

САВЕЛИЙ ОРЛОВ

НЕЙРОСЕТИ ДЛЯ СВОЕГО ДЕЛА

Один человек делает работу,
на которую нанимают троих

ЧТО ДЕЛЕГИРОВАТЬ ИИ	
ДЕЛАЮ САМ	ОТДАЮ ИИ
• стратегия • решения • креатив • контроль результата	• анализ данных • черновики текстов • ответы клиентам • рутина и шаблоны



Савелий Орлов

Нейросети для своего дела.

Малый бизнес без команды

Серия «Нейросети», книга 5

<https://litres.ru/74304232>

SelfPub; 2026

Аннотация

Половина десятого вечера. Вы дописываете коммерческое предложение, потому что днём были клиенты. Завтра — акты, послезавтра сайт, а пост в соцсетях висит третью неделю.

Вы начинали своё дело не для этого.

Работа делится на две части: та, ради которой вы всё затеяли, и та, что налипла сверху. Вторая съедает больше половины времени и делается плохо — не потому, что вы не умеете, а потому, что делаете её между делом, устав, второпях.

Эта книга — про то, как закрыть вторую часть в одиночку. Тексты, переписка с клиентами, документы, визуал, расчёты.

Здесь нет обещаний заработка, историй успеха и советов, требующих бюджета. Зато есть отдельная глава — вторая по счёту — о том, где этот инструмент теряет деньги: придуманный срок в предложении клиенту, неверная цифра в смете, машинный ответ в конфликте, логотип, который нельзя защитить.

Одно обещание: один человек делает работу, на которую обычно нанимают троих.

Содержание

Введение	5
Глава 1. Что реально автоматизируется, а что нет	11
Глава 2. Где ИИ теряет деньги	24
Конец ознакомительного фрагмента.	34

Нейросети для своего дела. Малый бизнес без команды

Введение

Вы и есть весь отдел

Половина девятого вечера. Клиенты закончились в семь, и вы наконец сели за коммерческое предложение, которое обещали ещё позавчера.

Перед этим надо ответить на четыре сообщения. И посмотреть, что там с актом для бухгалтера. И выложить хоть что-нибудь в соцсети, потому что последний пост висит третью неделю.

Само предложение вы напишете за сорок минут. Остальное — часа полтора. И это не считая того, что завтра то же самое.

Вы начинали это дело не для того, чтобы писать посты в половине десятого вечера.

Две части вашей работы

Работа человека, который работает на себя, делится на две неравные части.

Первая — то, ради чего всё затевалось. Вы делаете вещи, консультируете, лечите, чините, шьёте, готовите, снимаете. Это то, что вы умеете и что приносит деньги.

Вторая — всё, что налипло сверху. Тексты, переписка, документы, счета, аналитика, соцсети, сайт, ответы на одинаковые вопросы, коммерческие предложения, разбор чужих договоров.

В компании вторая часть распределена между людьми: маркетолог, менеджер, бухгалтер, юрист, копирайтер. У вас всё это — вы, между делом, в перерывах и по вечерам.

И вот главное, что об этом стоит сказать. Вторая часть съедает больше половины вашего времени, и делаете вы её плохо. Не потому, что не умеете, а потому, что делаете между делом, устав, второпях, без возможности сосредоточиться.

Это не упрёк. Это описание физики: невозможно хорошо писать текст в перерыве между двумя клиентами.

Что предлагает эта книга

Одно обещание, узкое и проверяемое:

Один человек делает работу, на которую обычно нанимают троих.

Не «бизнес на автопилоте». Не « $\times 10$ к выручке». Не «пассивный доход». Объём работы, который вы закрываете в одиночку, — вот единственная величина, которую эта книга обещает изменить.

Центральный тезис, из которого следует всё остальное:

Инструмент не заменяет сотрудников. Он снимает с вас ту часть работы, которую вы всё равно делали плохо, потому что делали её между делом.

Разница существенная. Заменять сотрудников он не умеет — и первая глава показывает, почему. А вот довести вторую часть вашей работы до приличного уровня при вдвое меньших затратах времени — умеет вполне.

