

От ChatGPT до первого клиента



Роан Миллер

Роан Миллер

От ChatGPT до первого клиента

«Автор»

2026

Миллер Р.

От ChatGPT до первого клиента / Р. Миллер — «Автор», 2026

ИИ не печатает деньги. Он лишь беспощадно сокращает расстояние между мыслью и проверкой, а значит быстрее разоблачает и хорошую идею, и пустую. Эта книга показывает, как превратить ChatGPT из развлечения в рабочий рычаг: находить дорогую боль клиента, формулировать предложение, писать текст, разбираться в коде, видеть новые услуги на стыке человека и ИИ, собирать простой бизнес-план, маркетинг, финансовую модель и сайт. Но в центре остается то, чего модель сделать не может: выбрать реальную проблему, проверить факты, назвать цену и взять ответственность за обещание. Для фрилансера, специалиста или новичка в бизнесе это маршрут не к титулу «AI-эксперт», а к событию куда убедительнее любого промпта: первому человеку, который заплатил за полезный результат.

© Миллер Р., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Введение	5
Первый рывок: почему разговор с машиной стал деловым рычагом	7
Как разговаривать с машиной, чтобы она работала	15
Вопрос, который приносит деньги	25
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Роан Миллер

От ChatGPT до первого клиента

Введение

Я часто думаю, что с новыми инструментами происходит одна и та же странная вещь. Сначала о них говорят так, будто завтра утром весь мир проснется другим. Потом наступает обычный вторник. Люди снова пьют остывший кофе, ругаются с таблицами, переносят встречи, не отвечают на письма и ищут, где взять клиентов. Инструмент вроде бы рядом, шум вокруг него огромный, а жизнь у большинства не меняется.

С ChatGPT случилось именно так. Его начали обсуждать как маленькое чудо в браузере. Кто-то просил написать стих, кто-то проверял школьные задачи, кто-то заставлял его говорить как пират или строгий профессор. Это было весело. Даже слишком весело, потому что за развлечением легко не заметить более неприятную мысль. Любой сильный инструмент сначала превращают в игрушку. Потом несколько упрямых людей начинают использовать его для работы. А потом оказывается, что они успели уйти далеко вперед.

Эта книга не про фокусы. Я не буду обещать, что один удачный запрос сделает человека богатым. Такое говорят либо продавцы воздуха, либо люди, которые сами еще ничего не запускали. Деньги не появляются от красивой кнопки. Деньги появляются там, где человек видит чужую проблему, находит способ решить ее быстрее, дешевле или удобнее, а потом повторяет это решение много раз.

ChatGPT интересен именно здесь. Он не заменяет голову. Он не заменяет вкус. Он не заменяет ответственность. Зато он может резко сократить расстояние между мыслью и первым черновиком, между идеей и проверкой, между хаосом в голове и понятным планом действий. Раньше человек мог неделями ходить вокруг идеи бизнеса, потому что не знал, с чего начать. Теперь он может за вечер собрать варианты ниши, примерный портрет клиента, список рисков, черновик страницы сайта, сценарий разговора с покупателем и грубую финансовую модель.

Мне нравится смотреть на ChatGPT не как на волшебника, а как на очень терпеливого сотрудника, которому можно дать скучную работу. Он не обижается, если попросить переписать текст десять раз. Не устает, если надо сравнить пять вариантов оффера. Не закатывает глаза, когда ты просишь объяснить простыми словами то, что сама должна была понять еще вчера. При этом он может ошибаться уверенно, и это надо помнить каждый раз. Уверенный тон не делает ответ правдой.

Поэтому главная привычка в работе с таким помощником простая: не верить сразу, а использовать. Попросить набросать. Попросить показать слабые места. Попросить возразить. Попросить сделать расчет, а потом проверить формулы. Попросить написать текст, а потом убрать из него все лишнее. И постепенно становится видно: ценность не в том, что машина сказала за тебя, а в том, что ты начала быстрее думать руками.

Эта книга выросла из идеи, что искусственный интеллект можно поставить на службу очень земным задачам. Найти нишу. Сформулировать предложение. Понять, кому это нужно. Сделать продуктовую страницу. Подготовить письма. Собрать простую воронку продаж. Посчитать, сколько клиентов нужно в месяц, чтобы бизнес перестал быть фантазией. Разобраться, какие услуги легче продать, а какие только красиво звучат в списке идей.

Я буду говорить с тобой прямо. Если ты ждешь, что здесь будет секретная команда, которую надо вставить в чат и получить миллион, лучше закрыть файл сейчас. Не потому что мечтать вредно. Мечтать как раз полезно. Вредно путать мечту с кассой. Касса любит скучные вещи: повторяемый спрос, понятную пользу, нормальную цену, дисциплину в продажах, кон-

троль расходов, обслуживание клиентов без истерики. ChatGPT может помочь почти в каждом из этих пунктов. Но вместо тебя он не выйдет к покупателю.

Новая технология почти всегда создает два рынка. Первый рынок виден всем. Там продают курсы, инструкции, шаблоны, громкие обещания и красивые скриншоты. Второй рынок тише. Там люди берут инструмент и улучшают старые процессы: быстрее пишут коммерческие предложения, лучше отвечают клиентам, делают персональные отчеты, автоматизируют поддержку, упаковывают знания в продукты, переводят материалы, готовят обучение, создают маленькие сервисы для узких задач.

Самая большая ошибка новичка в AI-бизнесе звучит невинно: я сделаю что-нибудь с ChatGPT. Это не идея. Это туман. Клиент не покупает что-нибудь. Клиент покупает меньше боли, больше скорости, меньше ошибок, больше продаж, больше ясности, больше свободного времени. Поэтому вопрос надо ставить жестче: кому именно я помогаю, с какой задачей, каким результатом, за какие деньги и почему он поверит мне, а не соседней вкладке браузера.

Я не считаю, что искусственный интеллект заберет у людей всю работу. Но я уверена, что люди, которые умеют работать с ним осмысленно, будут забирать работу у тех, кто делает вид, что ничего не происходит. Это звучит жестко, зато честно. Рынок редко ждет, пока всем станет удобно. Он двигается туда, где быстрее, дешевле и лучше. И если инструмент позволяет одному человеку сделать то, для чего раньше нужна была маленькая команда, этим кто-то воспользуется.

Первый рывок: почему разговор с машиной стал деловым рычагом

Каждая технологическая волна начинается с недоверия. Люди смотрят на новый инструмент и первым делом проверяют, где он смешно ошибется. Это человеческое. Нам спокойнее, когда новая вещь выглядит глупой. Тогда не надо менять привычки.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

С ChatGPT было легко устроить такую проверку. Достаточно было спросить что-нибудь хитрое, поймать неточность и сказать: ну вот, никакой революции. Только это слабое утешение. Молоток тоже можно использовать глупо. Можно стучать им по стеклу, а потом объявить, что инструмент бесполезен. Вопрос не в том, может ли ChatGPT ошибиться. Конечно, может. Вопрос в другом: какие процессы он ускоряет настолько, что прежний способ работы начинает выглядеть ленивым.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Революция редко приходит в кабинет с фанфарами. Чаще она начинается с мелочи. Предприниматель вместо трех часов мучений получает за десять минут черновик коммерческого предложения. Маркетолог просит двадцать вариантов заголовка и наконец видит один, который можно докрутить. Преподаватель собирает упражнения для группы не за выходные, а за вечер. Юрист не отдает машине решение, но просит набросать структуру документа и список вопросов к клиенту.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

По отдельности это выглядит скромно. Вместе меняется темп работы. Темп в бизнесе решает больше, чем принято признавать. Умная идея, которую проверяют полгода, часто проигрывает средней идее, которую проверили за неделю и улучшили десять раз. ChatGPT не делает среднюю идею великой. Но он помогает быстрее увидеть, что в ней пустое место, где слабый аргумент, где клиент не поймет выгоду, где расчет расползается.

Здесь помогает простая привычка. После каждого ответа спрашивать себя: какое следующее действие из этого следует. Не мысль, не настроение, не вдохновение, а действие. Позволить. Написать. Посчитать. Убрать лишнее. Спросить клиента. Сравнить с конкурентом. Если действия нет, ответ можно сохранить, но нельзя считать работой.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Я называю это первым рывком. Не победой, не богатством, не красивой историей для интервью. Просто рывком из состояния я думаю в состояние у меня есть материал, с которым можно спорить. Это очень много. Потому что большинство идей умирает не от конкуренции, а от бесконечного обдумывания.

Представь женщину, которая хочет запустить услугу по созданию текстов для малых компаний. Она знает, что умеет писать. Она видит, что владельцы салонов, кафе, небольших клиник и школ постоянно нуждаются в постах, письмах, описаниях услуг. Но дальше начинается вязкое болото. Как назвать услугу? Сколько брать? Что обещать? Где искать первых клиентов? Как объяснить, что она не просто пишет тексты, а помогает владельцу не выпасть из поля зрения покупателей?

