

Дамир Халилов

ChatGPT на каждый день

333
ПРОМТА
для бизнеса
и маркетинга

То, что за искусственным интеллектом будущее, любой думающий человек уже осознал. Но мало это понимать, куда важнее ответить на вопрос «А что это означает лично для меня?». Книга Дамира Халилова — один из способов начать использовать инструменты ИИ для более эффективного решения задач развития бизнеса, построения карьеры, нахождения максимально комфортного места для себя в формирующемся мире будущего.

Максим Спиридонов,
серийный предприниматель,
кооснователь бизнес-клуба *Reforma*,
проектов «Нетология», «Фоксфорд»

Книга Дамира — кладезь готовых инструментов для огромного количества как начинающих предпринимателей, так и профессионалов экстра-класса. Искусство задавать вопросы — это действительное волшебство, на овладение которым я лично потратил десятилетия. Правильно сформулированная проблема — наполовину решенная проблема. Дамир за нас уже все сформулировал, написал и опубликовал в этой книге. Берите, пользуйтесь.

Сергей Азимов,
специалист по переговорам
и личным продажам

Дамир Халилов

ChatGPT на каждый день

**333 промта
для бизнеса и маркетинга**

АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР

Москва, 2024

УДК 339.138

ББК 65.291.3

Х17

В книге упоминаются социальные сети Instagram и/или Facebook, принадлежащие компании Meta Platforms Inc., деятельность которой по реализации соответствующих продуктов на территории Российской Федерации запрещена.

В приведенных в книге примерах сохранена орфография и пунктуация нейросетей.

Халилов Д.

X17 ChatGPT на каждый день: 333 промта для бизнеса и маркетинга /
Дамир Халилов. — М. : Альпина Паблишер, 2024. — 308 с.

ISBN 978-5-9614-9782-3

Дамир Халилов один из первых в России не только начал использовать нейросети для автоматизации своей работы, но и стал обучать этому других. В своей книге он рассказывает, как использовать ChatGPT и другие ИИ-инструменты для бизнеса и маркетинга. В основе издания – 333 готовых промт, разработанных автором по собственной методике с учетом особенностей работы нейросетей и проверенных на множестве реальных проектов. Эти промты позволяют создавать наиболее актуальные бизнес- и маркетинговые материалы – от постов в соцсетях до комплексных стратегических документов. Особое внимание уделяется структуре и элементам промтов, от которых зависит качество ответов нейросети. Книга дает возможность адаптировать предложенные шаблоны под конкретные задачи: подставляя в указанные места информацию о специфике продукта, его особенностях и преимуществах, вы сможете получать десятки постов, сценариев, Stories, при этом вы будете тратить на работу с каждым не более минуты и экономить десятки и сотни тысяч рублей на работе подрядчиков.

УДК 339.138

ББК 65.291.3

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в интернете и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

ISBN 978-5-9614-9782-3

© Дамир Халилов, 2024

© ООО «Альпина Паблишер», 2024

*Посвящается моим детям Альберту
и Миа Лауре. То, что мы сейчас называем
чудом, вы будете называть реальностью*

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	7
Задачи ChatGPT	13
Сильные и слабые стороны ChatGPT.....	16
Выбираем формат работы с ChatGPT	20
Предубеждения относительно AI.....	29
Почему именно я пишу эту книгу?	38
Инструкция по использованию промтов из книги	44
Правила работы с промтами	49
ПРОМТЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА	55
Создаем контент для социальных сетей	57
Создаем контент для маркетплейсов.....	76
Создаем тексты различного формата.....	78
Создаем структуру и текстовую часть презентаций.....	101
Редактирование, перевод, перрайтинг и корректура	104
Создаем лид-магниты	108

РОЛЕВЫЕ ПРОМТЫ	117
ИСПОЛЬЗУЕМ	
КОПИРАЙТЕРСКИЕ ФРЕЙМВОРКИ (ФОРМУЛЫ)	127
ПРОМТЫ ДЛЯ МАРКЕТИНГА	137
Решаем важнейшие маркетинговые задачи	139
Проводим CustDev	150
Создаем ключевые маркетинговые документы	164
Ищем идеи для привлечения новых клиентов	171
Используем ChatGPT для рекламы	173
Разрабатываем структуру и пишем текстовую часть сайтов и лендинг	186
Создаем программу лояльности	190
ПРОМТЫ ДЛЯ БИЗНЕСА	195
Автоматизируем работу отдела продаж	197
Автоматизируем HR-задачи	204
Создаем новый бизнес	212
Создаем бизнес-план	215
Масштабируем бизнес	218
Создаем и укрепляем корпоративную культуру	222
Используем креативные техники для развития компании	233

ПРОМТЫ ДЛЯ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ	239
Готовим публичное выступление.....	241
Разрабатываем онлайн-курс	249
Улучшаем свою программу	261
ПРОМТЫ ДЛЯ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА	265
Распаковка личности и распаковка продукта	267
Прорабатываем позиционирование эксперта.....	271
ПРОМТЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ИЛЛЮСТРАЦИЙ	277
Принципы работы с нейроиллюстрациями в ChatGPT	279
Создаем нейроиллюстрации	283
Работаем с функцией image to text.....	293
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	299
БЛАГОДАРНОСТИ.....	306

Введение

В январе 2023 года я впервые зашел в ChatGPT. У меня была крайне простая задача — понять, как можно использовать нейросети для работы в социальных сетях. Я ввел простой промт «Напиши объявление таргетированной рекламы для курса SMM-профессионал» и через несколько секунд получил предсказуемо шаблонный и серый результат.

Напиши объявление таргетированной рекламы о курсе по трендам SMM 2023

Хотите оставаться в тренде в мире социальных медиа в 2023 году? Тогда наш курс по трендам SMM 2023 именно для вас!

Узнайте, какие тенденции будут править миром социальных медиа в 2023 году и как вы можете использовать их, чтобы продвигать свой бизнес. Наши эксперты по SMM поделятся с вами своими знаниями и опытом в области социальных медиа, чтобы помочь вам создавать успешные кампании и привлекать больше клиентов.

Курс по трендам SMM 2023 будет полезен для всех, кто хочет узнать о новых технологиях и инструментах в мире социальных медиа. Мы гарантируем, что после прохождения курса вы будете знать, как привлекать и удерживать аудиторию в 2023 году.

Зарегистрируйтесь на наш курс прямо сейчас и станьте экспертом в мире социальных медиа!

О том, чтобы использовать этот текст в настоящей рекламной кампании, не могло быть и речи. Однако для себя я отметил, что 50% SMM-специалистов напишут хуже.

Я уже готов был признать, что пока нейросети не дотягивают до нужного мне уровня, однако вскоре обнаружил, что существует специальная отрасль знаний — промт-инжиниринг, искусство ставить нейросети правильный промт (задачу). Изучив основы промт-инжиниринга, я вернулся в ChatGPT и написал комплексный, хорошо проработанный промт.

Напиши объявление таргетированной рекламы о курсе по трендам SMM 2023 :: Объем до 2000 знаков :: Пиши от лица профессионала с 16-летним опытом :: избегай тавтологий, клишированных выражений :: Tone of voice — экспертный, в меру теплый, не пытайся давить на человека, избегай восторга, экзальтации, предубежденности :: Пиши для аудитории профессиональных SMM-специалистов, которые хотят развиваться профессионально, овладевать трендовыми навыками, повышать чек, увеличивать охваты :: Основные блоки текста: опиши топ-5 болей аудитории, кульминация, презентация решения, подтверждение выбора с помощью преимуществ, призыв к действию :: Основные смыслы — востребованная профессия, опытный наставник, пошаговое руководство, опыт 16 лет на рынке, экономия времени и денег.

Результат оказался кардинально иным.

1. Устали постоянно искать актуальную информацию?
2. Проваливаются попытки привлечь новую аудиторию?
3. Ощущаете дефицит свежих идей для контента?
4. Сложно понять, какие тренды действительно стоят вашего времени?
5. Осознаёте, что текущий набор навыков больше не работает?

Я, как SMM-специалист с 16-летним стажем, многократно сталкивался с такими вопросами. Я знаю, что за этими проблемами скрываются часы работы, которые можно было бы провести с пользой.

Здесь и сейчас у вас есть возможность стать специалистом, способным видеть и использовать новейшие SMM-тренды, увеличивать охваты и повышать чек.

Представляю вашему вниманию курс «Тренды SMM 2023».

На этом курсе вы получите:

- Глубокое понимание актуальных SMM-трендов.
- Практические навыки их реализации.
- Методики отбора перспективных трендов.
- Рекомендации по оптимизации времени и ресурсов.

В результате у вас появится не просто набор новых навыков.

Вы станете SMM-специалистом, готовым к переменам и способным использовать их в свою пользу.

Те, кто уже прошел курс, подтвердят: они смогли увеличить охваты, повысить чек и обрести уверенность в своем профессионализме.

Вы готовы присоединиться?

В этом объявлении была выверенная структура, присоединение к аудитории по ценностям, аккуратный призыв к действию. Такое объявление могут написать уже не более 30% SMM-специалистов и таргетологов. Мы запустили объявление в рамках нашей рекламной кампании, и среди 90 объявлений, написанных профессионалами высочайшего класса, оно заняло седьмое место по эффективности (количество целевых действий и цена каждого).

Мне стало очевидно, что началась новая эпоха. И главным навыком этой эпохи станет именно работа с нейросетями. Ведь ChatGPT и другие новейшие сервисы позволяют каждому человеку избавиться от рутины, выполнять больше важных для его работы, бизнеса и жизни задач.

В течение следующих нескольких месяцев я погрузился в изучение нейросетей и начал пробовать применять их для самых разных сфер своей деятельности: бизнес, саморазвитие, творчество, онлайн-образование.

Результаты оказались еще более впечатляющими. По QR-коду вы можете посмотреть мою собственную стратегию использования нейросетей. В ней 120 пунктов, и она охватывает абсолютно все сферы моей жизни. Я генерирую контент с помощью нейросетей, создаю новые продукты, обрабатывая обратную связь от учеников и клиентов, изучаю языки, готовлюсь к марафону и даже рисую раскраски для детей. Задачи, на которые ранее я тратил недели своего времени и времени сотрудников, теперь решаются за несколько минут.

Благодаря нейросетям я смог практически полностью уйти от рутины и посвятить освободившееся время стратегии, развитию персонального бренда, запуску новых продуктов.



В результате за семь месяцев я сделал мощный рывок в своих бизнесах, финансовый эффект от которого исчисляется в суммах с семью нулями.

И в каждой задаче я видел одну и ту же закономерность: качество результата напрямую зависит от качества промта, который я задавал. Как сказала одна из моих слушательниц, «чтобы работать с искусственным интеллектом, нужен интеллект».

Именно в этом и состоит суть книги — дать вам готовые, неоднократно протестированные в разных сферах промты, каждый из которых эталонно решает конкретную маркетинговую или бизнес-задачу. Вы сможете использовать их, минимально изменив под свои задачи. Инструкцию по адаптации промтов к вашему бизнесу я дам в специальной главе.

Также, если у вас еще нет опыта использования ChatGPT, в книге есть подробная инструкция по регистрации и началу работы.

При использовании предложенных в книге промтов вам не понадобятся:

- навыки программирования, копирайтинга и вообще никакие другие навыки;
- опыт работы с нейросетями;
- дополнительные затраты.

Фактически для решения любой задачи с помощью ChatGPT вам будет достаточно скопировать промт из книги, вставить его в ChatGPT и добавить несколько уточнений относительно вашего бизнеса. После этого через несколько секунд ChatGPT генерирует для вас нужный результат.

Также хочу подчеркнуть, что все промты из книги можно использовать не только в ChatGPT, но и в любой другой нейросети: Claude, Gemini, YandexGPT, Giga Chat,

Llama. Это неудивительно, поскольку все они построены на общих принципах, при этом каждая обладает своими характерными особенностями и акцентом.

Задачи ChatGPT

Фактически задачи, которые решает ChatGPT, ограничиваются исключительно вашей фантазией. Нейросеть способна на выполнение любой задачи — от написания детской сказки до создания сложного маркетингового плана.

Однако выделю некоторые наиболее распространенные категории задач, которые мы будем рассматривать в книге.

Создание контента для социальных сетей, сайтов и других платформ

- Разработка контент-плана по заданной теме на любой период, подбор ключевых сообщений для контента и создание карты популярных хештегов.
- Написание постов и статей любой сложности, на любую тематику. Недавно для одного из слушателей ChatGPT по моему промту написал статью «Сравнение молекул миорелаксантов» для профессиональных врачей. По его словам, статья соответствовала всем требованиям и была максимально точна.
- Создание сценариев для Reels, видео, рекламных роликов и даже фильмов.

- Создание структуры и написание статей для лендингов, сайтов, страниц в социальных сетях.
- Подготовка кейсов, историй становления компании, эксперта, создания продукта и т. д.
- Разработка идей рекламных кампаний, составление объявлений, текстов для баннеров и билбордов.
- Подготовка под ключ конкурсов, челленджей, активаций для социальных сетей.

Упаковка бизнеса

- Разработка идей для нового бизнеса или продукта.
- Детализация продуктовой линейки и ценовой политики.
- Описание процессов компании.
- Создание штатного расписания, регламентов для сотрудников, систем финансовой и нефинансовой мотивации.
- Проработка бизнес-плана, маркетингового плана, коммуникационной и любых других видов стратегий.
- Скрипты продаж под различные категории клиентов.
- Типичные возражения клиентов и их отработка.

Маркетинговые задачи

- Сегментация ЦА, CustDev (исследования аудитории) и создание аватаров клиентов.
- Сценарии, тексты и рекомендации по оформлению любых презентаций.
- Обработка отзывов и любых других форматов обратной связи.
- Построение Карты пути клиента.

- Создание воронок продаж, их логики и всех необходимых элементов.
- Проработка триггерных цепочек для email-рассылки.
- Создание сценариев прогревов.

Онлайн-образование

- Создание обучающего продукта под ключ: от идеи до подробной программы.
- Создание проверочных тестов для учеников.
- Написание подробной структуры и текста выступлений на конференциях, вебинарах, прямых эфирах с органично встроенными призывами к действию и интерактивом с залом.
- Проработка системы домашних заданий с созданием «шпаргалок» с типичными ошибками для кураторов, которые будут проверять домашние задания. Забегая вперед, скажу, что нейросеть и сама может проверять домашние задания и давать по ним подробную обратную связь.
- Прорабатывать логику продаж различных продуктов под конкретные сценарии.
- При этом ChatGPT умеет создавать контент в любой стилистике, виртуозно копируя языковую и понятийную модели любого автора — от Льва Толстого до журналиста издания «Коммерсантъ». Также он умеет выстраивать структуру текста по заданным моделям, например AIDA, FOREST, перевернутая пирамида и пр.

Сильные и слабые стороны ChatGPT

Для того чтобы получить от ChatGPT максимальный результат, мы должны знать его сильные и слабые стороны. Об этом и поговорим в данном разделе.

Сильные стороны ChatGPT

Контекст. Умение держать контекст — потрясающее свойство ChatGPT. Каждый раз, прописывая промт, вы указываете контекст, например, с помощью ролевых промтов: «Ты — профессиональный маркетолог» — или указывая цель использования: «Проведи тест на определение психотипа для собеседования претендента на должность руководителя отдела продаж». ChatGPT будет создавать соответствующий материал, учитывая заданный контекст. В разных случаях мы получим разный материал. Можете проверить это сами, задав три промта:

- Напиши текст про важность обучения для публикации в Instagram.
- Напиши текст про важность обучения для пятилетнего ребенка.
- Напиши текст про важность обучения для научного журнала.

Результаты во всех трех случаях будут кардинально разными.