Чего в этой книге нет

Скажу прямо, потому что тема забита обещаниями, и вы, открывая книгу с таким названием, вправе ждать подвоха.

Нет обещаний заработка. Ни цифр, ни процентов, ни

сроков окупаемости. Я не знаю ваш рынок и не буду делать вид.

Нет историй успеха. Ни моих, ни чужих. Кейс «как я вышел на миллион» ничего не говорит о том, что получится у вас, и все это понимают.

Нет советов, требующих бюджета. Всё, что описано в книге, работает на подписке за пару тысяч в месяц. Если совет требует денег, которых у микробизнеса нет, — это не совет, а реклама.

Нет рассуждений о будущем предпринимательства. Кого заменят, что изменится через пять лет. Не знаю.

И нет обещания, что станет легче. Легче не станет — освободившееся место в расписании заполняется быстрее, чем освобождается. Что с этим делать, разбирается в первой главе, и это важнее, чем кажется.

Чем эта книга отличается

Отдельная глава про то, где этот инструмент теряет деньги. Не оговорка в последнем абзаце, а вторая глава книги, с девятью конкретными сценариями потерь.

Она стоит второй намеренно. Прежде чем разбирать, что можно делегировать, стоит понимать, чем каждое делегирование может обернуться — потому что у вас нет отдела, который поймает ошибку, а черновик уходит прямо клиенту.

Денежная оптика вместо оптики удобства. Каждый

сценарий в книге оценивается не «удобнее или нет», а «дешевле или дороже, чем нанять человека». Это язык, на котором вы и так думаете.

Честность про потолок. Там, где нужен специалист, книга говорит: нужен специалист. Юрист, бухгалтер, дизайнер. Инструмент помогает сократить их время — это тоже деньги, но другого рода.

Как читать

Первые две главы — подряд и обязательно.

Первая даёт три критерия, по которым вы решите, что из вашей работы вообще стоит трогать, и научит считать экономию честно. Без неё остальные главы — список возможностей, из которых непонятно, какие ваши.

Вторая — про потери. Её пропускать нельзя: она определяет, где ставить проверки, а разница между теми, кто выигрывает от инструмента, и теми, кто теряет, ровно в этом.

Дальше — по своим задачам. Проверка идеи и разбор рынка. Тексты и контент. Визуал. Клиенты и переписка. Документы. Деньги и аналитика.

Девятая — про сборку личной системы из того, что вы к тому моменту освоите. К ней имеет смысл прийти, а не начинать с неё.

Десятая — тридцать готовых запросов. Держите под рукой.

Если времени мало: первая, вторая и та глава, которая ближе всего к вашей самой частой задаче.

Одно замечание перед началом

Всё, что описано в этой книге, предполагает, что вы читаете результат перед тем, как отправить его наружу.

Это единственное условие, без которого не работает ничего. Не потому, что я осторожничаю, а потому, что арифметика простая: сэкономленные сорок минут не стоят одного потерянного клиента.

Если вы к этому готовы — дальше по делу.

Глава 1. Что реально автоматизируется, а что нет

Ситуация

Вы прочитали, что нейросети экономят предпринимателю двадцать часов в неделю, и решили попробовать.

Первую неделю ощущение прекрасное: тексты пишутся за минуты, ответы клиентам готовы мгновенно, описания товаров генерируются пачками. Кажется, что вы наконец обогнали свой список дел.

Через месяц вы обнаруживаете, что работаете ровно столько же.

Часть времени ушла на проверку — потому что отправлять непроверенное оказалось нельзя. Часть на переделку того, что вышло не так. Часть на настройку инструментов, которыми вы потом не пользовались. А освободившиеся часы незаметно заполнились другой работой, которую вы раньше откладывали.

Двадцать часов не появились. Появилась занятость другого сорта.

Эта глава — про то, как считать до, а не после. Она первая, потому что без неё остальные девять превращаются в список

возможностей, из которых непонятно, какие ваши.

Три критерия

Задача пригодна к делегированию инструменту, если выполняются все три условия. Не два, а три.

