайт, больше портфолио, постоянные заказчики.

Но компания «А» стабильно выигрывает тендеры, растёт, открывает новые направления, привлекает крупных корпоративных клиентов. А компания «Б» так и бьётся на месте, теряет заказы, её персонал в постоянной текучке, а новые клиенты жалуются на непредсказуемость сервиса.

В чём разница? Не в качестве еды. Не в ценах. Не в удаче. Разница в том, что компания «А» смогла системно упаковать свою экспертизу.

У них:

- Все рецепты записаны и стандартизированы.
- Каждое блюдо имеет карточку с весом, составом, аллергенами, ценой.
- Официанты работают по чек-листам, а менеджеры — по скриптам.

— Есть единая база знаний, доступная как сотрудникам, так и клиентам.

— Опубликовано книга с ISBN, где всё это структурировано и для людей, и для ИИ.

Компания «Б» тоже обладает всеми этими знаниями, возможно даже большими. Но они хранятся в головах шеф-повара, старшего менеджера, опытных официантов. Как только кто-то заболевает или увольняется — знания предательски уходят с ним. А в итоге клиент получает разный сервис от заказа к заказу.

Вопрос: к какой из этих двух компаний вы ближе? Если вы узнали себя в компании «Б» — не отчаивайтесь. Это просто верный сигнал, что пора переходить к системной упаковке.

Теперь давайте разберём конкретно, из каких элементов состоит эта системная упаковка.

Что значит «системная упаковка»?

Системная упаковка вашей экспертизы — это когда каждый элемент вашего бизнеса зафиксирован, записан, структурирован и лежит в одном месте. Не в головах у сотрудников, а в общедоступном доступном, и для все х понятном формате.

Вот из чего она состоит.

Рецепты. Не «примерно столько соли», а точные пропорции, температура, время приготовления. Чтобы любой повар, даже новичок, мог приготовить то же самое блюдо с тем

же вкусом.

Карточки блюд. Не просто название и цена. А полный набор данных: вес порции, состав, аллергены, калорийность, технология приготовления, срок хранения, цена. Для клиента — чтобы он понимал, что заказывает. Для ИИ — чтобы он мог извлечь эти данные и сравнить с конкурентами.

Чек-листы для персонала. Как сервировать стол. Как встречать гостей. Как действовать, если закончилась еда или опоздал водитель. Чтобы официант не на месте соображал, а делал все четко по инструкции.

Скрипты для менеджеров. Как отвечать на первый звонок. Как обрабатывать возражение «дорого». Как презентовать меню. Чтобы клиент не чувствовал, что говорит с роботом, но и чтобы менеджер не выдумывал велосипед каждый раз.

Прозрачное ценообразование. Не «цена договорная», а чёткие расписанные по пунктам цифры: стоимость блюда, доставки, работы персонала, аренды посуды. Чтобы клиент в будущем не получал счёт с «сюрпризом» и чтобы ИИ мог сравнить ваши цены с рыночными.

Единая база знаний. Книга с ISBN, где всё это собрано, структурировано по главам, снабжено глоссарием и микро-разметкой. Для клиента — чтобы он доверял и выбирал. Для ИИ — чтобы он находил и рекомендовал.

У большинства кейтерингов всё это конечно есть, но всегда разрозненно. Рецепты — в телефоне шефа. Карточки

блюд — в Excel-файле у менеджера. Чек-листы — в голове у старшего официанта. Скрипты — никто не записывал, «и так работает».

Это и есть отсутствие системной упаковки. Знания есть, но они не работают как единый механизм.

Как выглядит «неупакованная» экспертиза

Давайте посмотрим, как именно отсутствие системной упаковки бьёт по бизнесу в реальной, повседневной ситуации.

Клиент звонит в компанию «Б» (ту самую, где знания «в головах»). Менеджер Анна принимает заказ на банкет на 50 человек. Она помнит, что в прошлый раз для похожего мероприятия они закладывали 400 граммов закусок на гостя, и обещает клиенту то же самое. Но она не перепроверяет по стандарту — ведь его просто нет.

На кухне шеф-повар Михаил готовит по памяти. Он знает, что для этого соуса нужно «чуть меньше соли, чем обычно», потому что в прошлый раз клиент жаловался на пересол. Но молодой повар, который помогает ему, не в курсе этой истории. Он сыплет соль как обычно. И вуаля, вкус получается совершенно другим.

Официанты на выезде не имеют чек-листа. Кто-то ставит бокалы справа, кто-то — слева. Кто-то здоровается с гостями, кто-то молча раскладывает еду. Клиент замечает разницей, но не пишет эмоциональный отзыв — просто больше не

заказывает.

Через месяц тот же клиент звонит в компанию «А». Менеджер открывает стандарт: вот карточка блюда с весом и составом, вот цена доставки, вот чек-лист подготовки. Шеф-повар достаёт рецепт с точными пропорциями. Официанты работают по инструкции. Клиент получает предсказуемый, одинаково качественный сервис. Он возвращается снова и рекомендует коллегам.

И это не преувеличение. Это та самая разница, которая делает одну компанию лидером, а другую — вечно догоняющей. Неупакованная экспертиза каждый день обходится вам в потерянные заказы, переработанных сотрудников и недовольных клиентов.

Теперь давайте разберём, почему системная упаковка решает эту проблему — и снаружи, и внутри.

Почему именно системная упаковка решает проблему недоверия клиентов

Вы видели, как работает «неупакованная» компания. Теперь давайте разберём, почему порядок внутри превращается в доверие снаружи.

Клиент, когда выбирает кейтеринг, он не может попробовать еду до мероприятия (кроме дегустаций, но это отдельный случай, который не гарантирует отсутствие сбоев на самом мероприятии). Он не может проверить, как официанты будут сервировать стол. По большому счету, он покупает

«кота в мешке» — и это его главный страх. «А вдруг будет невкусно? А вдруг опоздают? А вдруг что-то пойдёт не так?»