Энциклопедичность. ChatGPT знает очень многое, намного больше, чем вы можете предположить. И речь не только о знаниях из энциклопедии вроде названий африканских озер или количества колец у Сатурна. Например, ChatGPT знает большинство копирайтерских формул, то есть вам достаточно дать промт «Напиши текст о микрофоне Rode Podcaster по копирайтерскому фреймворку 4C» — и не придется объяснять, что это за фреймворк. ChatGPT знает формулу, он изучал примеры использования, он знает о структуре, которая должна быть у текста, который написан по этой структуре, понимает, какими должны быть переходы от блока к блоку, и прочие детали. В результате вы можете говорить с ним как с универсальным специалистом (причем не теоретиком, а практиком) в любой сфере человеческой деятельности.

История запросов. В каждом треде (ветка переписки с ChatGPT) сохраняется история предыдущих запросов. То есть, если ChatGPT составил для вас контент-план на неделю, в этой же ветке вы можете дать ему промт «Напиши пост номер 4 из предложенного тобой контент-плана», и он напишет этот пост без дополнительных уточнений. При этом история хранится неограниченное время, и можно возвращаться к старым тредам через многие месяцы после их создания.

Многоразовость. Один и тот же промт при повторном использовании будет давать новые результаты. Таким образом, написав однажды промт, например, для создания контент-плана на неделю, вы сможете использовать его неоднократно и каждый раз будете получать новый

контент-план. При этом если каждый раз вносить незначительные изменения (например, добавлять акценты в контенте на неделю), то результат всегда будет максимально актуальным.

Ну а что насчет недостатков?

Они тоже есть. Я бы охарактеризовал их как незначительные, тем не менее их важно учитывать.

Слабые стороны ChatGPT

Отсутствие поиска по реализованным генерациям. Этот недостаток становится наиболее значимым, если вы активно пользуетесь ChatGPT и создали сотни (или, как в моем случае, более 10000) тредов. Тогда найти конкретный тред, например, с идеями для Reels, который вы создавали несколько недель назад, можно, только внимательно просматривая названия всех тредов. Специального поиска по контенту тредов или хотя бы по их названию в интерфейсе ChatGPT нет. Надеюсь, что в дальнейшем эта функция появится, пока же рекомендую сохранять наиболее важные генерации в специальном месте (например, в заметках или в блокноте Evernote) в формате «Название треда — ссылка». Так вы не потеряете полученные генерации и сможете искать нужные по ключевому запросу.

Оптимизация результата. ChatGPT унаследовал от человека не только способность к анализу, но и склонность к экономии ресурсов или, говоря проще, к лени. Чаще всего это проявляется в склонности предоставить вам результат меньшего объема, чем указан в промте. Так, если вы просите написать статью в 10 000 знаков, скорее всего, ChatGPT напишет сжатую версию, в 3000–4000 знаков. К счастью, это легко решается двумя способами:

Последовательные промты. Большие материалы (книги, объемные статьи, презентации) мы получаем в несколько этапов генерации, последовательно задавая промты (например: «Подготовь план презентации», «Напиши первые 5 слайдов презентации» и т. д.). Для реализации действительно масштабных задач я буду давать именно последовательные промты, чтобы вы не сталкивались с оптимизацией.

Коррекционный промт. Если результат оказался не таким, как вы планировали, всегда можно дать дополнительный промт для коррекции, например: «Напиши расширенную версию статьи, объем должен быть не менее 10000 знаков». Подробнее об этом я расскажу в разделе «Правила работы с промтами».

Галлюцинации. Все более редкое поведение ChatGPT — давать фейковые цитаты, результаты несуществующих исследований, ошибочные цифры. Ранее ChatGPT мог подсунуть подобный фейк в тех случаях, когда в его базе не было соответствующей информации. Однако сейчас у него (в платной версии) есть доступ в интернет, а также сильно расширился объем базы, поэтому галлюцинации встречаются все реже. Как проверить подлинность предоставляемых им фактов, я рассказываю в разделе «Правила работы с промтами».

Выбираем формат работы с ChatGPT

Прежде чем перейти к внедрению промтов, необходимо решить организационные вопросы. Как зарегистрироваться в ChatGPT? Какую платформу выбрать? Покупать ли платную версию либо достаточно бесплатной?

Нужна ли мне платная версия ChatGPT или достаточно бесплатной?

Существует два формата доступа к ChatGPT: базовая бесплатная версия и расширенная платная. Стоимость (на момент написания книги) составляет \$20 в месяц. Какая же из них подойдет для вас?

Выбор за вами. Впечатляющие, да что там, невероятные результаты можно получать и в бесплатной версии. При этом у платной версии есть несколько важных преимуществ.

Выход в интернет. Можно дать ChatGPT ссылку, и он сам найдет всю необходимую информацию, например характеристики продукта на вашем сайте.

Загрузка файлов. Можно обучать его на собственных материалах: презентациях, книгах, примерах текстов.

ChatGPT 4 ▾

Модель



GPT-4



С DALL-E и анализом

Могут применяться ограничения
использования



GPT-3.5



Отлично подходит для
повседневных задач



Использование GPT-агентов. Фактически это чат-боты, которые заточены выполнять конкретную функцию. Например, по QR-коду доступен мой «распаковщик личности».

Расширенная база данных. Платный ChatGPT обладает наиболее свежими данными, в то время как ChatGPT 3.5 не в курсе событий за последние несколько лет.

Отличная работа со стилизациями.

Платная версия позволяет более четко придерживаться выбранного стиля, реже выдает шаблонные тексты, понимает, чем стиль техноблогера отличается от стиля фитнес-блогера.



ChatGPT на каждый день

	Сценарист Reels Пишем хитовые сценарии Reels	<input type="radio"/> 20+ Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Контент-планировщик Создам контент-план на неделю	<input type="radio"/> 60+ Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Wellness-coach Контроль за питанием, спортом, сном и здоровыми привычками	<input type="radio"/> 10+ Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Дизайнер иконок для актуального Instagram Создаем яркие Highlights для Вашего аккаунта	<input checked="" type="radio"/> Только я		...
	Сценарист прогревов Создаем сценарий прогрева в Stories для любого продукта	<input type="radio"/> 40+ Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Унеси мою тревогу Поделись, что тебя тревожит?	<input type="radio"/> 2 Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Постановщик ТЗ Формат запроса; Для кого, ключевая задача, требования, детали, идеальный конечный...	<input type="radio"/> 20+ Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Помощник по принятию решений Озвучь проблему, по которой нужно принять решение в формате: "Вариант 1" или "Вариант 2"	<input type="radio"/> 0 Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Автор писем Пишет письма в нужной тональности	<input type="radio"/> 2 Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...
	Специалист по здоровому питанию Я помогу тебе держать себя в форме	<input type="radio"/> 90+ Чатов <input checked="" type="radio"/> Только люди с ссылкой		...

Юмор. Платный ChatGPT действительно смешно шутит. Одна из наших учениц даже написала с его помощью сценарий стенда и триумфально с ним выступила. Я видел видео — зал лежал со смеху. Признаться, я и сам иногда прошу его пошутить на заданную тему, и надо сказать, что справляется он потрясающе.

Сценарий для Reels

«ЕСЛИ БЫ ЗУБЫ МОГЛИ ГОВОРИТЬ»

Сеттинг: кабинет стоматолога. Пациентка сидит в кресле, готовясь к осмотру.

1. Кадр:

Стоматолог включает свет и приближается ко рту пациентки с зеркалом.

Звуковое сопровождение: музыкальная заставка.

2. Кадр:

Внезапно один из передних зубов начинает «говорить».

Зуб 1 (передний): «Пс-с-с, ребята, ведите себя прилично.

Нас смотрят!»

Зуб 2 (рядом): «А-а-а, не давите на меня! Эти брекеты опять на меня давят!»

Зуб 3 (жевательный): «Тише! Я тут кариес прячу!»

3. Кадр:

Стоматолог слегка удивлен, но продолжает осмотр.

Зуб 4 (мудрости): «Эй, кто-нибудь меня видит? Я тут, сзади!»

Зуб 5: «Не ври! Ты даже не прорезался!»

4. Кадр:

Стоматолог пытается осмотреть зубы сбоку.

Зуб 6: «Спасайся кто может! Он нашел остатки пиццы!»

Зуб 7: «Я же говорил тебе спрятать пиццу глубже!»

5. Кадр:

Стоматолог, пытаясь не смеяться, начинает чистить один из зубов.

Зуб 8: «Ах, да это же SPA! Еще чуть-чуть справа!»

Зуб 9: «Поделись удовольствием, мне тоже хочется!»

6. Кадр:

Зуб 10: «Опять эта нитка! Приготовьтесь к турбулентности!»

Зуб 11: «Ага! Турбулентность – наша вторая профессия!»

7. Кадр:

Стоматолог, закончив чистку, отодвигается и говорит с пациенткой.

Стоматолог: «Ваши зубы в порядке. Но попросите их в следующий раз меньше болтать».

Пациентка закрывает рот и начинает говорить голосом своих зубов, пародируя их.

Пациентка (голосом зуза 1): «Доктор, Вы слышали слишком много, теперь нам придется...»

Титры: «Когда зубы говорят больше, чем хотелось бы...»

Звуковое сопровождение: забавная мелодия на фоне всего ролика.

Работа с иллюстрациями. В платную версию встроена визуальная нейросеть DALLE, что позволяет генерировать иллюстрации непосредственно в интерфейсе ChatGPT.

Как ни странно, но свои преимущества есть и у бесплатной версии ChatGPT.

Скорость. Бесплатная версия генерирует ответы значительно быстрее платной. Связано это, конечно же, с использованием меньшего количества переменных (не будем сейчас уходить в технические подробности). Добавлю, что преимущество это не сильно значимо, поскольку среднее время генерации у платной версии 40 секунд, у бесплатной – 25, а у человека подобная задача чаще всего занимает более часа.



Лимит генераций. У платной версии есть лимит на количество генераций — 40 на три часа*. После этого придется подождать (либо временно воспользоваться бесплатной версией). У бесплатной же версии нет лимита на количество генераций.

* Уточню, что этот показатель довольно часто меняется, и к моменту, когда вы будете читать эту книгу, он может быть уже другим. Также иногда лимит снижается в моменты высокой нагрузки на сервера ChatGPT.

*

Глобально советую следующее: начните с любой версии — бесплатной или платной. Затем решите сами, что вам подходит в зависимости от уровня сложности задач и частоты использования. Отмечу, что свои \$20 платная версия отрабатывает с первых же нескольких генераций, давая качество контента, которое недостижимо для большинства копирайтеров и SMM-специалистов.

Большая часть промтов книги (примерно 85%) могут быть использованы в обеих версиях. В отдельных случаях, когда для реализации промта понадобится выход в интернет, загрузка файлов либо создание иллюстраций, я буду указывать, что промт работает только в платной версии.

На какой платформе я могу использовать ChatGPT?

Если вы только начинаете использовать ChatGPT, то, скорее всего, у вас возникнет вопрос: «А где мне зарегистрироваться, чтобы начать работу?»

Есть огромное количество площадок с ChatGPT. Расскажу о четырех наиболее оптимальных вариантах. Все они отличаются функциональностью и сложностью/простотой регистрации.

1. На официальном сайте ChatGPT — chat.openai.com. Самый функциональный и полноценный способ использования.

Главные преимущества:

История генераций. Я рассказывал об этой функции ранее: в конкретном трэде сохраняется история, и вы можете делать новые генерации на основе предыдущих. Это

важное преимущество при постоянной работе — вы всегда можете вернуться к старым генерациям.

Скорость генерации. Здесь она выше, причем вы следите за генерацией в режиме онлайн и можете прервать ее, дать правки, не дожидаясь всего результата.

Агенты GPT. Полнотенциально они доступны именно на основной платформе.

Главный недостаток: по умолчанию сайт ChatGPT недоступен в России и для его использования нужно пройти несколько (три) технических шагов. Все они несложные и потребуют один раз примерно 30 минут времени. По QR-коду вы найдете мою видеоИнструкцию, где я пошагово показываю, как зарегистрироваться и начать использовать ChatGPT.



2. С помощью чат-бота в Telegram. Существует большое количество подобных чат-ботов, которые через API позволяют получить доступ к ChatGPT, причем как к бесплатной, так и платной версии.

Основное преимущество: простота использования, за минуту вы пройдете регистрацию и получите доступ к основному функционалу.

Недостатки ровно обратны преимуществам первого варианта: отсутствие полноценной истории, низкая скорость, недоступность GPT-агентов. Также в бесплатной версии вам доступно ограниченное количество генераций каждый день, далее придется оплачивать. Несколько наиболее эффективных чат-ботов:

1. <https://t.me/GPT4Telegrambot>.
2. https://t.me/GPT_chat_chatgpt_bot.
3. <https://t.me/GPT4Tbot>.
4. <https://t.me/GptAI4bot>.

3. С помощью расширения для браузера Chrome.

Это специальный плагин, который устанавливается в браузер нажатием нескольких кнопок, после чего функционал ChatGPT становится доступен непосредственно в браузере.

Недостатки у него те же, что и во втором варианте. Техническая установка крайне простая. Важное преимущество: вы можете отправлять в ChatGPT данные прямо с сайтов, которые посещаете. Например, сразу получаете саммари видео на YouTube и дополнительную информацию от ChatGPT в результатах поиска Google, можете отправлять на обработку блоки текста с нужных сайтов.

Пример подобного плагина: Merlin <https://www.getmerlin.in/ru>.

4. В сервисе заметок Notion. Notion – популярный и крайне многофункциональный сервис для организации информации. В его интерфейс интегрирована бесплатная версия ChatGPT – фактически вы можете прибегать к нему прямо в процессе работы над своими заметками и базами данных.

Это далеко не полный перечень вариантов использования, постепенно наличие ChatGPT становится стандартом для любого бизнес-сервиса – например, AI-помощники – копилот в «Битрикс 24» и Copilot в приложениях Microsoft Office. Также ChatGPT есть в поисковой системе Bing, его можно интегрировать в Google-таблицы.

Резюмируя, скажу, что рекомендую потратить немного времени (не более получаса), пройти все необходимые процедуры и зарегистрироваться на официальном сайте ChatGPT. Если же по каким-то причинам это окажется сложным, начните с чат-ботов в Telegram – все промты, о которых пойдет речь, могут быть полноценно использованы в них.

Предубеждения относительно AI

Как и по отношению к любому новому явлению, существует ряд предубеждений относительно использования AI.

«В контенте, созданном нейросетью, нет души»

Очень частое заблуждение. Ответственно заявляю: нейросеть способна создать любой контент, любого формата, в любой стилистике, известной человечеству. При этом с любой эмоцией, с любым настроением, любым посылом. Текст ChatGPT может быть вкрадчивым и тактичным, энергичным и напористым, эмоциональным и искренним. Более того, он способен на исповедь, на сомнения, на эмпатию — одним словом, на все то, что традиционно считается исключительно «человеческими» проявлениями.

Вопрос всегда исключительно в промте, который вы задаете. Именно поэтому в промтах, которые я подготовил для этой книги, значительное внимание уделено именно описанию Tone of Voice — тональности контента.

Кроме того, есть еще одно распространенное мнение: текст, написанный «живым» копирайтером, всегда «человечен», эмпатичен, транслирует его личность. Если вы придерживаетесь этого же мнения, значит, скорее

всего, вы редко работали с копирайтерами. Какое-то время назад мы опубликовали объявление о найме копирайтера. И получили около 250 откликов. Отсмотрев все портфолио претендентов, мы дали тестовое задание двум из них. У всех остальных тексты были на порядок менее «человечны», нежели у ChatGPT. Вот несколько случайно выбранных фрагментов из текстов соискателей.

«Кроссчайн-мосты – это элементы инфраструктуры, которые позволяют активам перемещаться между разными блокчейнами или сетями, обеспечивая интероперабельность и обмен данными и активами!»

«Идея кроссчайн-мостов заключается в том, чтобы создать связь между разными блокчейнами, позволяя активам перемещаться между ними».

«Мы не будем вешать на тебя нудные лекции и заставлять тебя делать записи в конспект. ВРЕМЯ ИДЕТ, и каждый момент, которым мы обладаем, становится ценнее. Ближайшая возможность для трансформации приближается, и она будет здесь с 14 по 16 июля».