1. Результат проверяется быстро

Вы должны уметь понять, годится результат или нет, за время заметно меньшее, чем ушло бы на самостоятельное выполнение.

Проходит: текст письма — вы читаете его за минуту. Структура коммерческого предложения — видно сразу. Список идей — оценивается мгновенно.

Не проходит: финансовый расчёт, который придётся пересчитывать самому, чтобы убедиться. Юридическая формулировка, для проверки которой нужен юрист. Прогноз, правильность которого выяснится через полгода.

Почему это главный критерий. Если проверка занимает столько же, сколько выполнение, вы ничего не выиграли — только добавили себе этап.

2. Ошибка обратима

Что произойдёт, если некачественный результат проскочит проверку?

Обратимо: неудачный пост, слабое описание товара, неточная формулировка во внутреннем документе. Заметили — переписали.

Необратимо: обещание клиенту, которое вы не собирались давать. Цифра в подписанном коммерческом предложении. Пункт в договоре. Отправленный ответ на претензию, который сделал конфликт хуже.

Практическое следствие. Чем ближе задача к внешнему адресату и к деньгам, тем строже проверка — и тем меньше чистая экономия. Это не значит «не использовать»; это значит считать честно.

3. Задача повторяется

Разовая задача редко окупает время на настройку.

Проходит: то, что вы делаете еженедельно или чаще. Ответы клиентам, посты, описания, типовые письма, отчётность.

Не проходит: то, что случается раз в квартал. Пока вы сформулируете хороший запрос, отладите его и проверите

результат, вы бы сделали задачу дважды руками.

Исключение — разовая, но очень трудоёмкая задача: разобрать сорокастраничный договор, перебрать триста строк выгрузки. Здесь объём заменяет повторяемость.

Разбор по типам работы

Теперь по критериям — что из вашей работы куда попадает.

Проходит по всем трём

Контент и тексты. Посты, рассылки, описания товаров, статьи для сайта. Проверяется за минуту, ошибка обратима, делается постоянно. Самая большая экономия в книге — четвёртая глава.

Типовая переписка. Ответы на частые вопросы, подтверждения, напоминания, письма подрядчикам. Шестая глава.

Работа с чужими документами. Разбор входящего договора, чтение длинных писем и отчётов, сравнение предложений поставщиков. Седьмая глава.

Подготовительная аналитика. Не расчёты, а разбор: что в этих данных лежит, где выбросы, что стоит посчитать. Восьмая глава.

Простой визуал. Карточки товаров, баннеры, варианты для тестирования. Пятая глава.

Проходит частично

Коммерческие предложения. Структура и текст — да. Цифры и обязательства — только вручную и с проверкой. Экономия есть, но меньше, чем кажется.

Документы для клиентов. Черновик — да. Финальная версия — через человека. Седьмая глава об этом подробно.

Клиентская поддержка. Типовое — да. Всё, где клиент недоволен или ситуация нестандартная, — нет, и это разбирается отдельно.

Расчёты. Формулу и метод — да. Результат — нет, никогда. Правило из книги «Нейросети для работы» здесь в полной силе.

Не проходит

Переговоры. Не потому, что инструмент плохо формулирует, а потому, что в переговорах решает реакция на живого человека, а не заготовленный текст.

Решения. Кого нанять, какую цену поставить, брать ли этот заказ, вкладываться ли в направление. Инструмент даст разумный усреднённый ответ, не зная ничего о вашей ситу-

ации. Разложить варианты — можно. Решать — нет.

Отношения с клиентом. Постоянный заказчик, с которым вы работаете годами, заметит подмену раньше, чем вы думаете. Что при этом теряется — шестая глава.

То, ради чего вы это затеяли. Если вы делаете украшения, инструмент не сделает украшения. Если консультируете — не проконсультирует. Это очевидно, но об этом стоит сказать: автоматизируется обвязка, а не суть.

Ловушка «делегировал и забыл»

Главная причина, по которой обещанные двадцать часов не появляются.

Время делится на три части, а не на одну:

Выполнение — то, что раньше делали вы, теперь делает инструмент

Постановка задачи — сформулировать запрос, дать контекст

Проверка и доводка — прочитать, исправить, довести

Реклама считает только первую часть. Реальная экономия — это выигрыш на первой части минус вторая и третья.

Как это выглядит на практике.

Описание товара вы писали двадцать минут. Теперь: три минуты на запрос, две на чтение результата, пять на доводку. Итого десять вместо двадцати — экономия в половину, а не

в двадцать раз.

Это отличный результат. Просто он вдвое, а не в двадцать раз, и планировать надо от него.

Где экономия близка к нулю:

задачи, где проверка требует того же уровня внимания, что и выполнение

задачи, где вы всё равно переписываете больше половины

задачи, которые вы делаете быстрее, чем формулируете запрос

Последний пункт важнее всех. Есть работа, которую опытный человек делает за две минуты на автомате. Объяснить её инструменту дольше, чем сделать.

Правило: если после третьей попытки результат всё ещё требует полной переделки — задача не подходит. Не улучшайте запрос дальше, верните её себе.

Как посчитать до

Таблица на десять минут, которая избавит от месяца разочарований.

Выпишите задачи, которые вы делаете регулярно. Для каждой — четыре колонки:

| Задача | Сколько занимает сейчас | Как часто | Что останется на мне |

|---|---|---|---|

| Описание товара | 20 мин | 15 раз в неделю | постановка + проверка $\approx$ 10 мин |

| Ответ на типовой вопрос | 5 мин | 30 раз в неделю | проверка $\approx$ 2 мин |

| Разбор договора | 2 часа | раз в месяц | чтение выводов $\approx$ 40 мин |

| Пост в соцсети | 40 мин | 3 раза в неделю | правка $\approx$ 20 мин |

Четвёртая колонка — честная. Не «ноль», а реальное время на постановку и проверку. Заполнить её точно вы сможете только после нескольких попыток, поэтому первые оценки ставьте пессимистичные.

Считайте недельную экономию, а не разовую. Пять минут на задаче, которая делается тридцать раз в неделю, — это два с половиной часа. Час на задаче раз в месяц — это ничто, даже если экономия в процентах выглядит впечатляюще.

Начинайте с верхней строки по недельной экономии. Не с самой интересной задачи и не с самой раздражающей — с самой частой.

Вопрос, который решает всё

Прежде чем автоматизировать что-либо, ответьте себе:

Что я буду делать с освободившимся временем?

Звучит как риторика, но это самый практичный вопрос главы.

Что происходит без ответа. Освободившиеся часы заполняются сами — обычно той же самой мелкой работой, просто её становится больше. Вы начинаете писать не три поста в неделю, а десять. Отвечать клиентам не за день, а за час. Делать больше того же самого.

Через полгода вы работаете столько же, объём вырос, а выручка — не обязательно.

Варианты осмысленного ответа:

—

Взять больше клиентов.

Тогда считайте, сколько именно и хватит ли на них вас после автоматизации.

—

Поднять качество основной работы.

Той, ради которой всё затевалось.

—

Заняться тем, до чего не доходили руки.

Продукт, направление, продажи.

—

Работать меньше.

Абсолютно легитимный ответ, который предприниматели почему-то стесняются произносить.

Худший ответ — «просто станет легче». Легче не станет: свободное место в расписании занимается быстрее, чем освобождается.

Запишите свой ответ до того, как начнёте. Через три месяца сверьтесь.

Что это стоит

Отдельно, потому что дальше вся книга считает деньги.

Прямые расходы: подписка на один инструмент, иногда два. Это сопоставимо с несколькими часами работы наёмного специалиста в месяц — и это единственный расход, который книга предполагает.

Скрытый расход — ваше время на освоение. Реалистично: несколько вечеров на то, чтобы начать получать пригодный результат, и пара недель, чтобы собрать свои заготовки. Дальше почти бесплатно.

Расход, о котором не думают, — время на инструменты, которыми вы не пользуетесь. Подписались, попробовали, забыли, платите. Проверяйте раз в квартал, за что списывается.