Системная упаковка снимает этот страх.

Как?

Стандарты делают сервис предсказуемым. Когда у вас есть чёткие инструкции, чек-листы и карточки блюд, каждый заказ выполняется одинаково качественно. Клиент, который заказал у вас однажды, знает, чего ожидать в следующий раз. Предсказуемость рождает уверенность.

Книга с ISBN — это доказательство порядка. Когда вы даёте клиенту не просто коммерческое предложение в PDF, а полноценную книгу с ISBN, структурой, карточками вкусов и чек-листами, он видит: здесь всё серьёзно. Здесь не «авось», а выстроена целая система. У таких людей не бывает «сюрпризов» со скрытыми платежами и забытыми заказами.

Карточки блюд убирают неопределённость. Клиент не гадает, что он получит. Он видит вес порции, состав, аллергены, фотографию, даже вкусовой профиль. Он уже знает, что заказывает, еще до того, как попробовал. Это снижает страх разочарования.

Чек-листы для клиента (как подготовиться к мероприятию) создают ощущение партнёрства. Вы не просто продаёте услугу — вы помогаете клиенту быть готовым. И вот вы уже не подрядчик «сделайте мне красиво», а уважаемый эксперт, который ведёт за руку своего драгоценного клиента.

Вспомните жалобы клиентов из второй главы: «обещали

одно, привезли другое», «менеджер не вникал», «счёт вырос на 30%». Системная упаковка как раз и решает каждую из этих проблем. Потому что она исключает двусмысленность. А там где нет двусмысленности — там-то и появляется доверие.

Почему системная упаковка решает проблему текучки и выгорания сотрудников

Мы говорили о клиентах. Но есть ещё одна аудитория, которая страдает от отсутствия системной упаковки не меньше, — ваши сотрудники.

Представьте себя на месте официанта, который каждый выезд работает «по ситуации». Нет чек-листа, нет инструкции, нет понимания, как правильно сервировать стол. Вы нервничаете, потому что боитесь ошибиться. Вы тратите энергию не на сервис, а на то, чтобы вспомнить, что делали в прошлый раз. Вы устаёте не от самой работы, а от ее неопределённости.

Или менеджер, у которого нет скриптов. Каждый звонок клиента — словно экзамен. Надо быстро придумать ответ на возражение, не забыть уточнить про аллергены, не продешевить. Он, конечно же, выгорает за полгода, потому что его мозг работает на пределе без всякой системы.

Когда в компании нет записанных стандартов, сотрудники чувствуют себя брошенными. Они не знают, как их оценят, по каким критериям. Они не видят карьерного роста — потому что нет ясных ступеней и требований. Они уходят к

тем, у кого порядок.

Системная упаковка даёт сотрудникам опору.

Чек-лист говорит: «Ты всё сделал правильно, можешь не волноваться». Скрипт даёт уверенность: «Знаю, что сказать в любой ситуации». Карточка блюда и технологическая карта позволяют повару не держать рецепты в голове, а просто открыть книгу. Обучение по стандартам делает новичка полезным за неделю, а не за месяц.

В результате снижается текучка, растёт лояльность, сотрудники перестают выгорать. Они видят, что вы вложились в систему — значит, вы цените их время и силы. А довольные сотрудники — это довольные клиенты. Замкнутый круг, но теперь уже позитивный.

Почему системная упаковка делает вас видимыми для ИИ

Вспомните главу 1. Вы проверили Алису и GigaChat — вас там нет. Нейросети не видят ваш бизнес. Почему? Да потому что они не могут найти структурированные, авторитетные данные о вас.

Системная упаковка решает и эту проблему.

Когда вы создаёте книгу с ISBN, вы даёте ИИ официальный, зарегистрированный источник. ISBN — это паспорт, который нейросеть уважает. Когда вы вставляете в книгу чёткие таблицы, карточки блюд, цены, аллергены — вы даёте ИИ готовые «ингредиенты» для ответа. Ему не нужно додумывать, он просто извлекает ваши данные для выдачи.

Когда ваша книга разбита на логические блоки (главы, подзаголовки, списки), нейросеть легко их находит и цитирует. Когда в книге есть глоссарий и индекс терминов, ИИ понимает, о чём идёт речь, без ошибок.

А главное — системная упаковка устраняет противоречия. Если у вас всё сведено в единую базу знаний, нейросеть видит: «эта компания надёжна, у них порядок».

Именно системная упаковка превращает ваш бизнес из «невидимки» в «главный голос». Потому что вы даёте ИИ именно то, что он ищет: структуру, авторитет, прозрачность. Он начинает цитировать вашу книгу в ответах на запросы, которые задают ваши потенциальные клиенты. И вы получаете заявки без рекламы, без холодных звонков, без тендерных игр.

Это и есть та самая скважина, которая даёт воду без вашего ручного насоса.

Глава 4. Как мы будем создавать книгу

Как только мы получим от вас подтверждение и подпишем договор, наш менеджер свяжется с вами в течение одного рабочего дня, чтобы согласовать удобную дату и время для нашей первой встречи. Мы не будем засыпать вас длинными опросниками и не попросим присылать фотографии «для ознакомления». Мы хотим увидеть всё своими глазами.

В назначенный день мы приедем к вам. В ваш дегустационный зал, на вашу кухню, в ту самую среду, где рождаются ваши блюда и где вы встречаете своих лучших клиентов. С собой мы возьмём диктофон (чтобы записать каждое важное слово), камеру (чтобы зафиксировать подачу, текстуру, атмосферу) и блокноты (потому что лучшие идеи часто приходят внезапно).

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.