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Без помощника она может неделями перекладывать эти вопросы из одной тетради в другую. С ChatGPT она за вечер собирает десять вариантов позиционирования, просит оценить каждый с точки зрения клиента, выбирает два, делает простую страницу, готовит пять писем для холодного контакта и список вопросов для разговора. Все это еще сырое. Но теперь перед ней не пустая стена, а доска с набросками.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

С этого начинается практическая польза. Не с восхищения интеллектом машины. Не со страха перед будущим. А с того, что ты перестаешь тонуть в белом листе. Белый лист дорого стоит. Он забирает силы до того, как работа началась. Он заставляет человека думать, что проблема в отсутствии таланта, хотя часто проблема в отсутствии первого неуклюжего варианта.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

В старой работе многое зависело от доступа. У кого был дизайнер, копирайтер, аналитик, программист, тот быстрее превращал мысль в форму. У одиночки все упиралось в деньги, связи или терпение. Сейчас одиночка все еще не стал корпорацией. Не надо себя обманывать. Но у него появился черновой отдел, который может помочь с текстом, структурой, вопросами, таблицами, сценариями, объяснениями и кодом.

Рынок любит ясность. Он не обязан разбираться в твоём восторге от технологии. Владелец бизнеса не нужен интеллектуальный языковой модуль нового поколения. Ему нужно, чтобы клиенту ответили ночью, чтобы менеджер не пропустил заявку, чтобы частые вопросы не съедали рабочий день, чтобы покупатель получил нормальное объяснение и не ушел к конкуренту.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, сче-

тов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Многие терпят неудачу именно на переводе. Они говорят о функции, а надо говорить о последствиях. Функция: чатбот отвечает на вопросы. Последствие: администратор меньше отвлекается, заявки не теряются, клиент быстрее получает цену, владелец видит повторяющиеся проблемы в обращениях. Функция: генерация контента. Последствие: компания регулярно выходит к аудитории, не платит каждый раз за срочный текст, быстрее тестирует темы и предложения.

Здесь помогает простая привычка. После каждого ответа спрашивать себя: какое следующее действие из этого следует. Не мысль, не настроение, не вдохновение, а действие. Позвонить. Написать. Посчитать. Убрать лишнее. Спросить клиента. Сравнить с конкурентом. Если действия нет, ответ можно сохранить, но нельзя считать работой.

Первое правило простое: модель не должна думать за весь мир. Пусть думает в рамках конкретной комнаты. Кто в комнате? Владелец, менеджер, клиент, бухгалтер, врач, преподаватель, ученик, покупатель. Что у них болит? Что они делают руками каждый день? Где ошибаются? Где теряют время? Где стесняются продавать? Где им нужен текст, объяснение, сортировка, сравнение, напоминание, черновик?

Когда вопросы становятся земными, ChatGPT перестает быть игрушкой. Он превращается в рычаг. Рычаг сам ничего не поднимает, если его не поставить под нужный камень. Можно часами просить красивые идеи и не сдвинуться. А можно взять один скучный процесс, например обработку входящих заявок в небольшой школе английского, и разобрать его по шагам.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

И вот тут начинается предпринимательство, а не просто разговоры об искусственном интеллекте. Предпринимательство не обязано начинаться с приложения, инвестора и офиса. Иногда оно начинается с документа на две страницы. На первой странице описана боль клиента. На второй написано, как ты за неделю сделаешь ему проще.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

На этом месте у многих срабатывает внутренний сноб. Хочется сразу строить платформу. Хочется называться основательницей AI-стартапа, а не человеком, который помогает школам отвечать в мессенджерах. Но деньги часто приходят через некрасивые двери. Сначала ты делаешь понятную услугу. Потом видишь повторяющиеся элементы. Потом упаковываешь их в продукт. Потом автоматизируешь часть процесса.

ChatGPT ускоряет именно эти итерации. Он позволяет быстро менять формулировки, сравнивать сегменты, готовить материалы для разных клиентов, создавать варианты сценариев, собирать инструкции. Но если ты не разговариваешь с рынком, он будет ускорять движение по кругу. Быстрее писать то, что никому не нужно, тоже можно.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Поэтому второй навык после умения задавать запросы: умение проверять реальность. Любой ответ модели должен выйти из чата наружу. Идея должна встретиться с человеком. Оффер должен быть прочитан потенциальным клиентом. Цена должна быть названа вслух. Страница должна получить клики. Письмо должно быть отправлено. Без этого ты просто украшаешь воображаемый бизнес.

Я знаю, почему это неприятно. В чате безопасно. Там можно бесконечно улучшать идею, пока она не кажется почти настоящей. Снаружи тебе могут не ответить. Могут сказать, что дорого. Могут спросить, кто ты такая. Могут согласиться на созвон, а потом исчезнуть. Бизнес начинается там, где появляется риск неловкости.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

Здесь помогает простая привычка. После каждого ответа спрашивать себя: какое следующее действие из этого следует. Не мысль, не настроение, не вдохновение, а действие. Позвонить. Написать. Посчитать. Убрать лишнее. Спросить клиента. Сравнить с конкурентом. Если действия нет, ответ можно сохранить, но нельзя считать работой.

ChatGPT легко создает ощущение продуктивности. Ты сидишь два часа, получаешь много текста, таблиц, планов, названий, и кажется, что работа кипит. Но если после этого ничего не отправлено, не опубликовано, не посчитано и не проверено, день мог пройти впустую. Красивый план без контакта с реальностью похож на дорогую спортивную форму, в которой никто не вышел на тренировку.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Я бы делила работу с ChatGPT на три корзины. Первая корзина: думать быстрее. Сюда входят идеи, вопросы, структуры, сравнения, сценарии. Вторая: делать черновики. Тексты, письма, инструкции, страницы, диалоги, скрипты. Третья: проверять слабые места. Риски, возражения, ошибки в логике, финансовые допущения, юридические и этические вопросы, которые надо отдать специалисту.

Революция ChatGPT еще и в том, что он снижает цену пробы. Раньше, чтобы проверить идею сервиса, нужно было нанять несколько людей или обладать редким набором навыков. Сейчас можно собрать прототип смысла без большой команды. Не полноценный продукт, не защищенную систему, не идеальный процесс. Но достаточно понятный черновик, чтобы показать человеку и спросить: за это вы бы заплатили?

Снижение цены пробы меняет поведение. Когда проба дорогая, человек долго готовится и боится ошибиться. Когда проба дешевая, можно позволить себе десять подходов. Это не

значит, что надо разбрасываться. Это значит, что неудача перестает быть катастрофой и становится данными.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Сильный пользователь ChatGPT отличается от слабого не тем, что знает секретные команды. Он лучше задает рамку. Он говорит, кто аудитория, какой контекст, какой результат нужен, чего нельзя делать, какой тон подходит, какие ограничения есть, какой формат нужен на выходе. Он не просит сделать хорошо. Он объясняет, что значит хорошо в этой ситуации.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

Когда все могут быстро получить текст, простой текст дешевет. Когда все могут сгенерировать список идей, список идей дешевет. Дороже становится умение выбрать, что оставить, что удалить, что проверить, что звучит фальшиво, где есть рыночный смысл, а где только блеск.

В клиентской поддержке похожая история. Плохой чатбот отвечает бодро и мимо. Хороший снимает простые вопросы, признает границы, быстро передает сложный случай человеку и не притворяется врачом, юристом или финансовым советником там, где нужна ответственность. Бизнес на ChatGPT не должен строиться на обмане доверия.

Здесь помогает простая привычка. После каждого ответа спрашивать себя: какое следующее действие из этого следует. Не мысль, не настроение, не вдохновение, а действие. Позвонить. Написать. Посчитать. Убрать лишнее. Спросить клиента. Сравнить с конкурентом. Если действия нет, ответ можно сохранить, но нельзя считать работой.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Когда мы говорим о миллионном бизнесе вокруг ChatGPT, надо убрать из головы картинку, где деньги летят из экрана. Реальная картина другая. Есть отрасль. В ней есть повторяющаяся боль. Есть группа клиентов, которые готовы платить за облегчение этой боли. Есть инструмент, который позволяет собрать решение быстрее. Есть человек, который берет ответственность за результат.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Главное не начинать с вопроса: где тут миллион. Лучше спросить: где тут первый платящий клиент. Миллион складывается из повторения. Из цены, маржи, удержания, рекомендаций, сокращения ручного труда, понятного канала продаж. Если первый клиент не получает ценность, разговор о миллионе звучит как шум.

Первый платящий клиент учит лучше любого прогноза. Он показывает, что люди готовы вынуть деньги, а не только похвалить идею. Он задает неудобные вопросы. Он проверяет сроки. Он заставляет написать договор, счет, инструкцию, отчет. Он показывает, где услуга ломается. После него можно улучшить предложение.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Многие боятся, что если ChatGPT умеет писать, анализировать и подсказывать, значит их навыки обесценились. Частично это правда. Некоторые простые услуги действительно станут дешевле. Но навыки, связанные с пониманием ситуации, ответственностью, вкусом, продажей, внедрением и отношениями с клиентом, не исчезают. Наоборот, они становятся заметнее.

Клиенту не нужен просто текст. Ему нужен текст, который решает его задачу. Не нужна просто таблица. Нужна таблица, по которой можно принять решение. Не нужен просто чат-бот. Нужен процесс поддержки, который не позорит компанию. Не нужна просто презентация. Нужна история, после которой инвестор понимает, куда идут деньги и почему у команды есть шанс.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Первый рывок в AI-бизнесе начинается с простого упражнения. Возьми одну отрасль, которую ты хотя бы немного понимаешь. Не всю экономику. Одну отрасль. Запиши десять повторяющихся текстовых задач, которые там делают каждый день. Заявки, ответы, отчеты, инструкции, описания, напоминания, записи разговоров, отзывы, письма, сценарии.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Потом спроси себя, где ошибка или задержка стоит денег. Если администратор салона долго отвечает, клиент уходит. Если менеджер интернет-магазина плохо объясняет доставку, покупатель злится. Если школа не умеет быстро объяснить программу курса, заявки остывают. Там, где задержка стоит денег, появляется ценность.

Здесь помогает простая привычка. После каждого ответа спрашивать себя: какое следующее действие из этого следует. Не мысль, не настроение, не вдохновение, а действие. Позвонить. Написать. Посчитать. Убрать лишнее. Спросить клиента. Сравнить с конкурентом. Если действия нет, ответ можно сохранить, но нельзя считать работой.

После этого можно подключать ChatGPT. Не раньше. Иначе он будет придумывать красивый туман. Попроси его разложить выбранную задачу по шагам, предложить варианты улучшения, написать черновики сообщений, создать базу частых вопросов, подготовить сценарий внедрения на неделю, перечислить риски и способы контроля качества.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

Стоимость такого предложения можно проверить. Не угадывать вечность, а назвать цену трем потенциальным клиентам. Слишком дорого? Спросить, при каком результате было бы оправдано. Слишком непонятно? Переписать. Неактуально? Найти другую боль. Здесь нет унижения. Это работа.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

Отдельно надо сказать про деньги. Большая цифра заставляет смотреть шире. Но цифра без механики вредна. Миллион годовой выручки может означать сто клиентов по тысяче долларов в месяц, или двадцать проектов по пятьдесят тысяч, или тысячи мелких подписок. За каждой схемой разные продажи, расходы, команда, риски и качество обслуживания.

Когда ChatGPT помогает строить финансовые проекции, его легко заставить нарисовать красивую таблицу. Сто клиентов, высокая удерживаемость, рост пятнадцать процентов, все сияет. Но настоящая ценность начинается с вопросов к этой таблице. Откуда придут сто клиентов? Сколько стоит привлечение одного? Кто будет выполнять работу? Что происходит, если половина клиентов просит доработки?

Я не хочу, чтобы после этой главы у тебя осталось ощущение, будто надо срочно бросаться во все стороны. Лучше наоборот. Выбери одну понятную область. Одну боль. Один маленький продукт или услугу. Один способ найти первых людей для разговора. Один срок проверки. Пусть это будет семь дней. За семь дней можно сделать больше, чем за месяц тревожного чтения про искусственный интеллект.

Еще полезно держать перед глазами простую сцену: владелец малого бизнеса сидит вечером и пытается закрыть день. У него не философская проблема, а очередь из сообщений, счетов, обещаний и недоделанных ответов. Если твое AI-решение снимает хотя бы одну такую очередь и делает это предсказуемо, разговор о цене становится спокойнее. Если оно только звучит современно, его забудут через минуту.

ChatGPT не является бизнесом. Он является усилителем. Усилитель плохой идеи делает плохую идею громче. Усилитель ясной ценности помогает быстрее донести ее до клиента. Усилитель дисциплины сокращает путь. Усилитель хаоса делает хаос нарядным. Выбирай, что усиливать.

На практике это выглядит не как сцена из будущего, а как обычная рабочая переписка. Ты задаешь вопрос, получаешь черновик, раздражаешься на неточности, уточняешь, выбрасываешь половину и оставляешь то, что можно проверить. В этом нет блеска. Зато есть движение, а движение для начинающего бизнеса дороже очередной красивой идеи.

Мне важно повторить: скорость не отменяет трезвость. Если машина быстро написала убедительный текст, это еще не значит, что рынок согласился. Если она предложила цену, это еще не значит, что клиент заплатит. Если она нарисовала план роста, это еще не значит, что у

тебя есть канал продаж. Каждый ответ надо вытаскивать наружу и проверять обычными скучными действиями.

Как разговаривать с машиной, чтобы она работала

Есть люди, которые открывают ChatGPT, пишут короткое «сделай красиво» и через минуту разочарованно закрывают вкладку. Им кажется, что инструмент переоценили. На самом деле они пришли к повару, кинули на стол пакет с продуктами и сказали: «Приготовь что-нибудь нормальное». Повар, может быть, и приготовит. Только потом не надо удивляться, что вышло не то.

Разговор с ChatGPT начинается не с магических слов. Он начинается с ясности. Чем лучше ты понимаешь задачу, тем полезнее будет ответ. Это звучит скучно, зато работает. Машине всё равно, насколько важен для тебя проект. Она не чувствует твою тревогу, срочность, стыд перед клиентом, надежду на продажу. Всё это надо переводить в условия, контекст и ограничения.

Большинство плохих ответов рождается из туманных запросов. «Напиши пост про бизнес». Какой бизнес? Для кого пост? Зачем он нужен? Человек должен купить, подписаться, задуматься, рассмеяться, поверить, записаться на консультацию? Где будет опубликован текст? Кто его читает: владелец маленького магазина, студент, директор производства, мама троих детей, врач, инвестор? Без этого модель делает усреднённую кашу.

Я отношусь к запросу как к маленькому техническому заданию. Не обязательно длинному. Иногда достаточно пяти строк. Кто я. Для кого делаю. Какой результат нужен. Какие ограничения. В каком формате ответить. Уже после этого качество резко меняется.

Например, слабый запрос: «Придумай идеи для бизнеса с ChatGPT». Сильнее: «Я одна, умею писать и разговаривать с предпринимателями, бюджета на разработку почти нет. Хочу за месяц проверить услугу для небольших салонов красоты: помогать им быстрее отвечать клиентам в мессенджерах и готовить тексты для акций. Предложи пять вариантов услуги, которые можно продать без создания приложения. Для каждого укажи, кому продавать, какой результат обещать, что сделать за первую неделю и какие риски».

Разница не в красоте формулировки. Во втором запросе есть земля под ногами. Модель не летает по всем возможным рынкам. Она работает в заданном коридоре. И чем уже коридор, тем меньше мусора.

Многие боятся сужать задачу. Кажется, что если сказать «салоны красоты», то можно потерять другие возможности. Но на старте широкий мир не помогает. Он парализует. Маленькая сцена полезнее. В ней можно увидеть клиента, его телефон, его администратора, его усталость от одинаковых вопросов, его желание заполнить окна в расписании. Там появляются детали. А детали продают лучше абстракций.

ChatGPT хорошо отвечает на роли, если роль нужна делу. Не надо заставлять его быть «гениальным стратегом мирового уровня» только ради театра. Лучше дать простую рабочую роль: «Ты редактор коммерческих предложений для малого бизнеса», «Ты скептический владелец клиники», «Ты методист онлайн-школы», «Ты операционный менеджер, который ищет узкие места». Тогда ответ начинает смотреть на задачу под нужным углом.

Но роль без фактов тоже превращается в маску. Если ты пишешь: «Ты опытный маркетолог, придумай кампанию», получишь парад общих советов. Если добавляешь продукт, аудиторию, цену, канал продаж, прошлые попытки и ограничения, появляется разговор.

Я люблю начинать с грубого материала. Не надо ждать, пока мысль станет идеальной. Можно вставить в чат кривое описание идеи и честно сказать: «Разбери это. Что непонятно? Какие вопросы задаст клиент? Где звучит слишком громко? Где нет доказательства? Перепиши проще». Такой запрос часто полезнее, чем просьба создать всё с нуля.

Когда модель создаёт с нуля, она заполняет пустоты вероятностями. Когда ты даёшь ей свой материал, она работает с твоей реальностью. Да, всё равно может ошибаться. Но у неё уже есть опора.

В работе с бизнесом я бы выделила несколько типов запросов. Первый тип: разведка. Ты просишь показать варианты, сегменты, боли, конкурентов, риски. Второй: упаковка. Просишь сформулировать оффер, страницу, письмо, скрипт, описание услуги. Третий: проверка. Просишь найти слабые места, возражения, нестыковки, опасные обещания. Четвёртый: операционная работа. Просишь сделать инструкцию, чек-лист, шаблон, базу частых вопросов, план внедрения.