«Конечно, результат не сразу постучится в двери и помашет тебе привет, но если у тебя появилось или есть желание исправить оплошности в организме, то результаты появятся незамедлительно, при условии если ты будешь двигаться по правильному проверенному пути с поддержкой».

Повторю, что это первые попавшиеся на глаза тексты, мне даже не понадобилось как-то специально их отбирать. Как видите, ни о какой «душе контента» речи

не идет — это безликие, шаблонные тексты, которые не могут претендовать на создание эмоциональной связи с читателем.

Для сравнения: текст ChatGPT, в котором учитель йоги тепло рассказывает о своей работе.

В моем мире нет места громким словам и броским фразам. Я — йога-тренер, и это больше чем профессия. Это мое призвание, мой путь и мое исцеление.

С первого вздоха утренней медитации до последнего шепота вечерней асаны каждый мой день пронизан смыслом, который я нашел в йоге. Я веду своих учеников через тихие воды внимательности и штормы собственных препятствий, видя, как меняется их восприятие собственного тела и ума.

Когда я встаю на коврик, мир вокруг замирает. Мои движения не просто физические упражнения; они — разговор души с телом, плавный и искренний. В йоге нет места спешке. Каждая поза, каждый вдох и выдох — это возможность узнать себя, обрести гармонию и умиротворение.

Я видела, как йога изменяет жизни — превращает боль и страх в силу и уверенность. В моих учениках я вижу отражение своего пути: их сомнения, их стремления, их преодоления. И каждый успех на их пути — мой успех, каждая победа над собой — моя победа.

Но йога — это не только асаны и медитация. Это путь к пониманию, что каждый момент жизни — уникальный и ценный. Моя работа помогает людям не просто быть здоровыми и подвижными. Я помогаю им найти связь между телом и разумом, между действием и мыслью, между личным и вселенским.

Этот путь не всегда легок. Иногда он требует отказа от иллюзий, столкновения с болезненными правдами. Но каждое препятствие делает меня только сильнее, каждая практика — мудрее.

И я не меняла бы свою жизнь на другую, потому что йога — это не просто часть моей жизни. Йога — это моя жизнь.

Его любовь к своему делу, к своему продукту, к своим клиентам буквально сочится из текста. Причем эта любовь чувствуется и в построении предложений, и в подобранной лексике, и в приводимых примерах. Мне всего лишь понадобилось задать в промте «Напиши пост в формате эмоциональной исповеди, транслируй искреннюю любовь к своему продукту».

Конечно же, есть талантливые копирайтеры, способные создать текст такого уровня, но их количество вряд ли превышает 10% от общего числа, а ценник за их услуги намного выше стоимости годовой подписки на ChatGPT.

Так что не все написанное человеком человечно и не все написанное искусственным интеллектом искусственно.

«AI пишет примитивный контент, создаваемый по шаблонам»

Дело в том, что у ChatGPT нет никаких шаблонов. Любая генерация — это путь, который начинается с заданного вами промта и идет по траектории, которая этим же промтом и продиктована.

Например, вы пишете ChatGPT, что вам нужна презентация из 20 слайдов для выступления собственника рекламного агентства на аудиторию руководителей компаний-застройщиков, при этом указываете, что в ней

должны сочетаться обилие конкретных цифр, кейсов и легкость в подаче. В этом случае он составит для себя общий портрет слушателей, их задачи, паттерны восприятия, рычаги принятия решений, найдет тысячи референсов выступлений собственников агентств, подберет стилистику, позволяющую сочетать конкретику и понятность, а затем изобретет структуру 20 слайдов, в которой все это будет учтено*. Все это будет производиться на основе гигантской базы знаний ChatGPT, которая построена не на шаблонах, а на статистических данных.

«Передавая свои задачи AI, люди отупеют»

Удивительно, но практика моих учеников показывает ровно противоположную тенденцию. Очень многие из них, наоборот, начинают активнее развиваться, читать книги, изучать искусство. Причина проста: каждый прочитанный автор — еще один ролевой промт для работы с ChatGPT. Каждый художник — еще один референс, который можно задать при создании иллюстраций. Каждая маркетинговая, креативная, бизнес-концепция теперь может быть реализована ChatGPT за несколько минут.

Кроме того, работа с нейросетями помогает структурировать свою деятельность, выделить рутину, которую можно передать ChatGPT, превратить ее в серию промтов. Это развивает аналитику и чувство вкуса, ведь надо выбрать из серии генераций нужный результат, при необходимости дать промт на доработку, затем отредактировать.

Ну и самое важное, в работе с нейросетями все так же, как с классическим делегированием. Вы сами определяете,

* Уточню, что алгоритм сильно упрощен, поскольку конкретный набор действий ChatGPT крайне сложно описать обычным языком и он включает в себя миллионы операций с использованием огромного количества переменных.

что отдать на исполнение нейросетям, а что, ключевое, оставить за собой. Ведь никто не считает, что, когда предприниматель нанимает ассистента, он тупеет. Напротив, он становится эффективнее, сфокусированнее, занимается задачами иного, более высокого уровня. Нейросети — это именно такой ассистент, который по совместительству может быть еще и копирайтером, администратором, маркетологом, дизайнером.

«По одинаковым промтам у разных людей будет получаться одинаковый контент»

Это противоречит принципу работы нейросети — в каждой новой генерации ChatGPT проходит абсолютно новый путь. Результаты никогда не будут идентичны как на уровне конкретных формулировок, так и на уровне структуры.

Более того, большинство промтов, которые представлены в этой книге, подразумевают их кастомизацию — ввод данных о компании, продукте, аудитории. А каждое слово на входе задает контекст и кардинально влияет на результат. Так что не забивайте себе этим голову, клон своего контента вы точно не встретите.

«Так есть же AI-детекторы, которые разоблачат любой созданный нейросетью контент»

Начну с того, что в использовании нейросетей нет ничего зазорного. Важно, чтобы получившийся результат действительно соответствовал всем необходимым критериям. Требование «Не использовать в работе нейросети» равнозначно требованию «Не использовать в работе над текстом Word, писать от руки».

А что касается AI-детекторов, то приведу два небольших примера.

Примеры:

GPT4 ChatGPT Bard Человек AI + Человек

[Add To Chrome](#)

Привет, Дамир Халилов Халилов

Сказка о маленьком принце Альберте и звездном мяче

В королевстве, где дома были раскрашены в яркие цвета, а облака танцевали в небесах, жил маленький принц Альберт. У него были красивые кудрявые волосы, и глаза сверкали, как ночные звезды. Он мечтал стать лучшим футболистом королевства, таким, как его кумир — великий Месси.

Однажды прошел слух, что в королевстве появился чародейский мяч, который мог сделать того, кто к нему прикоснется, лучшим футболистом всех времен. Альберт решил найти этот мяч. Но, как гласила легенда, для этого ему предстояло пройти три испытания.

Первое испытание было на футбольном поле, где Альберт должен был победить команду гигантских троллей. Принц сражался изо всех сил, но тролли были:

*Hover over text

Clear

Это человеческий текст:

На иллюстрации — результат анализа текста от одного из наиболее популярных AI-детекторов. Как видите, он однозначно заключает, что «это человеческий текст». На самом деле, конечно же, этот текст создан ChatGPT.

И второй пример. Здесь написано, что «обнаружен ИИ-контент». Но дело в том, что это мой пост, который я написал и опубликовал за четыре года до появления ChatGPT.

AI Content Detector

The Only Enterprise AI Content Detection Solution

Равно как и контент веб-страниц, это не только часть отсутствующих AI-generated without explicit user instruction

Примеры: GPT4 ChatGPT Bard Человек AI + Человек [Add To Chrome](#) Привет, Дамир Халилов Халилов

Что делает этот инструмент лучше остальных?
Более точный анализ, чем написать личный пост
Для того чтобы написать хороший текст потребуется уединение ради концентрации, а для этого нужно время, выделенное текстом заниматься. Вместо

Свой текст содержит и много других текстов:
Случайные слова, которые не относятся к теме
Включают в себя, что я знаю, являются для

Обнаружен ИИ-контент

69.2% probability for AI

Из 12 загруженных мною текстов три самых популярных детектора правильно определили происхождение четыре раза. Генератор случайных ответов справился бы лучше.

Это все, что нужно знать об AI-детекторах и их способностях.

Надеюсь, что я смог развеять некоторые ваши предубеждения, и теперь вы лучше понимаете, как на самом деле работают нейросети. В процессе работы с промтами это очень вам пригодится.

«Ну прочитаю я вашу книгу, а потом выйдет новая версия ChatGPT – и все поменяется»

Действительно, с каждым обновлением будет меняться очень многое. Будут добавляться новые функции, обновляться расположение кнопок, добавится (надеюсь) поиск по генерациям и их сортировка, но логика общения человека с искусственным интеллектом останется той же самой. Умение грамотно, четко, детально, с адаптацией под принцип работы ChatGPT (или любой другой AI-модели) написать промт, проверить и оценить его, а затем использовать в своей деятельности не станет менее актуальным как минимум в ближайшие несколько лет.

Поэтому промты, которые я привожу, а также логика, на которой книга построена, будут актуальны как сейчас, так и при появлении новых версий ChatGPT.

«ChatGPT не единственная нейросеть. Есть же еще “Яндекс GPT”, Giga Chat, Llama, Claude, Gemmini и другие»

Все эти (и многие другие) нейросети построены по крайне сходным принципам. На момент написания книги именно ChatGPT имеет значительное преимущество в умении эмулировать работу человеческого мозга и, как следствие, в уровне генераций. Это преимущество

достигается за счет масштабной базы данных и огромного (около 100 триллионов) количества используемых параметров. Поэтому промты адаптированы именно под ChatGPT. Однако в том же виде они могут быть использованы и в работе с любой другой моделью искусственного интеллекта.

Почему именно я пишу эту книгу?

Это моя четвертая книга, и каждый раз именно этот раздел вызывает у меня сложные чувства. С одной стороны, природная скромность подсказывает, что посвящать своей персоне целый раздел не вполне прилично. С другой — у моих дорогих читателей, скорее всего, возникнут следующие вопросы: «Дамир, а в чем твоя экспертиза? И почему мы должны верить тому, что ты написал в этой книге?»

Вопросы вполне резонные, и именно поэтому я в четвертый раз приступаю к написанию этого раздела. Надеюсь, эта информация будет воспринята именно как ответ на озвученные вопросы, а не как самореклама (которую я патологически не люблю).

В рамках работы с AI значимы пять основных аспектов моей экспертизы. По четырем из них я отработал те самые 10 000* часов (по каждому), которые, по мнению Малкольма Гладуэлла, необходимы, чтобы стать профессионалом в определенном деле.

* 40 000 часов и есть 20 лет моего трудового стажа, так что все эти годы я был сосредоточен на этих пяти сферах.

1. Экспертиза в маркетинге

Всю свою взрослую жизнь я занимаюсь маркетингом. В 2000 году занялся созданием сайтов и их продвижением, затем много лет занимался SEO, контекстной рекламой, директ-мейлом, созданием и внедрением маркетинговых стратегий.

В 2006-м, всего через несколько месяцев после запуска в России сервисов «Одноклассники» и «ВКонтакте», я уволился с должности руководителя рекламного агентства «Волекс» и открыл первое российское SMM-агентство GreenPR. За те 12 лет, которые я возглавлял агентство, мы реализовали более 2000 успешных кейсов контент-маркетинга, привлечения аудитории, вирусных кампаний, таргетированной рекламы на всех основных платформах.

Какое отношение это имеет к AI?

1. Я знаю, каким должен быть идеальный результат у любого маркетингового действия. И все свои промты я составляю именно для получения такого результата.
2. Я знаю, как максимально понятно и эффективно поставить любую маркетинговую задачу исполнителю — будь то менеджер в агентстве либо ChatGPT.
3. Я знаю, как оценить результат, как доработать его до эталона, с какими подводными камнями придется столкнуться в процессе. Все это также учтено в моих промтах.

2. Экспертиза в писательском и сценарном мастерстве

Как уже было сказано ранее, я автор трех книг, две из них посвящены социальным сетям и одна — художественный роман. Также я сценарист документального фильма «Папа Срапа» (сорри за лексику, но это псевдоним главного героя, выдающегося нойз-музыканта).

Несколько фактов:

- Все три мои книги стали бестселлерами, а первая — лонгселлером.
- В 2014 году я получил премию Ozon.ru «Лучшая бизнес-книга года».
- Наш фильм получил большую известность в фестивальных кругах и на сегодняшний день показан на 23 фестивалях в 12 странах мира.

Какое отношение это имеет к AI?

1. Я знаю, как сделать контент не только эффективным, но и живым, эмоциональным, запоминающимся. И по моим промтам ChatGPT пишет именно такие тексты.
2. Я знаю, как писать книги. Соответственно, знаю, как поручить это ChatGPT.
3. Я знаю, как и когда использовать все ключевые стилистические структуры, какой Tone of Voice необходим для каждой задачи, какие референсы дать ChatGPT, чтобы получить нужный результат.

3. Экспертиза в бизнес-образовании

Свой первый онлайн-курс я записал в 2008 году. Долгое время я входил в топ российских бизнес-тренеров и выступал с открытыми и корпоративными тренингами по продвижению в социальных сетях в самых разных городах и странах.

Несколько цифр:

- Количество выпускников наших «больших курсов» — более 28 000 человек.
- Суммарно я выступал 3280 часов.
- Аудитория моих выступлений — 350 000+ человек.
- Мною записано 62 образовательных продукта общей продолжительностью 2100 часов.
- Оборот учеников, полученный после внедрения наших знаний, превышает 2 000 000 000 рублей.
- У нас обучались тысячи крупнейших российских и международных компаний: от IBM до «Додо Пицца».

Какое отношение это имеет к AI?

1. Я знаю, каким должен быть образовательный продукт, как сделать его максимально эффективным, какая методология должна применяться. Именно на этом сделан акцент в промтах соответствующего раздела.
2. Я знаю функционал ключевых сотрудников в образовательной компании. И часть моих промтов позволяет автоматизировать их работу.
3. Я знаю особенности всех основных форматов обучения: one to many, one to one, корпоративного, GR и любого другого. Поэтому с помощью моих промтов можно собрать как онлайн-курс для начинающих, так и составить сложный корпоративный трек обучения.

4. Экспертиза в AI

Индустрии использования AI для бизнеса и маркетинга всего полтора года. Но так уж получилось, что я стоял у ее истоков. Практически сразу же после появления в 2023 году третьей версии ChatGPT я начал внедрять его сначала в свой бизнес, а затем в бизнесы клиентов и учеников.

Несколько цифр:

- В июне 2023 года я открыл первое российское AI-агентство Clockwork Agency.
- Мой GPT-агент «Распаковщик личности» является самым популярным русскоязычным GPT-агентом (более 1100 использований).
- Не менее 30% своих задач я автоматизирую с помощью нейросетей.
- На моем канале «Промт дня» более 20 000 подписчиков.
- Я консультирую крупнейшие компании России относительно внедрения нейросетей.

Какое отношение это имеет к AI?

Самое прямое.

5. Экспертиза в блогинге и персональном брендинге

Технически свой первый блог я завел в 1999 году, хотя тогда еще не было такого термина, и он назывался «Домашняя страничка Дамира Халилова». В 2003-м я начал вести ЖЖ, в 2006-м — standalone-блог seowrite.ru, ну а после были «ВК», Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, «Дзен»,

Telegram, TenChat и недооцениваемая многими email-рассылка для подписчиков.

Несколько цифр:

- Создано более 7000 постов, статей, видео, серий Stories, прогревов, писем, объявлений и других контент-единиц.
- Суммарно их прочитали и посмотрели более 70 000 000 раз.
- Количество подписчиков на моих платформах превышает 1 000 000.
- Количество рекламодателей на моих площадках за эти годы — более 600.

Какое отношение это имеет к AI?

1. Я понимаю, каким должен быть продающий, экспертный, обзорный, лайфстайл, вовлекающий контент, который эталонно выполняет свои функции и приносит охваты, подписчиков и продажи. Именно под эти форматы я и создаю свои промты.
2. Я знаю, как поставить задачу таргетологу, копирайтеру, сценаристу. И по этим же принципам я формулирую свои промты.
3. Я знаю, как алгоритмы ранжируют контент, и знаю, как попадать в рекомендации. И контент, созданный с помощью моих промтов, позволит вам «приручить» алгоритм любой социальной сети.

Надеюсь, что смог ответить на ваши вопросы, и теперь мы можем двигаться дальше.

Инструкция по использованию промтов из книги

Я постарался максимально упростить процесс работы с промтами, привести его к интуитивному формату. При этом инструкция позволит избежать возможных ошибок и получить от книги максимум.

1. Определите конкретную задачу, которую хотите решить.

Не уходите в детали, достаточно общего понимания задачи. Например: «Проработать структуру презентации» или «Написать идеи для Reels».

2. Сформулируйте идеальный результат.

Хотя бы в общих чертах продумайте, каким критериям должен соответствовать результат. Например, для поста это может быть: «Оригинальный пост для социальных сетей, написанный в экспертной стилистике, с примерами, укладывающийся в 2200 знаков».

3. Найдите в книге промт, решающий эту задачу.

Для того чтобы процесс поиска был проще, я организовал промты по максимально удобной структуре.

В книге шесть больших тематических разделов: контент, маркетинг, бизнес, онлайн-образование, персональный бренд, иллюстрации. Каждый из них поделен на несколько подразделов, например: «Контент для социальных сетей», «Работа с презентациями» и др.

Воспользуйтесь оглавлением, чтобы найти подходящую тему, и проверьте, есть ли нужный промт в книге.

4. Скопируйте промт в диалоговое окно ChatGPT.

Кстати, подскажу лайфхак, который сэкономит вам много времени. Можно сфотографировать блок текста, загрузить фото в ChatGPT (платную версию) и дать промт «Расшифруй приложенное изображение в текст».

5. Введите необходимую информацию вместо текста в квадратных скобках.

В квадратных скобках указывается элемент промта, который необходимо адаптировать под вашу задачу. Именно эта информация позволит получить максимально кастомизированный результат, а не «усредненный результат, подходящий для всех».

Текст необязательно должен быть объемным, однако крайне не рекомендую обходиться отпиской. Если в промте указано [характеристика целевой аудитории], то не стоит писать общих слов вроде «молодежь», вместо этого укажите «мужчины и женщины 18–35, интересующиеся низкорисковыми инвестициями».

В случае когда в силу объективных причин уточнений нет, просто удалите этот элемент промта. Например, если аудитория крайне широкая (такое свойственно для ряда ниш, скажем «масс-маркет общепит» или «мобильная связь»), то удалите весь

элемент «Пиши для аудитории [характеристика аудитории]».

Отдельно хочу порекомендовать подробнее описывать характеристики компании и продукта — можно перечислить: общую характеристику, основные продуктовые направления, УТП, дополнительные особенности. Например, «Магазин электроники “Электрические сны”»; основные направления: бытовая техника, смартфоны, компьютерная техника, профессиональный электроинструмент, фото и видео, автоэлектроника, умный дом; ключевые преимущества: низкие цены, опытные консультанты, эксклюзивные товары; 27 магазинов в 12 городах России». Так ChatGPT будет генерировать результат, максимально адаптируя его под особенности конкретно вашего бизнеса. Подчеркну, что такое описание достаточно сделать один раз, сохранить его и в дальнейшем вставлять в другие генерации.

Для того чтобы облегчить эту задачу, в некоторых промтах внутри квадратных скобок я привожу не только задачу, но и примеры текста, который нужно вставить.

Важно! В итоговом промте, который вы вставите в диалоговое поле ChatGPT, квадратные скобки не нужны.

6. Отправьте получившийся промт и анализируйте результат.

Важно: если вы видите, что результат получается кардинально иным, чем вы предполагали, остановите генерацию (кнопка «стоп» в углу диалогового окна) и задайте коррекционный промт, например: «Пиши более развернуто» или «Пиши оригинальнее».

Если в процессе генерации ChatGPT остановится (это связано с превышением размера генерации стандартного размера), то нажмите кнопку «Продолжить генерацию». Иногда этой кнопки нет, тогда просто напишите слово «Продолжи».

После окончания генерации соотнесите результат с идеальным результатом, который вы сформулировали ранее. Если есть ощущимые отличия, дайте дополнительный промт с учетом этих отличий, например: «Добавь в бизнес-план блок по необходимым финансовым вложениям».

7. Скопируйте получившийся результат для дальнейшего использования.

Это касается как текста, так и таблиц. Вы можете копировать их из окна ChatGPT и вставлять в любой документ Word, Excel, Evernote и т. д.

Иллюстрацию вы можете скачать, увеличив ее и кликнув на кнопку со стрелкой в правом верхнем углу.

Два следующих пункта необязательны. Но если вы настроены на долгосрочную и системную работу с ChatGPT, крайне рекомендовал бы проходить эти шаги каждый раз.

8. Скопируйте ссылку на тред.

Для этого необходимо кликнуть по стрелке в верхнем правом углу и нажать кнопку «Скопировать ссылку».

9. Сохраните название задачи, промт и ссылку на тред в специальном файле.

Создайте файл (в Evernote, Google Docs, Word, Excel или в любом другом сервисе), в котором будете хранить следующие данные по каждой генерации:

1. Название задачи.
2. Промт.
3. Ссылку на генерацию.

Это позволит вам:

- быстро находить любые сгенерированные материалы (как я говорил, в самом ChatGPT нет функции поиска по тредам);
- использовать промт повторно (например, для создания контент-плана на новый месяц);
- создавать новые материалы на основе существующих (например, «На основе проведенной распаковки личности напиши БИО для социальных сетей» или «Создай пост №12 из предложенного тобой контент-плана»).

Также существует альтернативный вариант использования книги — не отталкиваться от горящих задач, а последовательно идти по книге, глава за главой, промт за промтом. В этом случае вы просматриваете все темы промтов, выбираете те из них, которые будут актуальны для бизнеса, и проводите генерации. Потратив несколько дней, вы абсолютно точно переведете свой бизнес (или бизнес клиента/работодателя) на новый уровень. Книга построена таким образом, что опубликованные в ней промты решают самые распространенные и актуальные задачи и проблемы бизнеса. Используя их, вы упакуете бизнес, создадите и начнете реализовывать маркетинговую стратегию, повысите уровень контента, обновите (или наконец внедрите) скрипты отдела продаж, добавите креатива в бизнес.

В целом оба формата работы с книгой (решение наиболее актуальных задач или последовательное внедрение промтов) не противоречат друг другу и их можно использовать параллельно.

Правила работы с промтами

Прежде чем мы перейдем к самим промтам, хочу дать несколько рекомендаций для более эффективной работы с ними и получения максимально качественного результата:

1. Любой текст (а иногда и изображение), полученный от ChatGPT, требует беглой редактуры. У ChatGPT есть свои мелкие пороки, которые могут немного портить результат. Они связаны с самой механикой работы ChatGPT, и поэтому их практически нельзя полностью избежать. Наиболее распространенные:

- Тавтологии. Например: «Чтобы применить это правило, как правило, используется...»
- Несогласованность слов в предложении. Например: «Она вышел из себя».

Обычно в тексте бывают 1–2 подобные погрешности, и лично у меня редактура занимает не больше двух минут, при этом она не требует каких-то специальных редакторских или корректорских навыков. Более того, если у вас платная версия ChatGPT, вы можете воспользоваться моим авторским GPT-агентом



«Редактор нехудожественных текстов» (напомню, GPT-агенты работают только в платной версии), он отредактирует текст за вас. В любом случае по сравнению со временем, которое вы экономите на создании текста, эти трудозатраты несущественны.

2. В случае с созданием нескольких элементов (например, идей Reels) запрашивайте больший объем, чем вам необходим. Например, если вы хотите снять пять Reels, попросите у него создать 10 идей. Таким образом вы сможете отсеять менее интересные и получить нужное количество качественных идей.

3. Создавая тексты, делайте две генерации с одним и тем же промтом. Например, если вам нужен пост для Instagram, введите промт дважды, и вы сможете заменить слабые части одного (например, неинтересное вступление) аналогичными частями другого.

4. Не бойтесь останавливать и давать правки. Например, если вы видите, что получающийся текст неинтересен и вторичен, просто остановите и дайте ему правки, например: «Пиши оригинальнее, не бойся экспериментировать, избегай слишком распространенных тем». ChatGPT удивительно понятлив, каждая следующая генерация будет ближе к результату, который вам нужен.

Поделюсь с вами метафорой, которая очень помогает мне получать лучшие результаты от работы с ChatGPT. Я отношусь к нему как к ребенку-вундеркинду, крайне одаренному, все знающему и умеющему, но иногда (как и любой человек) леняющемуся. Нужно всегда помнить, что он точно может дать вам необходимый результат, просто иногда нужно его немного

скорректировать, направить, пояснить. Такая стратегия даст вам намного больший эффект, чем, если, каждый раз получив не совсем то, вы будете истерически восклицать: «До чего бестолковая железяка, не может меня поднять!»

5. Проверяйте фактологию. Если в тексте есть конкретные факты, результаты исследований, даты, цитаты авторитетных лидеров мнений, имеет смысл проверить их реальность. Иногда ChatGPT свойственны так называемые галлюцинации — примерно в 5% случаев он может выдумать цитату или факт. С развитием ИИ галлюцинации встречаются все реже, более того, он все чаще проверяет их сам через интернет, но в любом случае во избежание казусов лучше конкретные факты проверять. Это совсем несложно.

Если у вас платная версия ChatGPT, то можно воспользоваться моим авторским GPT-агентом «Фактчекер». Вы просто загружаете туда любой факт (например, «Объем производства алюминия в Европе в 2023 году составил... тонн», он ищет информацию во внешних источниках и затем либо подтверждает, либо опровергает факт).

Если у вас бесплатная версия, можно сделать то же самое с помощью специального промта «Ты — фактчекер :: Используя свою базу, проверь подлинность следующего утверждения: [факт на проверку] :: Дай заключение о его правдивости».

Ну и в конце концов, всегда можно воспользоваться поисковыми системами, чтобы проверить истинность или ложность утверждения.

Возможно, вы обратите внимание, что в промтах я использую знак двойного двоеточия :::. У него есть две ключевые задачи.



1. Он разделяет смысловые блоки для ChatGPT, отделяя команды одного уровня от другого. Возьмем для примера промт «Напиши текст о перспективах Метавселенных для популярного журнала. В начале дай подробный обзор проблем, связанных с Метавселенными. Будь максимально конкретен, приводи цифры и результаты исследований». В этом случае ChatGPT будет не совсем понятно, касается ли последняя характеристика всего текста или только его начала. Если же мы напишем промт так: «Напиши текст о перспективах Метавселенных для популярного журнала. В начале дай подробный обзор проблем, связанных с Метавселенными :: Будь максимально конкретен, приводи цифры и результаты исследований», — то для ChatGPT будет понятно, что речь идет обо всем тексте, поскольку эта характеристика выделена двойным двоеточием в отдельный блок.
2. Он разделяет смысловые блоки для удобства дальнейшего редактирования. Как я уже говорил, большинство промтов имеют многоразовый характер. Например, если вы снова захотите написать пост на ту же тему (скажем, посвященный характеристикам вашего продукта), но уже с другой стилистикой, двойные двоеточия помогут быстро найти блок, отвечающий за стилистику, и вы оперативно его замените и получите на выходе новый пост.

Это мой авторский знак, и вы можете использовать его или нет на свое усмотрение.

И последнее.

Я очень рекомендую сделать эту книгу настольной. Давайте договоримся: в течение следующих двух недель каждый раз, когда у вас будет возникать какая-либо задача, связанная с маркетингом, ведением социальных

сетей, подготовкой документов, презентаций, PR и другими бизнес-задачами, прежде чем приступать к ее выполнению, вы будете открывать эту книгу и смотреть, может ли с этой задачей помочь ChatGPT? А по прошествии этих двух недель напишите мне в Telegram @damirkhalil, сколько часов вам удалось сберечь благодаря моим промтам. Это будет лучшая награда для меня, а для вас — причина всегда держать книгу под рукой.

Промты для создания контента

59 промтов

Мы неслучайно начинаем именно с промтов для создания контента. Это самая распространенная задача, с которой пользователи приходят в ChatGPT. Написание постов, сценариев Reels, писем, создание текстовой части презентаций и генерация десятков других форматов контента — краса и гордость ChatGPT. С использованием правильно сформулированных промтов вы получите контент, который украсит ваши социальные сети, блоги, поможет привлечь новую аудиторию, увеличит количество лидов и продаж.

Приступаем.

Создаем контент для социальных сетей

1. Пишем контент-план для социальных сетей компании

Ты – контент-менеджер, специализирующийся на [название индустрии, например, «туристическом бизнесе»] :: Подготовь контент-план на неделю :: Каждый день должны публиковаться пост, Reels, серия Stories :: Разные форматы контента в каждый день должны быть на разные темы :: Ключевые акценты этих 10 дней: [перечисляем акценты, например: «команда, новый продукт: гастрономические туры, рекомендации, тематические обзоры, отзывы клиентов, популярные направления, визовое сопровождение, УТП компании: уникальные туры, опытные гиды, туристические лайфхаки»] :: Будь оригинален, избегай слишком распространенных тем :: Пиши в стиле [характеристика ролевого промта, например, «тревел-блогера»].

В данном промте мы используем сразу два ролевых промта: «контент-менеджер» и «пиши в стиле тревел-блогера». Здесь нет конфликта – первый промт задает контекст профессионального подхода к созданию контент-плана, второй указывает на конкретную стилистику письма.

2. Пишем контент-план для персонального бренда

Ты – контент-менеджер, специализирующийся на [название индустрии] :: Подготовь контент-план на 10 дней для социальных сетей [характеристика деятельности, например, «эксперт по инвестициям】 :: Каждый день должны публиковаться пост, Reels, серия Stories :: Используй следующее соотношение категорий контента: 40% – экспертный, познавательный контент. 40% – продающий контент, 20% – лайфстайл-контент :: Разные форматы контента в каждый день должны быть на разные темы :: Ключевые акценты этих 10 дней: [перечисляем акценты, например: «обзоры, разбор трендов, кейсы, отзывы, воркшопы, лайфхаки, собственное обучение эксперта, тенденции на глобальном рынке, инвестиции в недвижимость, инвестиции в землю»] :: Будь оригинален, избегай слишком распространенных тем :: Пиши в стиле [характеристика ролевого промта, например, «эксперта по инвестициям】.

3. Пишем пост для социальных сетей

Ты – SMM-специалист, специализирующийся на [название индустрии] :: Напиши пост для социальных сетей (до 2200 знаков), посвященный [характеристика темы, например: «как выбрать кондиционер»] :: Аудитория поста: [краткая характеристика аудитории, например: «потенциальные клиенты, не имеющие специальных знаний» или «наши клиенты, уже имеющие опыт использования продукта»] :: Ключевые акценты, которые необходимо раскрыть в посте: [перечень акцентов, например: «цена, технические характеристики, опасности, которые есть при выборе, на что обратить внимание»] :: Пиши структурно, интересно, экспертно :: Избегай

очевидных тем, банальностей, тавтологии, шаблонных выражений, ищи оригинальные аспекты :: В начале поста раскрой важность темы, в конце приведи резюме из трех важнейших пунктов.

Обращу ваше внимание, что чуть позже я дам список ролевых промт-ов для разных ситуаций. Их можно будет встраивать в промт для получения еще более стилистически выверенного контента.

4. Создаем воркшоп для социальных сетей

Ты – опытный специалист по [название индустрии, например: «приготовлению диетических десертов»] :: Подготовь пошаговый воркшоп в текстовом формате по решению задачи [характеристика задачи, например: «повышение охватов в Telegram»] :: Аудитория поста: [характеристика аудитории] :: Воркшоп должен иметь следующую структуру: вводный абзац, в котором акцентируется важность темы воркшопа, 10 ключевых шагов с краткой детализацией каждого, заключение :: Пиши структурно, интересно, экспертизу : Избегай очевидных тем, банальностей, тавтологии, шаблонных выражений.

5. Пишем пост на основе отзывов о продукте

Такой формат написания поста позволит сделать его более разносторонним и объективным, поскольку клиенты часто видят в продукте аспекты, которые сложно оценить представителю компании или эксперту.

Ты – бизнес-копирайтер :: Напиши пост для социальных сетей о [название продукта] на основе отзывов клиентов, которые я дам далее :: Пиши экспертно, с максимальным погружением в продукт :: Будь объективен, структурен, цитируй наиболее впечатляющие фрагменты из отзывов :: Объем: до 2200 знаков :: Избегай шаблонных выражений, тавтологий, общих фраз, будь максимально конкретен.

После этого следующим сообщением отправляем подборку выбранных отзывов.

Альтернативно мы можем либо загрузить отзывы в отдельном файле, либо дать задачу: «Найди в онлайне отзывы о [название продукта]». Однако обе эти функции доступны только в платной версии ChatGPT.

6. Пишем продающий пост

Ты – бизнес-копирайтер :: Напиши пост для социальных сетей, в котором будет приведен обзор [название, характеристика и особенности продукта, например: «Кофемашина Delongi PrimaDonna Elite готовит эспрессо, лунго, капучино и латте макиато, две нагревательные системы, благодаря которым и термоблок, и система приготовления молока работают одновременно, сенсорные кнопки и 3,5-дюймовый цветной TFT-дисплей»] :: Пост должен отталкиваться от типичных задач аудитории, показывать ключевые преимущества продукта, делать акценты на ключевых преимуществах и их важности :: Пиши в формате социальных сетей – тепло, без давления на читателя :: Объем: до 2200 знаков :: Избегай шаблонных выражений, тавтологий, общих фраз, будь максимально конкретен.

7. Пишем экспертный пост для LinkedIn

Напиши пост в LinkedIn про [название темы] :: Act as a Bloomberg journalist (не представляйся) :: Пиши экспертно, аналитично, с умеренной теплотой :: Объем поста – до 3000 знаков :: Приведи цифры, прогнозы, процитируй авторитетного лидера мнений (проверь подлинность цитаты) :: В конце дай резюме в виде своих выводов :: Избегай шаблонных выражений, будь уникален и смел.

8–9. Пишем пост с обзором трендов

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Новейшие тренды – это то, что всегда волнует любую аудиторию. И человек, который качественно, с практическим прицелом открывает для своих читателей и зрителей эти тренды, воспринимается как эксперт высокого уровня и визионер. Потому давайте поставим ChatGPT соответствующую задачу, с которой он гарантированно справится.

Здесь мы задействуем формат последовательных промтов. С помощью первого промта собираем тренды, с помощью второго пишем обзор. Это позволит «промодерировать» найденные тренды, выбрать только те, которые подходят для вашего бизнеса.

Первый промт: собираем тренды.

Ты – профессиональный трендвотчер :: Собери подборку трендов, связанных с [название индустрии или тематики, например: «ресторанным бизнесом» или «пристрастиями читателей романтической литературы»] :: Собери данные из новейших исследований за [актуальный год], выдели из них важнейшие тренды :: Предоставь

подборку из 15 найденных тобой трендов :: Будь максимально конкретен, ищи действительно новые тренды, избегай устаревших и неизменных тенденций.

Второй промт: пишем обзор.

Ты – бизнес-визионер, специализирующийся на трендах в сфере [название сферы] :: На основе найденных тобой трендов №(перечисляем номера и названия трендов) напиши аналитический разбор трендов в сфере [название сферы] :: Объем статьи – от 2000 до 4000 знаков (не больше и не меньше) :: Будь максимально экспертен, транслируй глубокое понимание трендов и их значение :: Будь структурен, используй списки :: Избегай общих слов :: Пиши с умеренным энтузиазмом и интересом к предмету статьи :: Пиши от первого лица :: Давай свою оценку важности каждого тренда, лаконично описывай значение каждого тренда для читателя :: По каждому тренду пропиши три первых шага для внедрения :: После написания статьи предложи 10 вариантов заголовков для статьи.

10. Пишем пост на основе исследования

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Каждый день в мире публикуются тысячи исследований на самые разные темы – от тенденций в потреблении концентрированных соков до анализа покупательских привычек зумеров. Большинство из них объемны, довольно сложно написаны, причем публикуются они на разных языках. В результате большая часть людей, для которых эти исследования актуальны, не могут (и не хотят) их прочесть.

Станьте для своей аудитории проводником по новейшим исследованиям и с помощью ChatGPT создайте лаконичный, хорошо

структурированный, написанный понятным языком обзор этих исследований.

Для этого просто нужно загрузить файл в ChatGPT и дать ему следующий промт.

Ты – бизнес-копирайтер :: Прочти загруженный файл (прочти полностью, от начала до конца) и выдели из него 10 важнейших идей, инсайтов, трендов, статистических данных, цифр [этот перечень может меняться в зависимости от темы и структуры исследования] :: На основе этих идей напиши текст со следующей структурой: заголовок, короткое описание исследования и его значимости для аудитории [название аудитории], список ключевых идей с лаконичной (1–2 предложения) характеристикой каждого, в заключение дай лаконичную рекомендацию, как использовать эти данные :: Объем текста – от 2000 до 4000 знаков (не больше и не меньше) :: Пиши только самое важное, не уходи в подробности :: Давай максимум конкретики :: Пиши по-русски.

Если предложенный заголовок не понравится, задайте промт 36 «Создаем заголовки для текстов» и выберите подходящий.

TELEGRAM УДЕЛЫВАЕТ ИНСТУ. ИССЛЕДОВАНИЕ MEDIASCOPE

Вот мы и дожили до момента, когда Инсте мы оставляем веселые Reels и вкрадчивые прогревы, а конкретный монументальный контент «под ключ» перетекает в Тележку.

Mediascope выпустил знаковый отчет «Аудитория Telegram», который показывает невероятный рост TG за последние полтора года.

15 удивительных фактов о Telegram в России

1. Пятое место: В марте 2023 года Telegram занял пятое место среди российских интернет-ресурсов по объему дневной аудитории.
2. Ежедневное использование: Более 40% российского населения используют Telegram ежедневно.
3. Ежемесячная аудитория: Более 60% россиян заходят в Telegram хотя бы раз в месяц.
4. Резкий рост аудитории: В марте 2022 года наблюдался существенный прирост аудитории из-за начала СВО и блокировки других социальных сетей.
5. Универсальная платформа: Telegram, изначально популярный среди молодежи, стал привлекать более широкую аудиторию всех возрастов.
6. Мессенджер и социальная сеть: Около 70% пользователей Telegram используют его не только для обмена сообщениями, но и для чтения каналов.
7. Популярность у молодежи: Четверть людей моложе 25 лет используют в качестве мессенджера только Telegram.
8. Информационно-политическая направленность: Большинство популярных каналов в Telegram посвящены новостям и политике.
9. Среднее время использования: Средний пользователь проводит в Telegram 39 минут в день.
10. Доля в интернет-потреблении: Telegram составляет 6% всего интернет-потребления в России.
11. Шестое место по ежедневному охвату: По итогам первого квартала 2023 года, Telegram занимает шестое место среди самых посещаемых площадок на ежедневной основе.

12. Лидер среди тинейджеров: Среди возрастной группы от 12 до 24 лет Telegram занимает первое место.
13. Разнообразие пользователей: Пользователи Telegram становятся все более разнообразными по возрасту и полу.
14. Чтение каналов: 71% пользователей Telegram читают каналы, и на это чтение приходится около 30% от всего времени использования приложения.
15. Изменение возрастной структуры: Рост интереса к Telegram среди старшего населения привел к изменению структуры его аудитории, делая платформу более универсальной.

А как Вы считаете, будущее за Telegram или Instagram?

11. Пишем эмоциональный пост

Принято считать, что эмоции, эмпатия, любовь к своему делу — сугубо человеческие проявления и человек здесь всегда будет впереди AI. Должен вас разочаровать (или, напротив, обнадежить): с правильным промтом AI не просто может передавать эмоции в посте, но и делать это крайне тонко, человечно, что называется, «на кончиках пальцев». Кстати, это еще одна задача, с которой платная версия ChatGPT справляется намного лучше, чем базовая.

Напиши пост для Instagram (до 2200 знаков) о [тема, например: «кованных козырьках»] в виде эмоциональной исповеди [главный герой, например, «профессионального кузнеца»], который посвятил жизнь своему делу :: Акцентируй важность своей профессии, передай свое отношение к работе и своему продукту :: Избегай экзальтированных и восторженных эпитетов :: Будь глубоким, не скрывай свои эмоции.

12. Создаем идеи Reels

Ты – профессиональный сценарист :: Придумай 20 идей Reels для [характеристика компании или эксперта, например: «риелтора】 :: Используй различные форматы (ролевые, экспертные, обзорные, обучающие, юмористические), будь максимально оригинален, избегай слишком распространенных тем, ищи необычные и интересные темы :: Избегай сложных в реализации Reels, не предлагай использовать анимацию и другие сложные решения :: Пиши только названия и краткие описания.

Также, немного изменив этот промт, мы можем получить интересные и необычные Reels, с большим вирусным потенциалом. Для этого убираем строку «Используй различные форматы» и в фразу «Придумай 20 идей Reels» встраиваем одно из следующих слов / сочетаний слов:

- **Юмористические.** Вы будете удивлены, насколько смешно умеет шутить ChatGPT (как и говорил ранее, в особенности его платная версия). Для усиления результата можем также добавить фразу «Используй ключевые юмористические формулы».
- **Интеллектуальные.** ChatGPT найдет более сложные аспекты вашей темы. Например, для эксперта по инвестициям одна из предложенных тем интеллектуальных Reels — «Война и мир на рынке. Как геополитика влияет на твои инвестиции». Обратите внимание, что эта идея хоть и довольно сложна, но все равно сформулирована в стиле Reels.
- **Для ребенка 5–10 лет.** Умение объяснить сложные понятия ребенку — еще один супернавык ChatGPT. С помощью таких Reels родители могут объяснить своим детям сложные понятия, например: «управление личными деньгами» в случае с аккаунтом эксперта по инвестициям или «как ухаживать за зубами» для стоматологии.

1. «Волшебное Путешествие Монеты» – мы представляем монетку, которую дедушка подарил главному герою, и видим, как эта монета растет в невероятных размерах благодаря волшебству инвестиций.
 2. «Живые Семена Денег» – мы сажаем маленько семя (монетку) в специальный горшок и смотрим, как оно превращается в роскошное дерево, притом каждый его листик – это новая монетка.
 3. «Банкомат-Волшебник» – банкомат, который превращает одну бумажку денег в две, три, а то и больше, объясняя проценты и сложные проценты в простых и веселых терминах.
 4. «Путешествие в Страну Долгосрочных Инвестиций» – наш герой отправляется в волшебную страну, где все, что нужно сделать, чтобы увидеть рост денег, – это подождать.
 5. «Дружба с Акциями» – рассказываем историю о маленьком ребенке, который подружился с акциями разных компаний и видит, как они вместе растут и развиваются.
-
- Для профессионалов в области [характеристика области – например, «медицины» или «онлайн-образования»]. В тех случаях, когда ваша задача – контакт с другими профессионалами на рынке (например, вы поставщик оборудования либо преподаватель курса по повышению квалификации). При таком подходе ChatGPT будет генерировать более сложные идеи Reels, понятные профессионалам. Для усиления можно добавить в промт следующий элемент: «Используй профессиональную терминологию, идеи Reels должны быть максимально адаптированы под актуальные проблемы и задачи аудитории».

13. Создание вопросов для Reels-интервью

Я умею снимать 105 Reels за шесть часов. Секрет здесь довольно простой.

Ты фактически даешь интервью. Емкие, по одной конкретной теме вопросы и динамичные, крайне конкретные ответы продолжительностью до минуты. Снимаем «сплошняком», на монтаже нарезка и обработка.

Важно! Вопросы вы готовите заранее, а ответы не готовите — так они будут звучать естественно, незазубренно.

Хорошо, а где же взять такие вопросы, чтобы каждый из них был готовой хлесткой темой для Reels? Как и всегда, на помощь нам приходит ChatGPT.

Ты — профессиональный интервьюер. Я — [описание деятельности, например: «профессиональный диетолог»] :: Задай мне 30 вопросов в блиц-формате по моей сфере деятельности :: Ответ на каждый вопрос станет отдельным Reels, задавай вопросы, учитывая это :: Вопрос должен звучать как заголовок Reels :: Затрагивай разные аспекты моей деятельности и профессионального опыта :: Будь оригинален.

14. Написание сценария Reels

Ты — профессиональный сценарист :: Напиши сценарий [характеристика сценария, например: «юмористического / экспертного / ролевого / обзорного / разбора кейса»] Reels :: Тема Reels: [описание темы Reels, например: «риелтор настойчиво предлагает клиенту квартиру, которая ему не нужна, в конце сделай вывод, что нужно работать с профессионалами, а не с горе-риелторами. Будь настойчив,

циничен, дави на клиента. Следи, чтобы диалог был действительно смешон для клиента»] :: Продолжительность Reels до 1 минуты :: Представь результат в виде описания конкретных сцен.

Приведу полностью сценарий юмористического Reels про назойливого риелтора и клиента, написанного по приведенному выше промту.

Название: «Когда риелтор знает лучше»

Сцена 1: (Вид из квартиры на оживленную улицу, шум города.
Клиент входит и смотрит в окно.)

Клиент: «Это же прямо на шумную улицу! Я искал что-то тихое».

Риелтор (улыбаясь): «Так это же идеально! Каждое утро вам не нужен будильник. Городские звуки разбудят вас!»

Сцена 2: (Клиент и риелтор стоят в маленькой кухне, головы почти касаются потолка.)

Клиент (оглядываясь): «Здесь так мало места...»

Риелтор (широко улыбаясь): «Зачем вам больше? Это же идеальная кухня для диеты! Нет места для лишней еды!»

Сцена 3: (Клиент показывает на пятно на стене.)

Клиент: «А что это?»

Риелтор (берет лупу, смотрит на пятно): «А, это эксклюзивный абстрактный дизайн! Многие платят за такое состояние стены!»

Сцена 4: (Клиент пытается открыть кран, но вода не идет.)

Клиент (удивленно): «Здесь нет воды!»

Риелтор (возмущенно): «Это же экологически чистая квартира! Вам не нужно тратить воду!»

Сцена 5: (Клиент и риелтор стоят у выхода. Клиент явно не в восторге.)

Клиент: «Я думаю, это не для меня...»

Риелтор (ставит руку на плечо клиенту): «Послушайте, я же вижу, что эта квартира – ваша судьба! Как насчет скидки в 0,5%?»

Завершение: (Клиент бегает по квартире и восторженно смотрит на все, риелтор молча следит за ним с ухмылкой.)

Заставка: «Когда риелтор всегда прав!»

Сценарий действительно смешной и имеет все шансы на то, чтобы, как выражается молодежь, залететь в реки. Он довольно простой в реализации — обе роли может сыграть сам риелтор, это вполне в духе TikTok/Reels-формата. Кроме того, это отличный способ для отстройки от непрофессионалов и акцентирования собственного экологичного подхода.

15. Написание сценария для YouTube-видео

Ты – профессиональный сценарист :: Напиши сценарий экспрессивного видео для YouTube на тему [описание темы, например: «воркшоп по выбору детской коляски】 :: Будь максимально конкретен, структурен, плотность полезного контента должна быть максимальной :: Ролик должен иметь высокие показатели досматриваемости, поэтому следи за тем, чтобы зритель не потерял интерес :: В ключевую сцену вставь предложение подписаться, поставить лайк и задать вопрос в комментариях.

16. Пишем сценарий подкаста

Ты – профессиональный сценарист подкастов :: Напиши сценарий для 20-минутного подкаста на тему [краткое описание темы] :: Используй разговорный стиль, у слушателя не должно возникнуть ощущения искусственности текста, не должно быть ощущения «чтение с листа» :: Будь максимально структурен, максимально широко раскрой тему, добавь дискуссионности, чтобы вызвать у читателя желание согласиться или нет, избегай громоздких предложений.

17. Создаем пост с рекомендациями

Ты – [прилагательное, характеризующее сферу, например: «литературный» или «театральный»] критик :: Подбери 10 [книг, фильмов, концепций и т. д.] по теме [описание темы, например, «AI для бизнеса】, которые будут интересны и понятны для аудитории [описание аудитории, например: «молодых предпринимателей» или «подростков»] :: К каждому пункту добавь небольшое описание (до 200 знаков), почему эта книга [или другое] важна и в чем ее достоинства :: Будь максимально конкретен.

18. Пишем сценарий прогрева

Одна из самых частых задач SMM-специалиста — создание прогревов (в Stories, в Telegram-канале, в письмах, постах и т. д.). И здесь всегда возникает множество сложностей: актуализировать задачи и проблемы аудитории, создать интригу, добавить социальное доказательство, вовремя дать офер — не перегреть и не недогреть.

Примечательно, что понятие прогревов в Stories исключительно российское, при этом ChatGPT не только знает термин, но и дает результат вполне себе «в формате». Разумеется, при верно составленном промте.

Подготовь серию прогревов в Instagram Stories для продажи [описание продукта, например: «курса по созданию Reels с помощью нейросетей – «Reels на нейронках!»] :: Продолжительность прогрева – 5 дней :: Каждый день не менее 3 Stories :: Задача – создание ажиотажа вокруг продукта :: Представь результат в виде темы каждого Stories и краткого описания содержания :: В первые четыре дня создай интригу и ожидание анонса, донеси важность темы, новые возможности :: Анонсируй продукт и начинай продавать с пятого дня :: Внедри в каждый день дополнительные ментальные триггеры :: Действуй как нейромаркетолог :: Аудитория – [описание аудитории, например: «SMM-специалисты, предприниматели, маркетологи】 :: Будь уникален, не используй слишком распространенные формулировки :: Избегай тавтологий.

Покажу результат, который дал мне ChatGPT.

ДЕНЬ 1 – СЛОМ ФРЕЙМА

◆ Stories 1: «Взгляните на Reels новым взглядом».

(Содержание: показываем некоторые популярные Reels и подчеркиваем, как нейросети меняют игру в Instagram. Отмечаем, что у нас появится кое-что новое в ближайшее время.)

◆ Stories 2: «Прорыв на подходе»

(Содержание: тизер будущего анонса с вопросом: «Готовы узнать, как Reels могут стать еще мощнее с помощью AI?»)

◆ Stories 3: «Технология – наше будущее».

(Содержание: говорим о роли и значимости AI в данный момент и как она может усилить инструменты SMM.)

ДЕНЬ 2 – ПЕРСПЕКТИВЫ

◆ Stories 1: «Почему AI важен для SMM?»

(Содержание: объясняем преимущества использования AI в SMM, включая точность, эффективность и скорость.)

◆ Stories 2: «Новые возможности для вас».

(Содержание: тизер о том, что наша новая программа научит использовать AI для создания Reels, что открывает новые горизонты.)

◆ Stories 3: «Спойлер: Reels и AI».

(Содержание: пример использования AI для создания Reels.)

ДЕНЬ 3 – РОЛЕВОЙ ОБРАЗЕЦ

◆ Stories 1: «Ваши Reels никогда не были такими».

(Содержание: показываем пример, обсуждаем, как AI может улучшить Reels, делая их более привлекательными и интересными.)

◆ Stories 2: «Будущее уже на пороге».

(Содержание: встроенный тизер о нашем грядущем анонсе, подталкиваем аудиторию к ожиданию.)

◆ Stories 3: «AI и Reels – готовы к изменениям?»

(Содержание: обсуждаем важность быть открытыми к новым технологиям и идеям, особенно когда речь идет о SMM.)

ДЕНЬ 4 – ДОРОЖНАЯ КАРТА

◆ Stories 1: «Преобразуйте свои Reels».

(Содержание: подчеркиваем, как наша будущая программа может помочь в творчестве с использованием AI в Reels.)

◆ Stories 2: «Совершите прорыв в Reels».

(Содержание: упоминаем, что наша программа может быть прорывом в создании Reels для SMM-специалистов и предпринимателей.)

◆ Stories 3: «Reels + AI = ».

(Содержание: вводим математическую формулу успеха с помощью технологии AI.)

ДЕНЬ 5 – ПРОДАЖА

◆ Stories 1: «Анонс курса «Reels на нейронках!»

(Содержание: официальный анонс нашего нового курса «Reels на нейронках!», подчеркиваем, что это уникальная возможность быть в курсе новейших технологий.)

◆ Stories 2: «AI преобразит ваши Reels».

(Содержание: демонстрируем, как наш курс поможет вам создавать уникальные и инновационные Reels.)

◆ Stories 3: «Запись на курс открыта».

(Содержание: сообщаем, что запись на курс уже открыта и места заполняются быстро. Ставим вызов к действию: «Зарегистрируйтесь сейчас!»)

Скажу честно, я многое повидал, но настолько проработанный сценарий, со всесторонним прогревом и органичной продажей, как дает ChatGPT, могут создать максимум 10% SMM-специалистов и сценаристов прогревов (есть и такая профессия).

19. Пишем BIO для социальных сетей

Ты – специалист по оформлению социальных сетей :: Напиши 15 вариантов BIO для Instagram (до 150 знаков) для [характеристика персоны или компании] :: Основные акценты, которые необходимо передать [передаем ключевые факты, например: «деятельность, УТП, опыт, количество клиентов» в виде «SMM-специалист, 12 лет на рынке, создаем контент, который продает】 :: BIO должно быть афористичным, запоминающимся, показывающим ключевое преимущество.

Создаем контент для маркетплейсов

20. Написание карточки товара для маркетплейсов

ChatGPT уже успел разобраться в российских маркетплейсах, знает основные требования к карточкам, понимает особенности восприятия пользователями.

Ты – специалист по работе с маркетплейсами :: Напиши карточку товара [краткое описание товара, например: «чайный сервис Ленинградского фарфорового завода»] для размещения на маркетплейсе Wildberries [Ozon, Avito, Amazon, Mercado Libre, Яндекс] :: Информацию о продукте, его характеристики я пришлю следом :: Учитывай все требования маркетплейса по формату карточки, объему основного текста и заголовка, а также прочие правила и запреты :: Пиши в информативном стиле, основу стилистики возьми у лучших российских примеров оформления карточек на маркетплейсах.

21. Написание отзывов на продукты для маркетплейсов

Сразу уточню, что я не приветствую создание фейковых отзывов и данный промт предназначен исключительно для оформления

отзыва от клиента, который остался доволен, но не хочет тратить время на написание поста.

Ты – покупатель [название продукта, например: «женского пальто из шерсти альпаки “Венера в мехах”»] по имени [имя покупателя] :: Напиши отзыв о приобретенном товаре :: Пиши в естественном, типичном для отзывов стиле, языком человека, не имеющего большого опыта написания текстов :: Обрати внимание на следующие особенности продукта: [вставляем то, что понравилось клиенту, например: «качество материала, цвет, фасон, цена»], добавь некоторые недостатки: [вставляем то, что могло не понравиться клиенту, например: «долгая доставка, маркость материала, неудобное расположение карманов»] :: Объем отзыва: не более 700 знаков :: Следи, чтобы текст не создавал ощущения написанного копирайтером :: Избегай громоздких формулировок, сложноподчиненных предложений, пиши живо, в полуразговорном формате.

Создаем тексты различного формата

22. Пишем статью для СМИ

Ты – профессиональный журналист :: Напиши аналитическую статью на тему [описание темы] для [характеристика СМИ], которую будет читать аудитория [описание аудитории] :: Объем статьи от 3000 до 5000 знаков (не больше и не меньше) :: Статья должна раскрывать следующие темы: [характеристика ключевых тем для статьи] :: Пиши экспертно, с конкретикой, проводи анализ, делай выводы на его основе :: Статья не должна содержать общих слов, тавтологий, шаблонных выражений :: В начале приведи факты и тезисы, которые покажут актуальность темы для аудитории :: Пиши от третьего лица :: Проверяй факты, которые содержатся в статье, избегай использования непроверенных фактов.

23–26. Пишем книгу с помощью ChatGPT

«А что, ChatGPT и книгу может написать?!»

Может. И, как и во всех остальных случаях, эта книга будет написана лучше, чем 70% бизнес-книг. Но не спешите командовать ChatGPT «Напиши мне бестселлер про крипту!!!!». В написании

книги (как и любого большого материала) с помощью нейросети есть секрет.

Называется он «последовательные промты». Это значит, что мы даем ChatGPT задачи поочередно — от общего к частному. На практике будет понятнее.

Начнем с декомпозиции задач по написанию книги:

1. Общая концепция книги, название, аудитория, особенности.
2. Структура книги (на самом деле это один из самых важных шагов в работе над книгой).
3. Детализация каждой главы до тезисов.
4. Непосредственно работа над текстом каждой главы.
5. Редактура.

Такой подход позволит получить идеальный результат — с уверененной концепцией, структурой, четким изложением.

Итак, промты.

Первый промт – создаем концепцию

Ты — популярный автор бизнес-нон-фикшн [можно указать любой другой стиль литературы, в зависимости от темы книги] :: Разработай концепцию книги на тему [краткое описание темы, например: «SMM для предпринимателей】 :: В книге рассматривается [описываем ключевые темы, которые хотели бы осветить в книге, например: «основы Social Media Marketing, их использование для продвижения малого и среднего бизнеса, основные площадки: «ВКонтакте», YouTube, Telegram, Instagram, основные механизмы работы с данными социальными сетями: контент, продвижение, оформление. Отдельный блок должен быть посвящен таргетированной рекламе в социальных сетях :: Отдельно должны быть рассмотрены темы о влиянии социальных сетей на бизнес, реализации кампаний, отслеживании ключевых KPI»] :: Аудитория — [описание

аудитории, например: «предприниматели, которые либо не сталкивались с SMM, либо имеют средний уровень понимания, как он работает] :: Книга должна быть написана понятным языком, избегай сложной терминологии, если она необходима – давай расшифровку :: На этом этапе не прописывай структуру книги, представь результат в виде авторской заявки издателю.

Обратите внимание, что мы получаем не только концепцию книги, но и важнейший и сложнейший в разработке документ: авторскую заявку издателю, на основе которой (наряду с рукописью) издается, как правило, и принимает решение о том, издавать или нет книгу. И скажу по собственному опыту, что ChatGPT справляется с этой задачей блестяще.

Кто-то может сказать, что в этом промте нам приходится самим давать множество информации о будущей книге. Отвечу, что фактически на этом наша часть творческой работы заканчивается и далее нам необходимо только давать правильные промты, корректировать результаты и сводить их воедино. Ну и конечно же, это в тысячи раз меньше по сравнению с усилиями, которые требуются для самостоятельного написания классной книги. Говорю как автор трех бизнес-книг и одного романа.

Здесь и в последующих промтах рекомендую после получения результата дать необходимые правки в виде корректирующих промтов. Например: «Добавь в рассматриваемые темы [краткое описание темы] или «Удали из описания аудитории [пункт, который необходимо удалить]. Это позволит перейти к следующему промту из последовательности с максимально актуальной информацией.

АВТОРСКАЯ ЗАЯВКА ИЗДАТЕЛЮ

Название книги: «SMM для предпринимателя: мастерство онлайн-продвижения для малого и среднего бизнеса»

Целевая аудитория: Предприниматели начального и среднего уровня знания в области Social Media Marketing, которые стремятся освоить эффективные методики продвижения своего бизнеса в социальных сетях.

Описание: В эпоху онлайн-коммуникаций понимание принципов SMM становится ключевым для успешного развития бизнеса. Эта книга призвана стать вашим компасом в мире социальных сетей, помогая находить верные пути продвижения и взаимодействия с целевой аудиторией.

Мы начнем с основ, рассказывая о том, как социальные сети могут стать мощным инструментом для вашего бизнеса. Далее погрузимся в конкретику, изучая четыре ключевые площадки: «ВКонтакте», YouTube, Telegram и Instagram.

Читатель научится:

- Создавать привлекательный и эффективный контент;
- Понимать механики продвижения на каждой из площадок;
- Оформлять свои страницы и каналы так, чтобы они привлекали внимание аудитории.

Таргетированная реклама заслуживает особого внимания.

Мы рассмотрим, как правильно настраивать рекламные кампании, сегментировать аудиторию и достигать максимального эффекта от вложенных средств.

Финальная часть книги будет посвящена стратегическому уровню: как разработать и реализовать успешную SMM-кампанию, какие KPI следует отслеживать и как социальные сети влияют на общую картину вашего бизнеса.

Особенности книги:

- Понятный и доступный язык изложения.
- Практические примеры и кейсы.
- Шаг за шагом инструкции для настройки рекламы и создания контента.
- Экспертные мнения и интервью с успешными предпринимателями.

Почему этот проект уникален?

Множество руководств по SMM написаны для профессионалов маркетинга, и они часто загружены сложной терминологией и концепциями. Наша книга – это практическое и понятное руководство, созданное специально для предпринимателей, которые хотят освоить мир SMM, не будучи экспертами в этой области.

Надеюсь на плодотворное сотрудничество и уверен, что наш проект будет востребован среди предпринимателей, стремящихся к успешному онлайн-продвижению своего бизнеса.

Второй промт – создаем структуру книги

Ты – популярный автор бизнес-нон-фикшн :: На основе предложенной тобой концепции проработай структуру книги :: Объем итоговой книги – 200–250 страниц :: Будь максимально структурирован, информативен, добавь вводный и завершающий блоки :: Ориентируйся на аудиторию [описание аудитории].

Структура книги «SMM для предпринимателя: МАСТЕРСТВО ОНЛАЙН-ПРОДВИЖЕНИЯ ДЛЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА»

Вводный блок (15 с.)

- Предисловие (4 с.)
- Почему SMM важен для современного предпринимателя? (5 с.)
- Обзор структуры книги (6 с.)

Часть I. Основы SMM и его влияние на бизнес (30 с.)

- Что такое SMM и его роль в современном маркетинге (10 с.)
- Преимущества SMM для малого и среднего бизнеса (10 с.)
- Риски и распространенные ошибки в SMM (10 с.)

Часть II. Погружение в социальные сети (100 с.)

Vkontakte:

- Введение в экосистему «ВКонтакте» (5 с.)
- Создание и стилизация бизнес-страницы (5 с.)
- Основы продвижения в «ВКонтакте» (5 с.)
- Эффективный контент для сообществ (5 с.)
- Анализ действий и метрики (5 с.)
- События и стримы как инструмент вовлечения (5 с.)

YouTube:

- Начало работы на YouTube (5 с.)
- Запуск и оптимизация канала (5 с.)
- Продвижение и алгоритмы YouTube (5 с.)
- Создание качественного видеоконтента (5 с.)
- Аналитика и интерпретация данных (5 с.)
- Что такое YouTube Shorts и как его использовать (5 с.)

Telegram:

- Telegram как платформа для бизнеса (5 с.)
- Создание и монетизация канала (5 с.)

- Секреты продвижения в Telegram (5 с.)
- Работа с подписчиками и обратная связь (5 с.)
- Боты в Telegram: возможности для бизнеса (5 с.)
- Специфика рекламы в Telegram (5 с.)

Instagram:

- Эволюция Instagram: от фото до мультимедиа (5 с.)
- Брендирование профиля: от аватара до сториз (5 с.)
- Искусство привлечения подписчиков (5 с.)
- Контент-тренды Instagram (5 с.)
- IGTV и Reels: как использовать видеоформаты (5 с.)
- Коллаборации и работа с инфлюенсерами (5 с.)

Часть III. Создание контент-плана (20 с.)

- Почему контент-план – ключевой элемент SMM (5 с.)
- Шаги создания контент-плана (5 с.)
- Инструменты и сервисы для планирования (5 с.)
- Адаптация контент-плана для разных платформ (5 с.)

Часть IV. Таргетированная реклама в социальных сетях (35 с.)

- Введение в таргетированную рекламу: что это и зачем? (5 с.)
- Основы работы с рекламными кабинетами популярных соцсетей (5 с.)
- Сегментация и выбор целевой аудитории: как не потратить бюджет впустую (5 с.)
- Создание креативных и эффективных рекламных объявлений (5 с.)
- A/B-тестирование рекламных кампаний (5 с.)
- Анализ эффективности и оптимизация рекламных кампаний (5 с.)
- Кейс-стади: успешные примеры таргетированной рекламы для малого и среднего бизнеса (5 с.)

Часть V. Измерение результатов и ключевые показатели эффективности (KPI) (25 с.)

- Зачем предпринимателю знать о KPI? (5 с.)
- Основные метрики в SMM и их интерпретация (5 с.)
- Инструменты для отслеживания и анализа KPI (5 с.)
- Принятие бизнес-решений на основе KPI (5 с.)
- Как повысить эффективность кампаний с помощью данных (5 с.)

Заключение (10 с.)

- Современные тренды в SMM: куда движется индустрия? (5 с.)
- Заключительные рекомендации для предпринимателей (5 с.)

Приложения (15 с.)

- Шаблоны и примеры контент-планов (5 с.)
- Словарь SMM-терминов для начинающих (5 с.)
- Полезные ресурсы и инструменты для SMM-специалиста (5 с.)

Таким образом, учитывая все блоки, книга будет составлять примерно 235 страниц.

Третий промт – детализируем каждую главу до тезисов

Ты – популярный автор бизнес-нон-фикшн :: Проработай структуру главы [номер и название главы] до 30 тезисов :: Будь максимально структурен, следи, чтобы тема была максимально раскрыта :: Пиши экспертно, тепло, без шаблонных выражений, без официального стиля, тавтологий.

Мы не зря задаем стилистику даже в работе над тезисами — ведь именно из них в дальнейшем вырастет текст, и он «унаследует» от тезисов общий стиль и логику построения текста.

Введение в таргетированную рекламу: ЧТО ЭТО И ЗАЧЕМ?

1. Зачем вашему бизнесу реклама в интернете?

Объяснение актуальности онлайн-рекламы: почему нельзя оставаться в стороне от виртуального мира.

Как правильная реклама может стать мостиком между вашим товаром и потенциальным покупателем.

2. Таргетированная реклама: дружественный «снайпер» в мире маркетинга

Что такое таргетированная реклама и почему она считается одним из наиболее эффективных инструментов.

Примеры: когда вы видели рекламу, которая казалась «как раз для вас».

3. Анатомия таргетированной рекламы: как это работает?

Объяснение принципов таргетирования: как системы определяют, кому и что показать.

Схематичное представление о механизмах работы: выбор аудитории, определение интересов, поведенческие факторы.

4. Почему таргетированная реклама так цenna для предпринимателя?

Экономия ресурсов: вы платите только за реальный интерес.

Повышение эффективности: попадание в «десятку» и достижение тех, кто действительно заинтересован.

5. Таргетированная реклама vs. традиционная: преимущества нового подхода

Сравнение с классическими методами рекламы: где таргетированная реклама выигрывает, а где может уступать.

6. Первые шаги в мире таргетированной рекламы

Как начать? Небольшой гид для тех, кто решил протестировать этот инструмент в своем бизнесе.

Заключение

Перспективы и важность использования таргетированной рекламы в современном мире: почему стоит начать изучать и применять ее уже сегодня.

Четвертый промт – пишем главу.

Ты – популярный автор бизнес-нон-фикшен :: Напиши эту главу по предложенной тобой структуре :: Объем: от 5000 знаков до 7000 знаков :: Избегай шаблонных выражений и тавтологий, будь максимально структурирован и конкретен :: Обращайся к читателю на «вы» :: Избегай общих слов :: Ориентируйся на аудиторию [описание аудитории] :: Пиши экспертно, тепло, без шаблонных выражений, без официального стиля, тавтологий.

Итак, представьте себе ситуацию. Вы искали в интернете новую кофеварку, и в течение следующих нескольких дней этот продукт начал «преследовать» Вас повсюду: в социальных сетях, на новостных сайтах, даже в мобильных приложениях.

Это не случайность и уж тем более не магия. Это результат работы таргетированной рекламы.

Разберемся, как это работает. В сети есть специализированные инструменты, которые собирают информацию о том, какие сайты вы посещаете, какие товары и услуги Вас интересуют. Эта информация анализируется, обрабатывается и становится основой для отображения рекламы.

Для понимания преимуществ таргетированной рекламы давайте проведем аналогию с рыболовством. Если раньше маркетологи «ловили клиентов на удочку», то есть пытались зацепить каждого потенциального покупателя отдельно, то теперь у них есть возможность «бросать сети», охватывая сразу целые группы потребителей, благодаря точной настройке рекламы.

Ключевое слово здесь – «точная настройка». Вам, как предпринимателю, это открывает целый мир возможностей.

Во-первых, эффективность. Нет смысла растратчивать ресурсы на то, чтобы показывать рекламу тем, кто не интересуется Вашим продуктом или услугой. С помощью таргетированной рекламы Вы можете достичь именно тех, кто уже готов совершить покупку или хотя бы проявил интерес.

Во-вторых, экономия бюджета. Вместо того чтобы «бросать сети» в открытое море, Вы можете выбирать определенные «рыбные места», где сконцентрирована Ваша целевая аудитория. Это позволяет оптимизировать рекламный бюджет и получать лучший отклик на вложенные средства.

Важно! Пишите все главы в одном треде, чтобы ChatGPT мог повторять выбранный стиль письма. Далее повторяем промты 3 и 4 для каждой главы. После первой добавляем в конец промта следующий элемент:

Помни, что это одна из глав книги, соответственно, избегай повторов с предыдущими главами :: Используй тот же стиль письма и логику построения текста, что и в предыдущих главах.

Обращайте внимание на единство стиля — если видите, что при написании какой-то из глав ChatGPT резко сменил стилистику, остановите генерацию и напишите промт «*Пиши в стиле предыдущих глав*».

В результате написание и редактура книги объемом 200–250 страниц занимает около 6–8 часов.

27. Пишем саммари книги

Ты — профессиональный копирайтер :: Напиши саммари книги [название книги] для публикации в социальных сетях :: Приведи саммари в формате 10 ключевых идей книги :: Во введении укажи ценность книги для аудитории [описание аудитории] :: Будь максимально конкретен, структурен, избегай шаблонных фраз, пиши в информативном, экспертном стиле :: В заключение приведи 3 шага по внедрению идей из книги в деятельность аудитории.

Уточню, что в базе ChatGPT есть миллионы книг и он может создать саммари практически любой популярной книги, используя только свою базу. Если же окажется, что книги в базе нет (вы поймете это по тому, что саммари будет очень общим, похожим на аннотацию к книге), вы можете загрузить книгу и попросить ChatGPT написать саммари по загруженному файлу (напомню, что опция загрузки файлов есть только в платной версии).

28. Пишем пресс-релиз

Ты – PR-специалист компании [название и характеристика компании] :: Напиши пресс-релиз на основе следующего инфоповода [описание инфоповода и важных деталей либо владельцы платной версии могут дать ссылку на описываемый инфоповод, например: новость на сайте либо пост в социальной сети] :: Для написания промта используй принцип перевернутой пирамиды :: Придерживайся лаконичного информативного стиля :: Пиши в стиле лучших мировых примеров пресс-релизов.

29. Пишем кейс

Ты – специалист по оформлению маркетинговых кейсов :: Твоя задача – описать реализованный мною кейс по [кратчайшая характеристика реализованного кейса, например: «по продаже 300 загородных домов в коттеджном поселке “Крыши набок” с помощью контекстной рекламы»] :: Кейс должен быть максимально предметным, с конкретными показателями «до/после», должно быть описание процесса реализации :: Кейс должен быть написан по копирайтерской формуле «Before – After – Bridge» :: Для того чтобы получить всю необходимую тебе для написания поста информацию о проекте, задай мне серию вопросов (от 5 до 10) :: Объем кейса должен быть не менее 3000 знаков :: Будь максимально структурен, оригинален, эксперт, избегай шаблонных выражений :: Покажи, кроме основного, еще и неочевидные профиты, которые клиент получил от данного проекта.

30. Готовим интервью

Ты – профессиональный интервьюер :: Я – твой собеседник [описание личности и деятельности собеседника] :: Задай мне 30 вопросов для интервью, предназначенного для [описание формата интервью и площадки, где оно будет размещено] :: Учитывай формат при подготовке вопросов :: Задачи интервью: 1. Раскрыть собеседника как профессионала и как личность. 2. Получить ценную информацию для зрителей [слушателей, читателей]. 3. Сделать интервью интересным :: Часть ответов на наиболее актуальные вопросы будет нарезана на Reels, учитывай это при подготовке вопросов :: Интервью предназначено для аудитории [описание аудитории], вопросы должны пересекаться с наиболее актуальными задачами и проблемами этой аудитории :: Избегай закрытых вопросов, избегай слишком общих вопросов :: Будь оригинален и иногда парадоксален :: Добавь вопросы-кейсы :: Ориентируйся на лучших мировых интервьюеров :: У интервью должна быть «красная нить» – это должны быть не отрывочные вопросы, а интересная беседа.

31. Собираем информацию о собеседнике и на ее основе готовим интервью

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Ты – специалист по мониторингу информации :: Найди в интернете максимум информации о [фамилия, имя персоны, краткая характеристика деятельности, например: «Дамир Халилов, эксперт по работе с социальными сетями】 :: Структурируй ее в формат подробной биографической справки, в ней должны быть как факты об экспертиности собеседника, так и о его личных интересах, хобби, пристрастиях :: На основе найденной информации подготовь 30 вопросов

для интервью, предназначенного для [описание формата интервью и площадки, где оно будет размещено] :: Учитывай формат при подготовке вопросов :: Задачи интервью: 1. Раскрыть собеседника как профессионала и как личность. 2. Получить ценную информацию для зрителей [слушателей, читателей]. 3. Сделать интервью интересным :: Часть ответов на наиболее актуальные вопросы будет нарезана на Reels, учитывай это при подготовке вопросов :: Интервью предназначено для аудитории [описание аудитории], вопросы должны пересекаться с наиболее актуальными задачами и проблемами этой аудитории :: Избегай закрытых вопросов, избегай слишком общих вопросов :: Будь оригинален и иногда парадоксален :: Добавь вопросы-кейсы :: Ориентируйся на лучших мировых интервьюеров :: У интервью должна быть «красная нить» – это должны быть не отрывочные вопросы, а интересная беседа.

32. Готовим ответы на вопросы интервью

Такой промт будет полезен в случае, если вы отвечаете на присланные вопросы интервью в письменном формате (этот формат интервью часто используют печатные СМИ) либо если вам заранее прислали вопросы, которые будут задавать на интервью в видеоформате.

Ты – эксперт в области [описание области] с многолетним опытом работы, а также с большим опытом общения с интервьюерами :: Ответь на следующие вопросы интервью [список вопросов можно прислать следующим сообщением, либо владельцы платной версии могут загрузить файл с вопросами] :: Ответы будут размещены в [описание, где будет интервью, например: «в газете «Коммерсантъ» либо «на YouTube-канале, посвященном инвестициям»], учитывай особенности формата :: Ответы должны быть информативными, интересными,

с примерами и конкретикой :: Избегай общих фраз, шаблонных выражений, тавтологий, громоздких предложений :: Проверяй каждый ответ – отвечает ли он конкретно на поставленный вопрос :: Отвечай в стиле [референс на известного лидера мнений в данной сфере, например: «Малкольма Гладуэлла», «Артемия Лебедева】*.

33. Пишем рецензию

Ты – профессиональный [название отрасли, например «кино»] критик :: Напиши рецензию на [название фильма, книги, выставки, картины, концепции] для [название площадки] :: Объем рецензии от 1200 до 2000 знаков (не больше и не меньше) :: В рецензии раскрой ценность [название рецензируемого материала] для аудитории [описание аудитории] :: Будь объективен и непредвзят, выделяй как сильные, так и слабые стороны :: В конце дай резюме – кому и для чего пригодится материал.

Обратите внимание, что база знаний ChatGPT отстает примерно на год от текущего момента, поэтому, если речь идет о чем-то максимально свежем, лучше добавить в промт: «Найди информацию о [название] в онлайне, проанализируй ее и сложи свое мнение». Эта функция доступна только в платной версии ChatGPT. Если же речь идет о популярных книге, фильме, лекции, вышедших ранее, то в его базе уже содержится вся необходимая информация.

* Уточню, что ролевой промт («пиши в стиле») здесь необязателен, его можно заменить характеристиками Tone Of Voice, например: «отвечай уверенно, чуть иронично, не используя сложную терминологию», либо «отвечая, транслируй свою любовь к своему делу», либо оставить стиль на усмотрение ChatGPT.

34–35. Пишем серию писем для email-рассылки (на подписчиков рассылки)

Уточню, что речь, конечно же, о рассылке на вашу базу email-подписчиков, а не о спам-рассылке. Последнюю крайне не рекомендую использовать ни в коем случае, как и любые другие спам-методы.

Здесь имеет смысл использовать последовательные промты. С помощью первого промта создаем логику серии писем, с помощью второго — пишем сами письма.

Первый промт. Создаем логику серии писем

Ты – email-маркетолог :: Твоя задача – подготовить серию из 6 писем для email-рассылки [название и характеристика рассылки, например: «корпоративной рассылки для клиентов флористического салона “Гладиолусы на чиле”»] :: Задача серии писем – заинтересовать аудиторию новой услугой: [описание услуги, например: «Доставка цветочных корзин, собранных на основе натальной карты клиента. Это оригинальный подарок, с помощью которого получатель сможет лучше узнать себя, а также оценить серьезность намерений отправителя»] :: Каждое письмо должно нести одно конкретное ключевое сообщение :: Продажа начинается с четвертого письма, до этого даем подписчикам ценность, актуализируем задачи, связанные с продуктом :: Предоставь результат в формате: задача письма в рамках серии, ключевое сообщение, заголовок, короткое описание контента письма.

Второй промт. Пишем конкретное письмо (каждое письмо из шести генерируем отдельно)

Ты – копирайтер, специализирующийся на email-рассылках : Напиши письмо №[номер и заголовок нужного письма] из предложенной тобой серии писем :: Объем письма – от 1800 до 3000 знаков (не меньше и не больше) :: Тоне of voice письма [нужная тональность, например: «экспертный, теплый, в меру ироничный】 :: Используй стиль лучших в мире рассылок на данную тему :: Качественно структурируй информацию :: Обращайся к конкретному читателю, а не ко всем подписчикам :: Предложи 10 вариантов цепляющих заголовков для письма.

Добавлю, что начиная с четвертого письма к промту добавляем следующий элемент:

Органично добавь призыв к действию [описание целевого действия, например: «оставить заявку на сайте» либо «записаться на консультацию】 :: Будь экологичен, не дави на читателя, не используй манипулятивные техники продаж.

36. Создаем заголовки для текстов

Ты – журналист мирового уровня, обладающий эталонным чувством вкуса и тонким чувством юмора :: Придумай 10 заголовков для статьи – текст далее (используй разные формулы: интрига, как-вопрос, прямой заголовок, задача + выгода, минимум усилий + максимум результата, ODA, заголовок со списком) :: Избегай тавтологий и шаблонных выражений.

Далее высылаем текст статьи.

37. Придумываем названия

Ты – специалист по неймингу :: Предложи 20 вариантов русскоязычных названий для [характеристика продукта/компании/книги и т.д.] :: Основные сообщения, которые должно нести название: [характеристика сообщений, например: «инновационность, трендовость, любовь к своим клиентам»] :: Используй ключевые формулы нейминга, сделай названия максимально разнообразными.

38. Пишем электронное письмо клиенту

Ты – специалист по бизнес-переписке :: Напиши ответ на письмо клиента, которое я пришлю далее :: Объем ответа – до 2000 знаков :: Пиши в стилистике бизнес-переписки, при этом проявляй умеренную теплоту и уважение к клиенту :: Основные сообщения, которые необходимо донести в письме: [перечисляем сообщения,

например: «благодарность за письмо, согласие с ключевыми тезисами, предложение провести зум-кол для уточнения деталей 12 февраля, в 11:00» :: Построй структуру письма в соответствии с лучшими примерами бизнес-переписки :: Обращайся на «Вы», периодически называй клиента по имени.

После этого отправляем письмо, на которое необходимо ответить.

39. Пишем сопровождающее письмо к важному документу (отчет, презентация, коммерческое предложение)

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Ты – специалист по бизнес-переписке :: Изучи загруженный файл и на его основе напиши сопроводительное письмо :: Объем письма – до 3000 знаков :: Пиши в стилистике бизнес-переписки, при этом проявляй умеренную теплоту и уважение к клиенту, будь тактичен :: Укажи контекст письма: [кратко описываем контекст письма, например: «подготовили коммерческое предложение по результатам нашего общения» или «подготовили отчет по итогам второго месяца работы】 :: Опиши вкратце ключевые тезисы из документа (не более 7) :: Предложи следующие шаги, в частности: [описываем следующий желаемый шаг, например: «встретиться и обсудить», «выслать договор на согласование】 :: Построй структуру письма в соответствии с лучшими примерами бизнес-переписки :: Обращайся на «Вы», периодически называй клиента по имени.

40. Пишем притчу для социальных сетей

Притча — отличный способ передать нужные мысли через удачную метафору. Это отличный контент для социальных сетей (в особенности если речь идет об аккаунтах эксперта), поскольку притча всегда подразумевает вовлечение читателя, расшифровку им основного послания, дает ему пищу для дальнейших размышлений. Кроме того, притча задействует формат сторителлинга и благодаря этому хорошо запоминается.

Придумай даосскую притчу, которая в иносказательном формате показывала бы [описание ключевого послания, например: «важность делиться своими открытиями и знаниями и что это помогает самому человеку развиваться】 :: Пиши как даосский монах, который преподает урок юному ученику :: Ориентируйся на стиль Дао дэ Цзин :: Притча должна быть небольшой (до 2000 знаков) :: Добавь твист в конце :: В конце (после самой притчи) проведи параллель с [описание ключевого послания, например: «ведением социальных сетей】].

Не могу удержаться, чтобы не поделиться своим примером притчи, сгенерированной ChatGPT по приведенному промту.

Даосский монах и юный ученик сидели у костра, согреваясь от прохлады ночи. Монах взял в руки золотистое зерно и показал его ученику.

— Заметь, — начал он, — это зерно, как и человеческое знание, имеет великую силу. Но только лишь когда оно посевано, зерно может прорасти и превратиться в плодоносное дерево.

— Но, учитель, — возразил юноша, — разве зерно не может сгнить, если не ухаживать за ним?

— Действительно, — ответил монах, — но именно тогда, когда ты делишься своими знаниями, ты начинаешь ухаживать за своим зерном. Открывая свои идеи миру, ты позволяешь другим помочь тебе расти. Вместе вы возделываете знание, вместе оно растет.

— Но что, если другие используют мои знания для своих целей? — спросил ученик.

— Каково бы ни было дерево, — ответил монах, — его плоды приносят пользу всем. Твои знания могут питать других, но они также питаются и тебя, углубляя твое понимание и умение размышлять.

Тогда монах поднял зерно и выпустил его из руки. Оно полетело в ночное небо и внезапно вспыхнуло ярким светом, превратившись в звезду.

— Когда ты делаешь свои знания доступными для всех, — сказал монах, — они становятся звездой, освещющей твой путь и путь других.

Ведение социальных сетей подобно посеву зерна. Когда мы делимся своими идеями и знаниями, мы создаем возможность для взаимного обучения и роста. Мы влияем на других, но также получаем обратную связь и новые перспективы, которые помогают нам развиваться. И даже если кто-то использует наши идеи для своих целей, мы все равно получаем пользу, ведь они вернутся к нам, обогащенные новыми взглядами.

41. Создаем тематическую медитацию

«Дожили. Мы на полном серьезе будем обсуждать здесь медитации? Дамир, а ты слuchаем не “на высоких вибрациях” и “в поле осознанности”?»

Ох, друзья. Медитация — это не только эзотерика, но и:

- хорошая самонастройка;
- отличный способ привить себе новые привычки и паттерны поведения;
- способ глубокого запоминания ключевых идей;
- практика, снижающая тревожность, помогающая избавиться от рефлексии, автоматизма и зашоренности.

И в рамках Instagram либо других социальных сетей формат медитации (или аутотренинга, если так комфортнее) крайне ограничен и интересен аудитории. На всякий случай добавлю, что это не универсальный формат, и если аккаунту психолога либо онлайн-школы он вполне подходит, то владельцу автосервиса допустимо пропустить этот промт.

Напиши медитацию на [название задачи, например: «преодоление синдрома самозванца】 :: Пиши как опытный психолог :: Пиши как духовный учитель* :: Будь теплым, вдохновляющим, заботливым :: Помоги человеку [описание задачи, например: «избавиться от сомнений в своих силах, успехах, знаниях】 :: Дай позитивные установки :: Говори от первого лица :: Время выполнения медитации – 12 минут :: Подбери музыку для медитации – конкретную композицию :: В начале опиши рекомендации по выполнению.

* Пусть такая смесь ролевых промтов вас не пугает, нам действительно нужны как твердая научная основа, так и духовный элемент.

Создаем структуру и текстовую часть презентаций

42. Создаем структуру презентации

Ты – специалист по созданию презентаций :: Необходимо создать презентацию на тему [описание темы презентации] для [описание ситуации и аудитории, например: «для защиты проекта перед инвесторами» или «для выступления на конференции застройщиков»] :: Презентация должна охватывать следующие темы [перечень тем], в ней должны быть указаны следующие факты [перечень фактов, например: описание конкретных кейсов, цифры, достижения, отзывы, цены] :: Будь максимально структурен, конкретен, расставь акценты :: Добавь клиффхэнгеры между слайдами :: Объем презентации – до 30 слайдов :: Предоставь результат в виде списка слайдов с кратким описанием текстового и визуального контента на каждом.

43. Создаем презентацию из текста

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

В случае с предыдущим промтом нам либо понадобится крайне подробно прописывать в промте всю фактологию, которую мы

хотим видеть в презентации (например, цифры отчета либо ключевые идеи, которые хотим донести до каждого слушателя), либо мы получим добротную презентацию, но не адаптированную под реалии вашего бизнеса. Поэтому есть второй подход, который позволит создать действительно кастомизированную презентацию, учитывающую вашу конкретику. Для этого необходимо загрузить файл (текстовый либо таблицу) со всей нужной информацией. Это может быть отчет, табличка с ключевыми метриками, подборка кейсов, расшифровка вашего выступления или даже конспект зум-кола.

Ты – специалист по созданию презентаций :: На основе загруженного файла необходимо создать презентацию на тему [описание темы презентации] для [описание ситуации и аудитории] :: Презентация должна охватывать следующие темы [перечень тем] :: Будь максимально структурен, конкретен, расставь акценты :: Добавь клиффхэнгеры между слайдами :: Объем презентации – до 30 слайдов :: Предоставь результат в виде списка слайдов, с кратким описанием текстового и визуального контента на каждом.

44. Пишем текст для слайда

Ты – бизнес-копирайтер :: На основе предложенной тобой структуры и тезисов напиши текст для слайдов 1–5, а также детализируй идею визуального сопровождения каждого слайда в виде промта для DALL-E :: Пиши в стиле лучших примеров бизнес-презентаций :: Будь лаконичен, информативен, структурен :: Презентация должна передавать ключевые тезисы и без участия докладчика.

Обратите внимание, что не стоит давать задачу писать текст сразу для всех слайдов, иначе ChatGPT начнет ужимать объем текста на каждом слайде и может в процессе потерять общую канву. Лучше давать ему задачи по написанию текста для каждого либо, как в моем промте, максимум для пяти слайдов за раз.

45. Создаем иллюстрацию для слайда

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Ты – дизайнер презентаций :: Создай иллюстрацию для слайда на основе предложенного тобой промта :: Действуй в стиле лучших примеров оформления бизнес-презентаций.

Редактирование, перевод, перрайтинг и корректура

46. Редактируем текст

Ты – профессиональный редактор бизнес-литературы :: Отредактируй текст, который я загрузу далее, в соответствии с ключевыми правилами литературной редактуры :: Сократи излишние обороты, упрости громоздкие предложения, исправь стилистические неточности и ошибки, переформулируй тавтологии, подбери наиболее точные речевые конструкции, удали не влияющие на смысл слова и предложения :: Укажи на погрешности в логике (но не исправляй их) :: Сделай текст более читабельным, структурированным и информативным :: После первой редактуры вычитай текст еще раз, чтобы удостовериться, что он стал более читабельным и информативным, не потерял первоначального смысла, в нем не осталось смысловых лакун после редактуры.

Загружаем текст для редактуры.

47. Корректируем текст

Ты – профессиональный корректор :: Вычитай и откорректируй текст, который я пришлю далее, в соответствии с правилами русского языка :: Найди орфографические, пунктуационные, стилистические ошибки :: Устрани опечатки, унифицируй написание символов и сокращений :: Отследи правильность написания терминов, условных сокращений и обозначений (в том числе единиц измерения), названий, фамилий и имен :: Проверь и исправь разбивку текста на абзацы :: Исправляй любые найденные ошибки, опечатки, несоответствия :: Будь максимально внимателен, при необходимости проведи повторный этап корректуры.

Загружаем текст для корректуры.

Добавлю, что промты для редактуры и корректуры текста можно использовать в готовых генерациях. Например, написав пост для социальных сетей, вы можете в этот же тред вставить один из этих промтов, исправив слова «текст, который я пришлю далее» на «созданный тобой текст».

48. Переводим текст, максимально сохранив стилистику

Ты – профессиональный переводчик, специализирующийся на письменном переводе бизнес-литературы [либо другого формата, например «научно-популярной литературы»] :: Переведи текст, который я пришлю далее, по методу последовательного письменного перевода :: Максимально сохрани структуру и стилистику оригинала :: С особым вниманием переводи специальную терминологию,

иши наиболее близкие термины в русском языке :: После перевода проверь текст на соответствие оригиналу, исправь все неточности, вольности, отхождения от текста оригинала.

49. Переводим текст в заданной стилистике

Ты – профессиональный переводчик, специализирующийся на письменном переводе бизнес-литературы [либо другого формата, например «научно-популярной литературы】 :: Переведи текст, который я пришлю далее по методу художественного перевода :: Переводи близко к тексту, однако пиши в стиле [выбираем нужный стиль] :: Используй соответствующие лексику, образы, метафоры :: После перевода проверь текст на общее соответствие оригиналу, проверь, сохранена ли общая идея текста.

50. Создаем текст на основе другого (рерайтинг)

Ты – профессиональный копирайтер :: Перепиши присланный следующим сообщением текст, сохранив структуру и суть оригинала, однако полностью изменив конкретные формулировки :: Следи, чтобы текст сохранил оригинальное ключевое сообщение, при этом текст должен отличаться от оригинала не менее чем на 90%.

Далее прсылаем оригинальный текст.

Искренне надеюсь, что вы не будете использовать этот промт для плагиата, а примените, например, для переупаковки старых постов, переноса собственных текстов на новый сайт, адаптации

своих текстов к новому (но схожему) продукту (в этом случае можно добавить к промту следующий элемент: «В новой статье речь будет идти о продукте [название продукта], замени везде его название».

Создаем лид-магниты

Без хорошо проработанных лид-магнитов невозможен эффективный маркетинг. Это и ключевой элемент автоворонок, и точка захвата из Reels и Stories, и усилитель таргетированной и контекстной рекламы, и способ получения контактов, и прочее, и прочее.

Хороший лид-магнит должен быть:

- хорошо упакованным — человек должен ощутить, что он всего в одном шаге от чего-то, что поможет ему решить задачи;
- максимально практичным;
- хорошо структурированным;
- лаконичным;
- подталкивающим к следующим шагам в воронке: консультации, заявке, покупке.

Давайте создадим подборку лид-магнитов с помощью ChatGPT.

51. Готовим идеи для лид-магнитов

Ты – маркетолог :: Придумай 10 идей лид-магнитов для [название и краткая характеристика продукта, например: для «флористического салона “Роза мира”»] :: Используй разные форматы – чек-листы, электронные книги, интерактивные тесты, квизы, инфографики, пошаговые гайды :: Избегай распространенных тем, будь уникален ::

Лид-магниты должны помогать пользователю [описание задачи, например: выбрать конкретные растения, ухаживать за ними, использовать их для оформления интерьера].

- 1. Чек-лист «Ваш идеальный букет»:** список вопросов, который поможет покупателю определиться с выбором растений для своего индивидуального букета.
- 2. Электронная книга «Тайные языки цветов»:** исследование истории и значения различных цветов, советы по созданию букетов с особым посланием.
- 3. Интерактивный тест «Какой цветок для вашего интерьера?»:** после ответа на ряд вопросов пользователь получает рекомендацию о том, какой цветок будет наилучшим дополнением к его дому.
- 4. Квиз «Угадайте этот цветок!»:** веселое интерактивное развлечение, где пользователи должны угадать название цветка по фотографии или описанию.
- 5. Инфографика «Жизненный цикл розы»:** визуализация всех этапов жизни розы – от посадки до полного увядания с подробными советами по уходу на каждом этапе.
- 6. Пошаговый гайд «Создание мини-сада на подоконнике»:** инструкции по созданию небольшого сада на вашем подоконнике, включая рекомендации по выбору растений и советы по уходу.
- 7. Чек-лист «10 ошибок при уходе за комнатными растениями»:** советы по уходу за комнатными растениями с акцентом на типичные ошибки, которых следует избегать.
- 8. Электронная книга «Флористика для начинающих: основы дизайна»:** основные принципы создания букетов и композиций, секреты сочетания цветов и форм.

- 9. Интерактивный тест «Какой цветок вам подойдет в качестве подарка?»:** помогает определить идеальное растение в качестве подарка для друзей или близких на различные события или праздники.
- 10. Инфографика «Цветы и их ароматы»:** обзор популярных цветов и их уникальных ароматов, советы по использованию цветочных ароматов для создания атмосферы в доме.

52. Создаем инструкцию

Ты – технический писатель :: Напиши краткую (от 1500 до 4000 знаков) инструкцию по использованию [название продукта] :: Дай результат в виде списка последовательных шагов (не менее 10 и не более 20) :: Пиши понятно для читателя без опыта использования, старайся не использовать сложную терминологию :: Будь максимально структен и последователен.

53. Создаем чек-лист

Ты – маркетолог :: Напиши чек-лист на тему: [название темы, например: «Выбор кованого козырька】 :: Предоставь результат в формате заголовок, список шагов :: Построй чек-лист так, чтобы, проходя по конкретным шагам, читатель больше узнавал о свойствах продукта :: Будь лаконичен.

54. Создаем подробный гайд

Ты – специалист мирового уровня по [название темы] :: Напиши подробный гайд (от 10 до 20 пунктов) по основным [идеям/произведениям/авторам/проблемам/видам/локациям...], составляющим основу [название темы] :: