Геннадий MARZHA
DIGITAL

AI для малого бизнеса

Геннадий MARZHA DIGITAL

AI для малого бизнеса

«Автор»
2026

MARZHA DIGITAL Г.

AI для малого бизнеса / Г. MARZHA DIGITAL — «Автор», 2026

Искусственный интеллект уже стал практическим инструментом малого бизнеса — но максимальную пользу он даёт только тогда, когда встроен в реальные рабочие процессы.Эта книга показывает, как использовать AI для анализа рынка и конкурентов, создания продуктов и офферов, маркетинга, контента, продаж, работы с клиентами, планирования и автоматизации. Внутри — пошаговые методики, практические сценарии, готовые AI-запросы, чек-листы и 30-дневный план внедрения. Без громких обещаний и сложной технической теории: только то, что можно применять в работе предпринимателя уже сегодня.Книга подойдёт владельцам малого бизнеса, самозанятым, специалистам и всем, кто хочет экономить время, быстрее принимать решения и системно использовать AI в бизнесе.

© MARZHA DIGITAL Г., 2026
© Автор, 2026

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 5
ГЛАВА 1. ЧТО AI РЕАЛЬНО МОЖЕТ ДАТЬ МАЛОМУ БИЗНЕСУ 6
1.1. AI как усилитель, а не замена предпринимателя 6
1.2. Пять зон, где AI даёт малому бизнесу наибольшую практическую пользу 7
1.3. Какие задачи не стоит слепо передавать AI 8
1.4. Практический сценарий: один рабочий день с AI 9
1.5. Правило книги: AI готовит, человек решает 10
ГЛАВА 2. КАК ПРАВИЛЬНО СТАВИТЬ ЗАДАЧИ AI 11
2.1. Почему хороший результат начинается не с «магического промпта» 11
2.2. Формула сильной задачи 12
2.3. Правило «одна задача — один ожидаемый результат» 13
2.4. Как давать AI контекст о бизнесе 14
2.5. Как улучшать слабый ответ 15
Конец ознакомительного фрагмента. 16

Геннадий MARZHA DIGITAL
AI для малого бизнеса

ВВЕДЕНИЕ

Искусственный интеллект уже перестал быть инструментом только для программистов и крупных компаний. Для малого бизнеса его ценность в другом: один человек может выполнять больше задач без немедленного расширения команды.

Предприниматель ежедневно сталкивается с десятками повторяющихся действий: придумать предложение для клиента, написать письмо, подготовить публикацию, сравнить конкурентов, оформить описание товара, собрать вопросы к поставщику, структурировать финансовые данные, подготовить план запуска или разобрать обратную связь покупателей. Каждая такая задача сама по себе небольшая, но вместе они забирают значительную часть рабочего времени.

AI особенно полезен там, где требуется быстро обработать информацию, предложить варианты, привести хаотичные данные к структуре, подготовить черновик или помочь человеку принять решение. При этом AI не должен становиться «автопилотом», которому без проверки передают критические решения. Сильная модель работы выглядит иначе: человек задаёт цель и ограничения, AI ускоряет анализ и подготовку, человек проверяет результат и принимает окончательное решение.

В этой книге мы будем использовать именно такой подход.

Цель — не научиться писать красивые запросы ради самих запросов. Цель — построить рабочую систему, в которой AI помогает бизнесу зарабатывать, экономить время и уменьшать объём ручной работы.

ГЛАВА 1. ЧТО AI РЕАЛЬНО МОЖЕТ ДАТЬ МАЛОМУ БИЗНЕСУ

1.1. AI как усилитель, а не замена предпринимателя

Главная ошибка — воспринимать AI как «виртуального сотрудника, который всё сделает сам». На практике максимальная польза появляется тогда, когда предприниматель использует AI как усилитель собственных решений.

Представим владельца небольшого интернет-проекта. За один день ему нужно:

— ответить потенциальным клиентам;
— подготовить публикацию;
— придумать рекламное предложение;
— сравнить предложения конкурентов;
— разобрать отзывы;
— подготовить письмо поставщику;
— составить список задач на завтра.

Без AI каждая задача требует отдельного переключения внимания. С AI можно создать единый рабочий контур: предприниматель передаёт вводные, получает первый результат, проверяет и дорабатывает его.

Это не отменяет профессиональные знания. Наоборот: чем лучше человек понимает свою задачу, тем ценнее становится AI.

1.2. Пять зон, где AI даёт малому бизнесу наибольшую практическую пользу

Первая зона — контент и коммуникации.

AI может помогать готовить публикации, письма, описания товаров, ответы клиентам, сценарии видео, FAQ, рекламные тексты и варианты заголовков.

Вторая зона — анализ.

Он способен структурировать информацию о конкурентах, сегментировать отзывы, сравнивать предложения, выделять повторяющиеся проблемы клиентов и собирать гипотезы для проверки.

Третья зона — продажи.

AI можно использовать для подготовки скриптов, персонализированных предложений, обработки типовых возражений, follow-up сообщений и подготовки коммерческих предложений.

Четвёртая зона — управление.

AI помогает превращать хаотичные заметки в план, составлять чек-листы, декомпозировать цели, подготавливать регламенты и структурировать процессы.

Пятая зона — создание новых продуктов.

С его помощью можно быстрее исследовать тему, собрать структуру продукта, подготовить первую версию материалов, придумать упаковку и сформировать сценарий запуска.

1.3. Какие задачи не стоит слепо передавать AI

Есть три категории, где результат всегда требует особенно тщательной проверки.

Первая — финансовые, юридические и налоговые решения. AI может помочь структурировать вопрос или объяснить общий принцип, но итоговое решение должно основываться на актуальных правилах и, когда необходимо, на профессиональной консультации.

Вторая — фактические данные, от которых зависит важное решение. Модель может ошибиться, перепутать источник или сделать слишком уверенный вывод. Значимые цифры и утверждения нужно проверять.

Третья — действия, затрагивающие репутацию бизнеса. Письмо ключевому клиенту, публичное заявление, спорный ответ на жалобу или коммерческое предложение лучше использовать как черновик, а не отправлять без просмотра.

1.4. Практический сценарий: один рабочий день с AI

Задача: предприниматель продаёт цифровые продукты и хочет за один рабочий блок подготовить план продвижения нового продукта.

Шаг 1. Передать AI описание продукта.

Шаг 2. Попросить определить основные сегменты покупателей.

Шаг 3. Для каждого сегмента сформулировать главную проблему и ценность продукта.

Шаг 4. Подготовить по три рекламных сообщения для каждого сегмента.

Шаг 5. Превратить лучшие идеи в недельный контент-план.

Шаг 6. Попросить AI составить список гипотез, которые стоит проверить первыми.

Шаг 7. Вручную выбрать реалистичные варианты и запустить тест.

Готовый AI-запрос

«Ты выступаешь как бизнес-аналитик и маркетолог малого бизнеса. Я дам описание моего продукта. Определи 3–5 наиболее вероятных сегментов покупателей. Для каждого сегмента укажи: основную проблему, желаемый результат, ключевое возражение, ценность продукта и пример рекламного сообщения. Не придумывай статистику и факты, которых нет во вводных. После анализа предложи 5 гипотез, которые можно быстро проверить с небольшим бюджетом. Описание продукта: [вставьте описание]»

Ожидаемый результат

Вместо хаотичного старта предприниматель получает первую структурированную карту аудитории и набор проверяемых гипотез. Это ещё не готовая маркетинговая стратегия, но уже качественная отправная точка.

1.5. Правило книги: AI готовит, человек решает

Дальше мы будем постоянно возвращаться к одному правилу:
AI может подготовить варианты.
AI может ускорить анализ.
AI может структурировать информацию.
AI может показать то, что человек упустил.
Но ответственность за итоговое бизнес-решение остаётся у человека.
Именно такой подход превращает AI из развлечения в полезный инструмент бизнеса.

КОНТРОЛЬНЫЙ ЧЕК-ЛИСТ ГЛАВЫ

После этой главы вы должны уметь:
— назвать минимум пять бизнес-задач, которые можно ускорить с AI;
— отличать подготовку решения от самого решения;
— понимать, какие ответы требуют обязательной проверки;
— сформулировать первую задачу AI в контексте собственного бизнеса.

Следующая глава: как правильно ставить задачи AI, чтобы получать предсказуемо полезные ответы вместо общих и поверхностных текстов.

ГЛАВА 2. КАК ПРАВИЛЬНО СТАВИТЬ ЗАДАЧИ AI

2.1. Почему хороший результат начинается не с «магического промпта»

Предприниматели часто ищут идеальную формулировку запроса, которая якобы должна гарантировать сильный ответ. На практике важнее другое: насколько хорошо вы объяснили задачу, контекст и ограничения.

AI не знает ваш бизнес так, как знаете его вы. Если написать: «Придумай рекламу для моего продукта», модель будет вынуждена достраивать недостающие детали. Чем больше она додумывает, тем выше риск получить общий и бесполезный текст.

Сильная постановка задачи обычно содержит шесть элементов:

— роль AI;
— цель;
— контекст;
— входные данные;
— ограничения;
— формат результата.

Эти шесть элементов можно использовать как универсальный каркас почти для любой бизнес-задачи.

2.2. Формула сильной задачи

Роль отвечает на вопрос: в каком профессиональном качестве должен работать AI. Например: бизнес-аналитик, редактор, маркетолог, менеджер по продажам, финансовый помощник.

Цель отвечает на вопрос: что именно должно измениться после выполнения задачи.

Контекст объясняет, для какого бизнеса, продукта, аудитории и ситуации нужен результат.

Входные данные — это факты, которыми AI должен оперировать: описание продукта, отзывы, таблица, письмо клиента, список конкурентов, показатели продаж.

Ограничения защищают от ненужных фантазий. Здесь можно написать: «не придумывай статистику», «не используй агрессивные обещания», «не меняй цену», «не делай юридических выводов».

Формат результата задаёт структуру ответа: таблица, список, пошаговый план, три варианта текста, сценарий разговора, чек-лист.

Пример слабого запроса:

«Напиши продающий текст.»

Пример сильного запроса:

«Ты работаешь как маркетолог для малого бизнеса. Нужно подготовить текст карточки цифрового продукта для начинающих предпринимателей. Продукт помогает быстрее формулировать офферы, писать клиентам и планировать маркетинг с помощью AI. Цена — 4 990 #. Целевая аудитория — владельцы малого бизнеса и самозанятые без штатного маркетолога. Не обещай гарантированный рост дохода и не придумывай статистику. Сначала дай заголовок, затем короткий блок ценности, 5 выгод, 3 возражения с ответами и финальный призыв к действию.»

Во втором случае модель получает границы, в которых можно работать качественно.

2.3. Правило «одна задача — один ожидаемый результат»

Одна из самых частых ошибок — отправлять AI длинный список несвязанных просьб в одном сообщении. Например: проанализировать рынок, придумать бренд, написать контент-план, рассчитать цену и ещё составить финансовый прогноз.

Технически AI может ответить на всё сразу, но качество обычно падает. Лучше разбивать работу на цепочку.

Шаг 1. Сформулировать цель.

Шаг 2. Получить первый результат.

Шаг 3. Проверить его.

Шаг 4. Передать уточнения.

Шаг 5. На основе утверждённого результата поставить следующую задачу.

Такой подход особенно полезен в маркетинге, аналитике и создании продуктов.

2.4. Как давать AI контекст о бизнесе

Если вы регулярно используете AI для бизнеса, полезно заранее подготовить краткую карточку компании.

В ней могут быть:

— что вы продаёте;

— кому продаёте;

— средний чек;

— основные каналы продаж;

— ключевые преимущества;

— типичные возражения;

— ограничения бренда;

— тон коммуникации;

— цели на ближайший период.

Эту карточку можно вставлять в начало важных запросов. Тогда ответы становятся более последовательными.

Готовый шаблон бизнес-контекста

«Компания/проект: [название].

Продукт: [что продаём].

Целевая аудитория: [кто покупатель].

Основная проблема клиента: [проблема].

Желаемый результат клиента: [результат].

Цена/средний чек: [значение].

Каналы продаж: [каналы].

Наши преимущества: [3–5 преимуществ].

Типичные возражения: [список].

Тон коммуникации: [деловой/дружелюбный/экспертный].

Ограничения: не придумывать факты, статистику и гарантии результата.»

2.5. Как улучшать слабый ответ

Не нужно каждый раз начинать разговор заново. Если ответ получился слабым, можно дать точную обратную связь.

Вместо «плохо, переделай» лучше написать:

«Ответ слишком общий. Убери абстрактные формулировки. Добавь конкретные действия, которые предприниматель может выполнить за один день. Не используй слова “инновационный”, “уникальный” и “революционный”. Дай результат в таблице из трёх колонок: действие, зачем это нужно, что должно получиться.»

AI хорошо реагирует на конкретную критику, потому что она превращается в новые ограничения задачи.

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.