Если не понимать, какой тип запроса сейчас нужен, можно бесконечно получать не то. Ты хочешь проверить идею, а просишь рекламный текст. Модель начинает продавать то, что ещё не доказано. Ты хочешь текст для клиента, а просишь анализ рынка. В итоге уходишь в исследование и ничего не отправляешь. Перед каждым запросом полезно спросить себя: мне сейчас нужна мысль, черновик, критика или действие?

Возьмём простую ситуацию. Ты хочешь предложить маленьким онлайн-школам услугу: с помощью ChatGPT навести порядок в коммуникациях с учениками. Там обычно много повторяющихся вопросов: где урок, когда запись, как оплатить, что делать, если пропустил, почему нет доступа, когда проверят домашнее задание. Люди отвечают вручную, раздражаются, теряют время, ученики нервничают.

Сначала нужен запрос-разведка. «Составь список повторяющихся текстовых задач в небольшой онлайн-школе на 200-1000 учеников. Отдельно отметь задачи, где задержка ответа портит клиентский опыт или увеличивает нагрузку на команду». Такой ответ даст карту. Потом запрос на выбор: «Какие три задачи из списка можно улучшить без разработки приложения, только за счёт базы ответов, шаблонов, правил использования ChatGPT и обучения администратора?»

После этого можно переходить к упаковке. «Сформулируй услугу на семь дней: что я делаю, какой результат получает школа, какие материалы передаю, что не входит в работу, как объяснить ценность владельцу». Уже похоже на предложение. Но ещё рано радоваться.

Теперь нужна критика. «Представь, что ты владелец онлайн-школы, который устал от подрядчиков. Какие вопросы ты задашь перед покупкой? Что вызовет недоверие? Какие обещания звучат опасно? Что надо доказать?» Вот здесь часто становится неприятно. И хорошо. Неприятный ответ экономит деньги.

Потом действие. «Сделай короткое письмо для первого контакта. Не используй громкие обещания. Цель письма: получить 15-минутный разговор, чтобы понять, актуальна ли проблема. Тон спокойный, деловой, без давления». Такое письмо уже можно отправить. Не хранить в папке. Не полировать неделю. Отправить.

Умение отправлять важнее умения бесконечно улучшать. Работа с ChatGPT часто ломается на бесконечной доводке. Модель может переписывать текст сколько угодно. Каждый следующий вариант чуть отличается, и кажется, что где-то рядом спрятан идеальный. Это ловушка. На рынке идеальный текст не нужен. Нужен достаточно ясный текст, который дойдёт до человека и даст реакцию.

Поэтому я ставлю ограничения. Например: три итерации на письмо, потом отправка. Две итерации на оффер, потом разговор с клиентом. Один вечер на лендинг, потом первые показы. Иначе ChatGPT превращается в мягкую комнату, где безопасно думать о бизнесе и не делать бизнес.

Ещё одна полезная привычка: просить модель задавать вопросы перед ответом. Но осторожно. Если всегда просить десять уточняющих вопросов, можно утонуть в подготовке. Я обычно делаю так: «Если информации недостаточно, задай до пяти вопросов. Если можно сде-

лать разумные допущения, сделай их и явно перечисли». Тогда работа не останавливается из-за мелочей.

Допущения надо видеть. Модель часто молча придумывает недостающие детали. Она может решить, что у тебя есть команда, бюджет, сайт, база клиентов, разработчик и терпение на три месяца. Если этого нет, ответ будет красивым и бесполезным. Поэтому в запросе стоит прямо писать ограничения: «Я работаю одна», «денег на рекламу нет», «срок проверки семь дней», «клиенты холодные», «нельзя использовать персональные данные», «решение должно быть ручным на первом этапе».

Возможности ChatGPT широки: он отвечает, пишет, переводит, помогает с кодом, идеями, обучением, поддержкой клиентов. Такой список вдохновляет. Но для работы одного вдохновения мало. Ширина возможностей полезна только после выбора задачи. Иначе ты стоишь перед огромным магазином инструментов и не знаешь, зачем пришла.

Хороший запрос похож на фразу в мастерской: «Мне нужно закрепить полку на бетонной стене, дома есть дрель, но нет опыта, полка будет держать книги». Тут сразу понятно, о чём говорить. Плохой запрос: «Расскажи про ремонт». Ответ будет длинным, общим и почти бесполезным.

С ChatGPT та же история. Не спрашивай «как заработать». Спроси: «Как мне проверить спрос на услугу подготовки клиентских ответов для частных клиник, если у меня есть две недели, опыт в текстах и нет портфолио в медицине?» Не спрашивай «сделай маркетинг». Спроси: «Какие три канала могут дать первые разговоры с владельцами клиник без рекламного бюджета, и что написать в первом сообщении?»

Вопрос должен вести к следующему действию. Иногда полезно просить не готовый ответ, а структуру мышления. Например: «По каким критериям выбрать между тремя идеями услуг?» Модель может предложить критерии: боль клиента, частота задачи, готовность платить, простота запуска, риск ответственности, наличие доступа к покупателям, повторяемость результата. Эти критерии потом можно применить к своим идеям.

Отбор важнее генерации. Идей слишком много. Списки на сто вариантов выглядят щедро, но часто только шумят. На практике человеку нужна не сотня, а три, которые он готов проверить. Поэтому после любой генерации стоит включать второй запрос: «Сократи список до трёх вариантов для человека без команды и бюджета. Объясни, почему остальные хуже для старта».

Модель любит быть полезной и может соглашаться с твоей фантазией. Ты говоришь: «Я хочу создать платформу для автоматизации всего малого бизнеса», она охотно пишет план. В такие моменты нужен режим сопротивления. «Покажи, почему эта идея слишком широкая для старта. Разбей её на маленькие услуги, которые можно продать вручную. Укажи, какая версия даст первые деньги быстрее». Такой запрос возвращает на землю.

Земля сначала кажется беднее мечты. Но именно на земле клиенты платят. Второй важный навык: просить примеры. Не общие советы, а живые формулировки. «Покажи три варианта письма», «дай пример разговора с клиентом», «составь таблицу вопросов для интервью», «напиши плохой вариант оффера и объясни, почему он плохой», «напиши хороший вариант без громких обещаний». Примеры делают мысль проверяемой.

Особенно полезно просить плохой вариант. Люди редко так делают. А зря. Когда модель показывает плохой оффер, сразу видно, какие фразы убивают доверие: «революционное решение», «уникальная возможность», «гарантированный рост», «искусственный интеллект нового поколения», «выведем ваш бизнес на новый уровень». Владелец бизнеса читает такое и мысленно закрывает дверь. Он слышал это сто раз.

Хороший текст часто спокойнее. «Я помогаю администраторам частных школ быстрее отвечать на повторяющиеся вопросы учеников и родителей. За неделю собираю базу ответов,

шаблоны переписки и простые правила использования ChatGPT, чтобы команда меньше отвлекалась и не отправляла случайные ответы». Здесь нет фейерверка. Зато понятно, что делается.

ChatGPT может помочь убрать фейерверк. Для этого надо прямо просить: «Убери маркетинговый шум. Сделай проще. Напиши так, как это сказал бы человек на деловой встрече. Сохрани конкретику. Не обещай того, что нельзя доказать». После такого текст обычно становится лучше.

Но иногда модель впадает в другую крайность и пишет слишком гладко. Всё ровно, правильно, без единой живой заусеницы. Такие тексты не раздражают, но и не цепляют. Тогда можно дать другой запрос: «Сделай текст менее рекламным и более человеческим. Добавь одну конкретную ситуацию. Не используй пафос. Оставь лёгкую неровность речи». Нужно не превращать текст в спектакль, а вернуть ему человеческий голос.

Голос важен, потому что бизнес общается с людьми. Даже если внутри используется AI, снаружи клиент слышит тебя. Он оценивает не только смысл, но и тон. Есть тон человека, который понимает работу клиента. Есть тон человека, который выучил пять модных слов. Разница чувствуется сразу.

Чтобы ChatGPT попадал в тон, ему надо дать образ речи. Не «пиши профессионально». Это пустое. Лучше: «Пиши коротко, без канцелярита, как специалист, который уважает занятость владельца бизнеса. Не дави. Не используй юмор. Каждый абзац не длиннее четырёх строк». Или наоборот: «Пиши живо, с лёгкой иронией, но без клоунады, для аудитории начинающих предпринимателей».

Тон можно задавать через примеры. Если у тебя есть хороший текст, написанный тобой, можно вставить небольшой фрагмент и попросить: «Сохрани похожий ритм и прямоту, но не копируй фразы». Это работает лучше, чем абстрактное «сделай в моём стиле». Правда, надо следить, чтобы модель не перенесла лишнее. Она может имитировать поверхность, а не смысл.