Ориентир для решения. Если задача занимает у вас меньше двух часов в месяц, автоматизировать её, скорее все-

го, не окупится. Если больше пяти — почти наверняка окупится. Между — считайте по таблице.

Где эта глава не поможет

Если у вас нет повторяющихся задач. Бывает: проектная работа, где каждый заказ новый. Тогда экономия будет в разборе входящих материалов и в текстах, а не в автоматизации потока.

Если проблема не в объёме работы. Если дело стоит из-за отсутствия клиентов, а не из-за нехватки времени, автоматизация ничего не изменит — вы просто будете быстрее делать то, чего и так мало.

Если вы не готовы проверять. Все расчёты этой главы предполагают, что вы читаете результат перед отправкой. Если не готовы — экономия превращается в риск, и вторая глава показывает, во что это обходится.

Если задача требует специалиста. Инструмент не заменяет бухгалтера, юриста и врача. Он помогает подготовиться к разговору с ними и сократить их время — это тоже деньги, но другого рода.

Итог главы

Три критерия, и нужны все три: результат проверяется

быстро, ошибка обратима, задача повторяется.

Быстрая проверка — главный критерий. Если проверка занимает столько же, сколько выполнение, экономии нет.

Чем ближе задача к клиенту и к деньгам, тем строже проверка и тем меньше чистая экономия.

Разовые задачи редко окупают настройку. Исключение — разовые, но очень трудоёмкие.

Реальная экономия = выигрыш на выполнении минус постановка задачи минус проверка. Реклама считает только первую часть.

Типичная экономия — вдвое, а не в двадцать раз. Это отличный результат, планировать надо от него.

Если после третьей попытки результат требует полной перделки — задача не подходит, верните её себе.

Считайте недельную экономию, а не разовую. Начинайте с самой частой задачи, а не с самой раздражающей.

Ответьте себе, что будете делать с освободившимся временем. Без ответа оно заполнится тем же самым.

«Работать меньше» — легитимный ответ.

Меньше двух часов в месяц — не окупится. Больше пяти — почти наверняка окупится.

Что сделать сегодня. Заполните таблицу из четырёх колонок по своим задачам — десять минут. Возьмите верхнюю строку по недельной экономии, и это будет ваша первая задача. Всё остальное в книге — про то, как её закрыть.

Следующая глава — про то, где этот инструмент теряет деньги. Она стоит второй намеренно: прежде чем разбирать сценарии, стоит знать, чем каждый из них может обернуться.

Глава 2. Где ИИ теряет деньги

Ситуация

Вы отправили клиенту коммерческое предложение. Красивое, собранное за двадцать минут вместо двух часов.

Через день клиент пишет: «Отлично, срок в две недели нас устраивает, давайте начинать».

Вы перечитываете свой текст. Про две недели там действительно написано. Вы этого не писали — вы вообще не называли срок, потому что ещё не считали загрузку. Срок появился сам: инструмент достроил правдоподобную деталь, вы прочитали текст по диагонали, потому что он выглядел хорошо.

Теперь у вас есть выбор. Выполнить за две недели, сорвав другие заказы. Или написать клиенту, что вы ошиблись, — на первом же шаге сотрудничества.

Двадцать минут экономии обошлись дороже, чем два часа работы.

Эта глава — про то, где именно теряются деньги.

Почему это глава, а не оговорка

В книгах про ИИ и бизнес риски обычно упоминают в последнем абзаце, мелким шрифтом, в духе «не забывайте проверять».

Я выношу это в отдельную главу по трём причинам.

Первая: у вас нет отдела, который поймаёт ошибку. В компании неверную цифру заметит второй человек. У вас второго человека нет — есть только вы, и вы же торопитесь.

Вторая: ошибка сразу становится внешней. В найме кривой черновик увидит руководитель. У вас черновик уходит клиенту, потому что между вами и клиентом никого нет.

Третья: вы платите за ошибку деньгами, а не выговором.

Дальше — девять сценариев. Все они происходят регулярно, и все они дешевле предотвратить, чем разгрести.