В деловых задачах часто нужен формат. Модель любит длинно объяснять, если её не остановить. Поэтому формат лучше задавать заранее: таблица, список вопросов, письмо до 120 слов, структура страницы, сценарий разговора, план на 7 дней, чек-лист внедрения, краткое резюме для клиента. Формат экономит время.

Но списки не должны заменять мышление. Есть люди, которые собирают у ChatGPT бесконечные чек-листы и чувствуют себя готовыми. Чек-лист полезен, когда после него есть действие. Если чек-лист просто лежит, это ещё одна форма самообмана.

Для бизнеса особенно полезны запросы на интервью с клиентами. Не на продажу, а на понимание. Например: «Составь 12 вопросов для владельца небольшой клиники, чтобы выяснить, как у них сейчас обрабатываются заявки, какие вопросы повторяются, где теряются клиенты и готовы ли они платить за улучшение. Вопросы должны быть разговорными, без профессионального жаргона».

Такие вопросы помогают не продавать раньше времени. Новичок часто приходит к потенциальному клиенту с готовым решением и пытается убедить. Гораздо полезнее сначала выяснить, есть ли проблема в том виде, как ты её представляешь. Может быть, владелец клиники не страдает от заявок. Может быть, его боль в плохих отзывах. Может быть, в том, что администраторы отвечают каждый по-своему.

ChatGPT может придумать вопросы, но слушать придётся тебе. И слышать тоже тебе. Модель не увидит паузу в голосе клиента, его раздражение, его усталость, его недоверие. После разговора можно вернуться к чату и разобрать заметки. Но сам разговор нельзя заменить симуляцией.

Полезный запрос после интервью: «Вот мои заметки после разговора с владельцем онлайн-школы. Выдели: 1) факты, 2) предположения, 3) повторяющиеся боли, 4) возможные платные задачи, 5) что надо уточнить во втором разговоре». Это помогает отделить то, что человек действительно сказал, от твоего желания увидеть продажу.

Желание увидеть продажу очень сильное. Ты слышишь фразу «да, у нас бывают проблемы с ответами» и уже мысленно выставляешь счёт. А человек мог просто быть вежливым. Поэтому нужно искать сигналы силы. Он уже пытался решить проблему? Тратит на неё деньги? Теряет из-за неё клиентов? Назвал конкретный случай? Спросил цену? Попросил прислать предложение? Если нет, боль может быть слабой.

Если ты работаешь не одна, запросы нужны не только для получения результата, но и для согласования. Например, команда запускает чатбота поддержки. Один человек думает о клиентском опыте, другой о технической части, третий о юридических рисках, четвёртый о нагрузке операторов. ChatGPT может помочь собрать общий документ: цели, границы, сценарии передачи человеку, запрещённые темы, метрики, план тестирования.

Но если команда не договорилась, что именно хочет получить, модель создаст красивый документ, который прикроет разногласия. Это опасно. AI умеет делать видимость согласия. Все кивают, потому что текст гладкий. А потом выясняется, что один ожидал снижение расходов, другой рост продаж, третий хотел только эксперимент, а четвёртый боялся жалоб. Поэтому перед большим проектом стоит просить не итоговый план, а список спорных решений.

Запрос: «Мы хотим внедрить ChatGPT в поддержку интернет-магазина. Составь список решений, которые команда должна принять до запуска: какие вопросы бот имеет право закрывать, когда передавать оператору, как проверять ответы, какие данные нельзя использовать, какие метрики отслеживать, кто отвечает за обновление базы знаний». Такой ответ не продаёт мечту. Он вытаскивает работу.

Для контента свои правила. ChatGPT может быстро сделать статью, пост, письмо, описание товара. Но если давать ему только тему, он будет писать среднюю температуру по интернету. Чтобы получить полезный текст, надо дать материал: тезисы, позицию, примеры, аудиторию, цель, запреты. Хороший контентный запрос выглядит как разговор с редактором: «Вот мысль, вот читатель, вот что он уже знает, вот где он ошибается, вот к чему я хочу его привести».

Например: «Напиши пост для владельцев небольших фитнес-студий о том, как ChatGPT может помочь администраторам отвечать на частые вопросы клиентов. Читатель не разбирается в AI и боится, что бот будет отвечать глупо. Цель поста - не продать сразу, а показать безопасный первый шаг: база шаблонов под контролем человека. Добавь пример из переписки, без обещаний автоматизировать всё». Такой запрос почти заставляет текст быть конкретным.

Для программирования другой подход. Там важно давать окружение, язык, ошибку, ожидаемое поведение, кусок кода, ограничения. «Исправь код» без деталей приводит к гаданию. «Вот функция на Python, она должна читать CSV с заказами и считать выручку по месяцам, но падает на строках с пустой датой. Вот ошибка. Предложи исправление и объясни, что изменилось» - уже работа.

Но в коде особенно важно проверять. ChatGPT может написать убедительный фрагмент, который не запускается, использует устаревшую библиотеку или не учитывает крайний случай. Поэтому любой технический ответ должен проходить через тесты. Модель помогает, но не освобождает от проверки.

В финансовых расчётах то же самое. Просить модель построить проекцию можно. Верить ей без пересчёта нельзя. Особенно когда речь о деньгах, инвестициях, кредитах, налогах, юридических обязательствах. Тут ChatGPT полезен как черновой аналитик: собрать структуру, перечислить статьи расходов, показать сценарии, найти слабые допущения. Но решения надо принимать с людьми, которые несут профессиональную ответственность.

Запрос для финансовой модели должен быть осторожным: «Сделай упрощённый расчёт для услуги настройки AI-шаблонов поддержки. Укажи все допущения. Раздели выручку, прямые расходы, маркетинг, налоги, время основателя. Покажи оптимистичный, базовый и осто-

рожный сценарий. Отдельно перечисли, какие цифры надо проверить на реальном рынке». Такой ответ не будет волшебной правдой, зато даст каркас.

Каркас нужен, чтобы не обманывать себя. Когда человек говорит «хочу миллион в год», надо разложить это на месяцы, клиентов, цену, маржу и нагрузку. Если услуга стоит 50 тысяч рублей, нужен определённый поток проектов. Если подписка стоит 10 тысяч, нужна другая система продаж и удержания. Если продукт стоит 990 рублей, понадобится совсем иной масштаб. ChatGPT может быстро показать арифметику. А арифметика часто охлаждает фантазию.

Охлаждать фантазию полезно. Остывшая фантазия иногда превращается в план. Есть ещё один хороший приём: просить модель сравнить два пути. Не «какой бизнес лучше», а по критериям. Например: «Сравни услугу AI-контента для салонов красоты и услугу настройки базы ответов для онлайн-школ. Критерии: простота старта, готовность платить, повторяемость, риск качества, возможность подписки, конкуренция, мой опыт в текстах. Дай вывод для проверки в ближайшие 14 дней».

Сравнение заставляет думать о выборе. А выбор освобождает энергию. Пока у тебя десять равных идей, ты ничего не делаешь. Когда остаются две, уже можно спорить. Когда остаётся одна на ближайшие две недели, можно работать.

Но выбор не должен быть вечным. Это не брак. Это эксперимент. Ты выбираешь не судьбу, а гипотезу на срок. Здесь ChatGPT помогает формулировать эксперимент. «Что должно произойти за две недели, чтобы считать идею перспективной? Какие сигналы провала? Какие действия каждый день?» Такой запрос переводит мечту в проверку.

Проверка должна иметь цифры. Не обязательно сложные. Например: отправить 50 адресных сообщений, получить 8 ответов, провести 5 разговоров, получить 2 просьбы о предложении, закрыть 1 оплату или хотя бы понять конкретную причину отказов. Без цифр ты будешь оценивать настроение. Настроение в бизнесе ненадёжно.

ChatGPT может помочь сделать таблицу эксперимента: дата, сегмент, кому написала, какой текст, ответ, возражение, следующий шаг, вывод. Простая таблица иногда полезнее большого бизнес-плана. Она показывает, что реально происходит.

Есть люди, которые стесняются использовать AI в работе с клиентами. Им кажется, что это обман. Обман начинается не там, где ты используешь инструмент. Обман начинается там, где ты выдаёшь непроверенный машинный ответ за экспертное решение, скрываешь риски, обещаешь невозможное или отправляешь клиенту текст, который сама не читала. Если ты используешь ChatGPT как черновик, редактора, помощника по структуре и честно отвечаешь за результат, это обычная работа с инструментом.

Клиенту важен результат и ответственность. Его не волнует, писала ли ты первый черновик сама или с помощником, если итог точный, полезный и безопасный. Но если итог плохой, ссылка на AI не спасёт. Нельзя сказать: «Это модель ошиблась». Для клиента ошиблась ты.

Поэтому в запросах надо заранее ставить границы безопасности. «Не давай медицинских советов, только структуру вопросов к врачу». «Не формулируй юридическое заключение, только список документов для обсуждения с юристом». «Не обещай финансовую доходность». «Отмечай места, которые требуют проверки специалистом». Такие ограничения нужны не для красоты. Они защищают бизнес.

Если услуга связана с клиентскими данными, запросы должны учитывать приватность. Нельзя бездумно вставлять персональную информацию в любой инструмент. Нужно обезличивать, сокращать, проверять правила сервиса, понимать законы своей страны и требования клиента. Это скучный участок, но именно на нём отличают взрослый бизнес от самодеятельности.

В запросе можно прямо писать: «Предложи способ использовать ChatGPT для обработки обращений клиентов без передачи персональных данных. Дай процесс обезличивания и пра-

вила для сотрудников». Такой ответ может стать основой внутренней инструкции. Потом её всё равно должен проверить человек, который понимает юридическую сторону.

Ещё один приём, который я люблю: просить модель объяснить решение сотруднику. Не тебе, не абстрактному читателю, а конкретному человеку в процессе. Например: «Напиши инструкцию для администратора онлайн-школы: как использовать базу шаблонов и ChatGPT, чтобы отвечать ученикам. Укажи, когда можно отправлять ответ сразу, когда надо редактировать, когда обязательно передать менеджеру».

Такие инструкции превращают идею в работу. Без инструкции внедрение разваливается. Все вроде согласились, что AI поможет, но каждый использует его как попало. Один отправляет сырые ответы, другой боится нажать кнопку, третий забывает обновлять базу. Через месяц руководитель говорит: «Не сработало». Хотя не сработал не инструмент, а отсутствие процесса.

ChatGPT может помочь проектировать процесс. Но процесс должен быть простым. Слишком сложные регламенты никто не читает. Лучше короткая инструкция на одну страницу, чем идеальный документ на тридцать страниц, который живёт в папке.

Иногда модель даёт слишком много. Это её обычная вежливость. На просьбу «составь план» она выдаёт план, подплан, стратегию, показатели, риски, календарь и отдельный раздел про будущее развитие. Вроде щедро, но ты сидишь перед этим и не знаешь, с чего начать. Тогда надо просить сжать: «Оставь только первые три действия, которые дадут проверку спроса. Всё остальное убери».

Умение удалять - половина работы. С ChatGPT главным становится не умение получать текст, а умение выкидывать лишний текст. Раньше человек страдал от нехватки материала. Теперь он страдает от избытка. Избыток создаёт иллюзию богатства, но в работе он мешает.

Проси короче. Проси проще. Проси выделить главное. Проси сказать, что можно не делать. Особенно последнее. Модель редко сама говорит: «Это лишнее». Её надо заставлять выбирать.

Запрос: «Вот план запуска. Убери половину задач так, чтобы остались только действия, влияющие на получение первых клиентов». Это полезно и больно. Обычно вылетают приятные вещи: логотип, долгий блог, идеальная презентация, сложная автоматизация. Остаются разговоры, оффер, отправка, учёт ответов. То есть настоящая работа.

Настоящая работа не всегда выглядит умно. Иногда она выглядит как таблица с фамилиями и датами отправки писем. Но именно там начинается выручка.

Для хороших запросов нужен ещё один навык: сохранять контекст. Если каждый раз начинать заново, модель будет снова угадывать. Лучше вести проектную нить. В начале описать идею, аудиторию, ограничения, тон. Потом просить отдельные элементы в рамках этой нити. Если работа длинная, полезно периодически просить: «Суммируй текущие решения: аудитория, оффер, цена, гипотезы, открытые вопросы».

В работе с клиентскими проектами стоит делать отдельный документ контекста. Кто клиент, чем занимается, какая цель, какой тон бренда, какие запреты, какие примеры удачных текстов, какие продукты, какие частые вопросы, какие обещания нельзя давать. С таким документом ChatGPT работает заметно лучше. Без него каждый запрос похож на знакомство с нуля.

Такой контекст может стать частью услуги. Например, ты продаёшь не просто «посты с ChatGPT», а настройку контентной системы. Сначала собираешь голос бренда, аудиторию, темы, запреты, примеры. Потом создаёшь шаблоны запросов. Потом обучаешь клиента или его сотрудника. Это уже ценнее, чем разовая генерация текстов. Потому что ты продаёшь не набор слов, а порядок.

Порядок трудно продать тем, кто сам ещё живёт в хаосе. Поэтому начни со своего процесса. Сделай для себя библиотеку запросов: разведка ниши, интервью, оффер, письмо, страница услуги, возражения, финансовая проверка, инструкция, пост, анализ результата. Не как музей промптов, а как рабочую кухню. Использовала, улучшила, сохранила.

Но не превращай библиотеку в идола. Шаблон запроса помогает начать, но каждый клиент требует правки. Шаблон без внимания становится тем же мусором, только аккуратно оформленным.

Хороший запрос всегда немного живой. Он учитывает сегодняшнюю задачу. Он говорит модели, что изменилось. Он не ленится добавить одну важную деталь. Иногда именно эта деталь меняет ответ. «Клиент боится увольнять людей», «собственник не любит длинные документы», «у школы много подростков, а платят родители», «клиника не хочет выглядеть слишком технологичной», «команда уже пробовала чатбот и обожглась». Без таких деталей ответы будут ровными и мимо.

Ещё полезно просить несколько уровней глубины. «Сначала дай короткий вывод. Потом подробный разбор. Потом список действий». Это удобно, когда не знаешь, сколько времени будет на чтение. Можно быстро понять суть, а потом погрузиться.

Для сложных решений хорошо работает формат «рекомендация плюс сомнения». Например: «Выбери лучший вариант из трёх, но отдельно напиши, при каких условиях твой выбор окажется неверным». Такой запрос защищает от чрезмерной уверенности. Модель часто звучит так, будто всё решила. А в бизнесе почти всегда есть условия, при которых решение разваливается.

Сомнения не мешают действовать. Они помогают действовать с открытыми глазами. Иногда стоит просить модель не соглашаться. «Не поддерживай мою идею автоматически. Сначала найди три причины, почему она может не сработать. Потом предложи более маленькую версию для проверки». Это особенно важно, если ты уже влюбилась в концепцию. Влюблённый основатель плохо слышит рынок. Ему нужен холодный душ.

Но нельзя перекладывать на него окончательный выбор. Модель может предложить разумные аргументы, но она не знает твою энергию, связи, опыт, страхи, реальные обязательства. Иногда на бумаге лучше один бизнес, а в жизни ты вытягиваешь другой, потому что понимаешь аудиторию и можешь говорить с ней без напряжения. Это тоже фактор. Не всё измеряется таблицей.

Умный запрос учитывает человека, который будет выполнять план. «Я интроверт и не хочу проводить по десять созвонов в неделю» - важное условие. «Я хорошо пишу, но плохо продаю голосом» - важное условие. «У меня есть доступ к сообществу преподавателей» - важное преимущество. «Я могу работать только вечерами» - ограничение. Если не сказать этого, модель нарисует чужую жизнь.

Бизнес-план, который не учитывает твою реальность, является литературой. В этой книге мне важно держать простую линию: ChatGPT полезен там, где ты ставишь ему конкретную работу. Не поклоняешься, не боишься, не ждёшь чудес, а ставишь работу. Разобрать. Сравнить. Написать черновик. Упростить. Найти риск. Подготовить разговор. Составить инструкцию. Посчитать. Проверить на слабость.

Такой подход снимает лишний пафос. Ты не обязана быть техническим гением, чтобы начать. Но ты обязана быть внимательной. Обязана читать ответы. Обязана не отправлять клиенту сырьё. Обязана проверять факты. Обязана помнить, что быстрый текст не равен хорошему решению.

Когда это принято, работа становится спокойнее. Открываешь чат не как храм будущего, а как рабочий стол. Кладёшь задачу. Даёшь условия. Получаешь черновик. Режешь. Уточняешь. Проверяешь. Используешь. Идёшь дальше.

Вот пример полного запроса для старта услуги. Его можно не копировать, а разобрать как логику: «Я хочу за 14 дней проверить услугу для небольших онлайн-школ: настройка AI-помощника для администраторов без разработки приложения. Я одна, бюджет минимальный, умею писать инструкции и тексты, техническая часть только на уровне готовых инструментов. Целевая аудитория: школы с 200-1000 учениками, где много повторяющихся вопросов в

мессенджерах. Помоги сформулировать проблему словами владельца, предложить услугу на 7 дней, описать результат, написать короткое письмо, составить вопросы для интервью, перечислить риски и что нельзя обещать».

В этом запросе есть почти всё: кто делает, для кого, что за задача, срок, ограничения, формат, тон, безопасность. Ответ не станет идеальным. Но он даст материал, с которым можно работать уже сегодня.

После первого ответа можно идти дальше: «Сократи услугу до самого маленького платного варианта». Потом: «Напиши страницу предложения до 1500 знаков». Потом: «Сыграй скептического владельца школы и задай вопросы». Потом: «Переделай письмо с учётом этих вопросов». Потом: «Составь таблицу для учёта отправок и ответов». Вот так запросы складываются в процесс.

Один запрос редко решает задачу. Серия запросов решает лучше. Разговор должен быть не салютом, а рабочей цепочкой. На каждом шаге ты уточняешь, выбираешь, отбрасываешь, приближаешься к действию.

И тут важно не потерять авторство. ChatGPT предлагает. Ты решаешь. Он пишет. Ты отвечаешь за слова. Он считает. Ты проверяешь. Он спорит. Ты выбираешь, что принять. Если поменять местами, получится зависимость. Человек начнёт спрашивать у модели разрешение на каждый шаг. Это смешно и грустно.

AI должен расширять самостоятельность, а не забирать её. В какой-то момент ты заметишь, что стала думать иначе. Не «что бы мне сделать», а «какую задачу я могу поставить так, чтобы получить проверяемый результат». Это полезная перемена. Она дисциплинирует. Ты начинаешь лучше формулировать мысли не только машине, но и людям: клиентам, подрядчикам, сотрудникам, партнёрам.

Хорошая формулировка задачи всегда была дорогим навыком. ChatGPT просто сделал это заметным. Раньше расплывчатое мышление пряталось за долгими обсуждениями. Теперь оно сразу выдаёт плохой ответ. В этом есть даже справедливость. Модель как зеркало: если принести туман, получишь туман, только с аккуратными абзацами.

Поэтому не ругай инструмент раньше времени. Сначала посмотри на запрос. Если ответ плохой, спроси себя: я дала контекст? Я сказала, для кого это? Я указала цель? Я задала формат? Я описала ограничения? Я попросила проверить риски? Я дала пример тона? Я попросила сделать короче? Я вывела результат наружу?

Чаще всего после этих вопросов становится ясно, где провал. Конечно, бывают случаи, когда модель просто ошиблась. Тогда надо исправить, дать источник, попросить пересчитать, проверить самостоятельно. Не стоит вести себя так, будто ChatGPT обязан угадать всё с первого раза. Но и оправдывать его ошибки не надо. Рабочий инструмент должен проходить контроль.

В конце этой главы я хочу оставить не красивую мысль, а практику. Открой любой свой текущий проект или идею. Напиши один плохой запрос, как написала бы раньше. Потом перепиши его по простой схеме: роль, контекст, аудитория, цель, ограничения, формат, критерий хорошего ответа. Сравни результаты. Скорее всего, разница будет такой, что ты немного разозлишься на себя за прежнюю лень.

Это хорошая злость. Из неё получается навык. Потому что умение разговаривать с машиной на самом деле является умением ясно думать о задаче. Машина просто не делает вид, что поняла тебя из полунамёка. Люди иногда делают, а потом всё равно ошибаются. ChatGPT ошибается быстрее. И этим полезен.

Дай ему нормальную задачу. Потом проверь ответ. Потом сделай следующий шаг. С этого начинается работа.

Есть ещё маленькая, но важная привычка: сохранять не только удачные ответы, но и удачные уточнения. Часто ценность появляется не в первой фразе, а во второй или третьей,

когда ты понимаешь, чего не хватало. Запрос «сделай короче» полезен, но слаб. Запрос «сделай короче, сохрани конкретный результат, убери обещания и оставь один следующий шаг» уже работает как редакторская рука.

Если ты работаешь с клиентом, не стесняйся показывать ему структуру, а не весь черновой поток. Клиенту не нужно видеть, как ты спорила с машиной. Ему нужен ясный итог. Внутри у тебя может быть десяток версий, снаружи - один аккуратный документ, где понятно, что будет сделано, зачем и как проверить результат.

Это разделение внутренней кухни и внешней подачи спасает от лишних объяснений. Не надо говорить клиенту: «Я тут попросила ChatGPT придумать». Лучше говорить: «Я подготовила три варианта, вот логика выбора, вот риски, вот что предлагаю проверить первым». Инструмент остаётся инструментом. Ответственность остаётся у тебя.

Со временем ты начнёшь замечать, что хорошие запросы похожи на хорошие управленческие поручения. Нельзя сказать сотруднику: «Займись маркетингом» и ждать чуда. Надо сказать, какой продукт, какой рынок, какой срок, какой бюджет, какой результат нужен. ChatGPT просто обнажает эту истину быстрее и без обид.

И последнее. Не ищи универсальный промпт. Универсальные промпты продаются хорошо, но в живой работе быстро стареют. Твоя сила не в том, что ты нашла волшебную формулу, а в том, что умеешь каждый раз собрать задачу заново: увидеть ситуацию, назвать ограничения, выбрать формат, проверить ответ и довести его до действия.

Вопрос, который приносит деньги

В бизнесе человек часто проигрывает не потому, что мало знает. Он проигрывает потому, что плохо спрашивает. Спрашивает рынок так, что получает вежливое «интересно». Спрашивает клиента так, что тот отвечает общими словами. Спрашивает ChatGPT так, что получает гладкую простыню текста, после которой всё равно непонятно, что делать утром.

Хороший вопрос похож на ключ. Не на золотой ключик из сказки, а на обычный рабочий ключ, которым открывают дверь в подсобку. За дверью может быть беспорядок, старые коробки, пыль и настоящий инвентарь. Но сначала надо открыть. Плохой вопрос оставляет тебя в коридоре, где можно сколько угодно рассуждать о будущем.

Когда люди говорят о запросах к ChatGPT, они часто начинают с хитростей. Используй такую фразу, добавь такую роль, попроси такой формат. Всё это может быть полезно. Но до хитростей есть более грубая вещь: вопрос должен быть связан с действием. Если после ответа ты не понимаешь, что проверить, кому написать, что изменить, что посчитать, вопрос был развлечением.

Развлечение не запрещено. Просто не надо путать его с работой.

Допустим, ты пишешь: «Как мне заработать на ChatGPT?» Ответ будет широкий, бодрый и почти бесполезный. Он перечислит контент, чатботы, обучение, переводы, поддержку, программирование, консалтинг. Ты прочитаешь, кивнёшь и останешься на месте. Потому что вопрос не заставил ответ приблизиться к твоей жизни.

Теперь другой вопрос: «Я умею писать понятные инструкции и раньше работала администратором в онлайн-школе. У меня нет бюджета на разработку. Как за десять дней проверить, будут ли владельцы небольших онлайн-школ платить за настройку базы ответов и шаблонов переписки с использованием ChatGPT? Нужен план по дням, письмо для первого контакта и список критериев, по которым понять, что идея живая». Такой вопрос уже пахнет делом.

В нём есть человек, опыт, ограничение, аудитория, срок, результат. ChatGPT не обязан угадать всё. Ему дали карту.

Многие думают, что сильный запрос должен быть длинным. Нет. Он должен быть точным. Иногда точность занимает две строки. «Напиши три варианта ответа клиенту, который спрашивает цену, но ещё не понимает ценность услуги. Тон спокойный, без давления, цель: назначить короткий созвон». Этого достаточно, если задача простая.

Но если задача связана с бизнес-моделью, рынком или деньгами, короткий запрос часто слишком беден. Деньги живут в подробностях. Кто платит. За что платит. Как часто. Почему сейчас. Что уже пробовал. Чего боится. Кто принимает решение. Сколько стоит проблема. Если этих подробностей нет, модель достраивает их сама. И обычно достраивает удобно, красиво, неправдоподобно.

Поэтому я не люблю вопросы из серии «дай идею на миллион». Они соблазнительные, но пустые. Идея на миллион без канала продаж, команды, маржи, удержания и доверия похожа на рецепт торта без кухни. Приятно читать, нечего есть.

Лучше спрашивать иначе: «Какая маленькая платная версия этой идеи может быть проверена за неделю?» Вот вопрос, который возвращает к земле. Земля может выглядеть скучно. Зато на ней стоит касса.

В исходной книге много внимания уделено тому, что ChatGPT можно использовать для вопросов, команд, контента, программирования, обучения, поддержки, исследований. Там есть ощущение восторга перед универсальным помощником. Я понимаю этот восторг. Когда впервые видишь, как машина отвечает на почти любую тему, хочется спрашивать обо всём. Но предпринимательская польза появляется, когда ты перестаёшь спрашивать обо всём и начинаешь спрашивать о следующем шаге.

Следующий шаг всегда конкретен. Не «развить бренд», а «написать письмо десяти владельцам школ». Не «понять рынок», а «составить вопросы для пяти интервью». Не «сделать продукт», а «собрать ручной прототип услуги». Не «улучшить продажи», а «переписать оффер так, чтобы за 20 секунд было понятно, кому и чем я помогаю».

ChatGPT хорошо служит следующему шагу. Он плохо служит туману.

Есть простой способ проверить свой вопрос перед отправкой. Представь, что ты задаёшь его не машине, а живому помощнику, которому платишь почасово. Ты бы сказала ему: «Сделай мне бизнес»? Скорее всего, нет. Ты бы сказала: «Посмотри на эту услугу, найди слабые места, подготовь три письма и список клиентов, которым это может быть интересно». Вот так и надо писать.

Иногда полезно начинать не с просьбы, а с признания. «Я не понимаю, кто мой покупатель». «Я не знаю, как объяснить ценность». «У меня слишком много идей». «Я боюсь назначить цену». Такие фразы кажутся неловкими, но они помогают поставить правильную задачу. ChatGPT не осудит. А ты перестанешь прятать настоящую проблему за умными словами.

Если настоящая проблема в страхе цены, не надо просить маркетинговую стратегию. Надо просить: «Помоги рассчитать три варианта цены для услуги, где я трачу 12 часов работы, хочу заработать не меньше такой суммы, клиент получает такие материалы. Покажи, как объяснить цену без оправданий».

Если проблема в отсутствии клиентов, не надо просить логотип. Надо просить: «Где найти первых двадцать людей, которым может быть нужна эта услуга, и что написать каждому сегменту?»

Если проблема в том, что предложение непонятно, не надо просить посты для соцсетей. Надо просить: «Перепиши мой оффер пятью способами для занятого владельца бизнеса. Каждый вариант до двух предложений. После каждого укажи, что остаётся непонятным».

Вопрос должен попадать в узкое место. Тогда он приносит деньги не сразу, но по цепочке. Хороший вопрос даёт ясный ответ. Ясный ответ даёт действие. Действие даёт реакцию рынка. Реакция рынка даёт правку. Правка увеличивает шанс продажи.

Плохой вопрос даёт красивый текст. На этом всё заканчивается.

Я видела, как люди используют ChatGPT вместо разговора с клиентом. Они спрашивают: «Что нужно владельцам ресторанов?» Модель отвечает. Потом они строят услугу на этом ответе и удивляются, что рестораны не покупают. Но ChatGPT не владелец ресторана. Он может помочь подготовиться к разговору, собрать гипотезы, показать типичные боли. Но настоящие слова клиента надо брать у клиента.

Правильный запрос в такой ситуации звучит так: «Составь гипотезы о проблемах владельцев небольших ресторанов в коммуникации с гостями, но отдельно отметь, что надо проверить в интервью. Дай вопросы, которые не подсказывают ответ». Это уже взрослее. Ты не просишь модель заменить рынок. Ты просишь помочь выйти к рынку умнее.

Вопросы для интервью вообще требуют осторожности. Люди любят задавать такие вопросы, на которые им приятно отвечать. «Вам было бы интересно использовать AI для улучшения сервиса?» Конечно, многие скажут «да, интересно». Интерес не оплата. Лучше спросить: «Как сейчас гости задают вопросы до визита? Кто отвечает? Сколько времени это занимает? Какие вопросы повторяются? Что происходит, когда человек не получает ответ быстро? Вы уже пытались это исправить? Сколько готовы тратить на решение, если оно снимет часть нагрузки?»

Такие вопросы менее красивые. Зато из них можно понять, есть ли деньги.

ChatGPT может помочь убрать подсказку из вопроса. Напиши: «Проверь эти вопросы для интервью. Укажи, где я подталкиваю собеседника к нужному ответу. Перепиши нейтрально». Это маленькая вещь, но она спасает от самообмана.

Самообман в бизнесе обычно вежливый. Он не кричит. Он говорит: «Людам понравилась идея». Кто эти люди? Что именно понравилось? Они заплатили? Попросили счёт? Назвали проблему своими словами? Вернулись через день? Или просто улыбнулись и сказали, что звучит перспективно? Хорошие вопросы помогают отделить интерес от покупки.

С ChatGPT можно тренировать этот навык. После каждого разговора с потенциальным клиентом вставляй краткие заметки и проси: «Раздели сигналы на сильные, слабые и пустые. Сильный сигнал: человек уже тратит деньги или время на проблему, просит цену, хочет следующий шаг. Слабый: говорит, что интересно. Пустой: вежливая похвала». Такой разбор неприятен, но полезен.

Неприятность часто является признаком настоящей работы.

Теперь о командах. В старой речи слово «команда» звучит жёстко: приказал, получил. С ChatGPT команда работает иначе. Ты не просто приказываешь. Ты формируешь рамку, в которой помощник должен думать. «Сделай» без рамки почти всегда хуже, чем «сделай для кого, зачем, в каком формате и чего избегать».

Команда должна включать критерий качества. Например, не «напиши текст для лендинга», а «напиши первый экран лендинга так, чтобы владелец онлайн-школы за 10 секунд понял: я помогаю сократить нагрузку на администраторов за счёт базы ответов и шаблонов с ChatGPT. Без обещаний полной автоматизации. Кнопка должна вести на 15-минутный разговор».

Критерий качества заставляет ответ служить цели. Без него модель будет стараться быть красивой, полной, полезной вообще. А «полезно вообще» плохо продаёт.

Можно дать отрицательные критерии: «Не используй слова инновационный, революционный, уникальный, трансформация, новый уровень. Не обещай рост продаж. Не пиши длинные абзацы. Не делай вид, что AI всё решит сам». Такие запреты иногда дают больше пользы, чем положительные указания.

Запреты нужны потому, что модель часто тянет к привычным рекламным фразам. Она не виновата. В интернете их много. Но твой клиент не обязан читать очередную порцию одинакового блеска. Если хочешь звучать как человек, убирай пустые усилители.

Есть хороший тест: прочитай ответ вслух. Если ты не смогла бы сказать это клиенту на встрече, текст надо переписать. «Наша передовая AI-экосистема оптимизирует коммуникационные процессы» не говорит живой человек, который хочет получить деньги за конкретную работу. Он говорит: «Мы соберём для вашей команды готовые ответы на повторяющиеся вопросы и покажем, как использовать их без риска отправить клиенту ерунду».

Второе предложение проще. Поэтому сильнее.

ChatGPT может помогать с упрощением. Запрос: «Перепиши так, чтобы это звучало как разговор с владельцем бизнеса, а не как презентация на конференции. Сохрани смысл, убери абстрактные слова». Такой запрос стоит держать под рукой.

Но иногда простота превращается в грубость. Тогда надо уточнить тон: «Сделай проще, но не фамильярно. Уважай читателя. Без шуток». Тон не менее важен, чем смысл. Особенно в первом контакте.

Первый контакт редко продаёт. Его задача обычно проще: добиться ответа или разговора. Новички часто пытаются засунуть в первое письмо всю жизнь услуги. Там и проблема, и решение, и опыт, и выгоды, и список функций, и предложение созвона. Получается письмо-кирпич. Занятый человек не читает кирпичи.

Хороший запрос для первого письма может быть таким: «Напиши письмо до 90 слов владельцу небольшой онлайн-школы. Цель: спросить, актуальна ли проблема повторяющихся вопросов учеников и родителей. Не продавай услугу в лоб. Укажи одну конкретную наблюдаемую боль и предложи коротко обменяться опытом. Тон спокойный».

После этого стоит попросить три варианта. Не десять. Десять снова создают шум. Три достаточно, чтобы выбрать направление.

Потом спросить: «Что в этих письмах может раздражать получателя?» Модель покажет слабые места: слишком общо, нет персонализации, звучит как массовая рассылка, непонятно, кто пишет, слишком рано предлагается созвон. Это помогает не позориться на первом шаге.

Персонализация не означает вставить имя и название компании. Это делают все. Настоящая персонализация показывает, что ты понимаешь контекст. «У вас несколько курсов с разными расписаниями, и, предполагаю, администраторы часто отвечают на вопросы про доступ, записи и домашние задания». Даже если предположение надо проверить, оно уже конкретнее пустого «мы помогаем бизнесу расти».

ChatGPT может подготовить персонализированные гипотезы, если дать ему информацию о компании. Но нельзя скармливать закрытые данные без права. И нельзя выдавать догадки за факты. Формулировка «предполагаю» иногда честнее и безопаснее, чем уверенное заявление.

Дальше начинается переписка. И здесь многие теряются. Человек ответил: «А что именно вы предлагаете?» Новичок радостно вываливает всё. Лучше иметь заготовки. Запрос: «Составь короткие ответы на три реакции: 1) что именно вы делаете, 2) сколько стоит, 3) у нас уже есть шаблоны. Каждый ответ до 80 слов, цель: перевести в короткий разговор или получить разрешение задать два вопроса».

Такие заготовки не надо отправлять механически. Их надо читать и подгонять. Но они снижают панику. Паника в переписке плохо продаёт.

Паника часто появляется из-за возражений. «Дорого», «нам не нужно», «мы уже используем ChatGPT», «у нас нет времени», «пришлите информацию», «напишите через месяц». ChatGPT полезен как тренажёр. Попроси его сыграть клиента, который не хочет покупать. Пусть задаёт неприятные вопросы. Отвечай. Потом попроси оценить, где ты оправдывалась, где говорила слишком много, где не уточнила причину возражения.

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.