Сценарий 1. Обещание, которого вы не давали

Разобран в начале главы. Механика простая: **всё, чего нет в вашем запросе, будет достроено.** Сроки, гарантии, состав работ, условия — модель заполнит пропуск правдоподобным значением, потому что она устроена так, чтобы выдавать связный текст, а не текст с дырами.

Где случается чаще всего: коммерческие предложения, ответы клиентам, описания услуг, посты с условиями акции.

Цена: от выполненного себе в убыток заказа до репутационной потери, если придётся отказываться от собственных слов.

Как не допустить:

Ограничение в запрос, которое стоит вставлять всегда:

Не указывай сроки, цены, гарантии и условия, которых нет в моём тексте. Если чего-то не хватает — оставь пропуск в квадратных скобках и перечисли их в конце.

И правило чтения: **всё, что можно записать цифрой или обещанием, перечитывается отдельно.** Не текст целиком — а глазами по цифрам и по глаголам «гарантируем», «включено», «сделаем».

Сценарий 2. Неверная цифра в расчёте

Правило из книги «Нейросети для работы» действует и здесь: **модель не считает — она генерирует правдоподобный текст на месте вычисления.**

Где случается: смета, расчёт стоимости, скидка, пересчёт в другую валюту или единицы, любые проценты.

Почему опаснее, чем в найме. Неверная цифра в отчёте руководителю — неловко. Неверная цифра в счёте клиенту — либо ваш убыток, либо возврат денег и объяснения.

Как не допустить:

Просите формулу, а не результат. Считайте в таблице. Правило простое до тупости и работает: **ни одно число не попадает в документ, выходящий наружу, если вы его не посчитали сами.**

Сценарий 3. Контент, который перестал работать

Самая незаметная потеря, потому что растянута во времени.

Как это выглядит. Первые месяцы всё хорошо: постов больше, описаний больше, времени тратится меньше. Потом отклик начинает падать. Подписчики отписываются медленно, поштучно. Ничего драматичного не происходит — просто через полгода вы обнаруживаете, что охваты вдвое ниже, а обращений с контента почти нет.

Что произошло. Полностью сгенерированный контент похож на весь остальной полностью сгенерированный контент. Он грамотный, ровный и неотличимый — а различимость и была причиной, по которой на вас подписывались.

Цена: аудитория, которую вы собирали годами, и которую придётся собирать заново.

Как не допустить. Подробно — в четвёртой главе; коротко: ваш голос, конкретика из вашей практики и хотя бы одна деталь в каждом тексте, которую мог написать только

человек, который это делал. Инструмент собирает и структурирует; содержание остаётся вашим.

Сценарий 4. Машинный ответ в неподходящий момент

Клиент недоволен. Пишет резко, местами несправедливо. Вы устали, отвечать не хочется — и вы прогоняете ответ через инструмент.

Приходит текст: вежливый, корректный, с извинением и предложением решения. Формально безупречный.

Клиент читает его и звереет. Потому что он писал живому человеку про конкретную проблему, а получил образцовый ответ службы поддержки крупной компании. Ощущение — что его отфутболили.

Цена: клиент, который бы остался после нормального разговора, уходит и рассказывает знакомым.

Как не допустить. Правило шестой главы: чем эмоциональнее ситуация, тем меньше в ней места готовым формулировкам. Инструмент годится, чтобы разобрать претензию и придумать варианты решения. Писать ответ в конфликте лучше самому, даже коряво. Коряво и по-человечески работает лучше, чем гладко и никак.

Сценарий 5. Юридическая формулировка, взятая на веру

Вы попросили составить пункт договора или проверить чужой. Получили уверенный ответ со ссылкой на статью закона.

Статья может не существовать. Формулировка может быть из практики другой страны. Норма могла измениться.

Почему это особенно опасно именно здесь. Вы не юрист и не отличите правильную формулировку от правдоподобной. В отличие от текста, где вы видите, что написано криво, здесь у вас нет чувства качества.

Цена: от невыгодного пункта, который вы подписали, до недействительного условия, на которое вы рассчитывали.

Как не допустить: седьмая глава. Коротко — инструмент используется, чтобы **подготовиться к разговору с юристом**, а не вместо него. Разобрать чужой договор и прийти с вопросами — да. Составить свой и подписать — нет.

Сценарий 6. Автоматизация того, что делается раз в квартал

Потеря не денег, а времени, что для вас то же самое.

Как это выглядит. Вы решаете автоматизировать подготовку квартального отчёта. Тратите вечер на формулировку, ещё вечер на отладку. Через три месяца открываете свою заготовку и обнаруживаете, что забыли, как она работает, а данные изменились. Настраиваете заново.

Цена: два вечера, которых у вас и так нет.

Как не допустить: третий критерий из первой главы — задача должна повторяться. Раз в квартал — не повторяется. Делайте руками.

Сценарий 7. Подписки, которыми вы не пользуетесь

Скучный, но самый частый.

Попробовали три инструмента, остались на одном, отписаться от двух забыли. Через год это заметная сумма, потраченная ни на что.

Как не допустить: раз в квартал открывайте выписку и смотрите, за что списывается. Пять минут.

И принцип: **один основной инструмент, один запасной.** Больше не нужно — глава про выбор инструмента в книге «Нейросети для работы».

Сценарий 8. Данные клиентов в облачном сервисе

Вы загрузили выгрузку клиентов, чтобы разобрать её по сегментам. В выгрузке имена, телефоны, суммы заказов.

Что произошло. Персональные данные ваших клиентов покинули ваш контур и ушли в стороннюю компанию, с которой у вас нет никакого соглашения. Клиенты на это соглашения не давали.

Цена: в лучшем случае — риск, о котором вы не знаете. В худшем — претензии, если это вскроется, и потеря доверия клиентов.

Как не допустить. Обезличивайте перед загрузкой: замените имена на номера, уберите контакты. В большинстве задач — сегментация, поиск закономерностей, подготовка сводки — конкретные люди не нужны. Нужна структура данных.

Соответствие имён держите у себя. Две минуты работы.

Сценарий 9. Потеря собственного навыка

Самая медленная потеря и единственная, которую невозможно быстро отыграть.

Как это выглядит. Год вы не пишете тексты сами. По-

том попадаете в ситуацию, где надо написать самому — выступление, важное письмо, разговор с крупным клиентом, — и обнаруживаете, что стало заметно труднее. Не разучились, но потеряли беглость.

То же с расчётами, с составлением предложений, с формулированием мысли.

Почему это важно именно для вас. Наёмный сотрудник может позволить себе потерять навык — за ним компания. Вы — это и есть весь бизнес. Ваша способность быстро сформулировать, посчитать, договориться и есть актив.

Как не допустить. Не превращайте это в правило, но держите в голове: то, что составляет вашу профессиональную ценность, стоит иногда делать руками. Не из принципа, а чтобы не потерять форму.

Как считать реальную экономию

Практическая часть, которая связывает главу с первой.

Формула честного подсчёта:

Экономия = (время без инструмента – время с инструментом) – время на проверку – стоимость ошибок

Проверку считают все. Стоимость ошибок — почти никто.

Как оценить стоимость ошибок. Раз в квартал вспомните, что за этот период пошло не так: переделки, недовольные клиенты, исправленные документы, потерянные заказы.

Оцените, сколько из этого связано с непроверенным результатом.

Это неточная оценка, но даже приблизительная меняет решения: обычно выясняется, что одна-две области дают почти все потери, и именно там нужно усилить проверку — а не отказываться от инструмента вообще.

Практический вывод главы. Ни один из девяти сценариев не является аргументом против использования. Все они — аргументы за то, чтобы **знать, где ставить проверку**. Разница между предпринимателем, который выигрывает от инструмента, и тем, кто теряет, не в том, пользуются они или нет. В том, где у них стоят проверки.

Где эта глава не поможет

Если вы не проверяете вообще. Все девять сценариев предполагают, что вы читаете результат. Если не читаете — потери неизбежны, и никакие приёмы этого не изменят.

Если ошибка уже произошла. Глава про предотвращение. Разгребать последствия придётся обычными способами: признавать, исправляться первым, не защищать выдумку.

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.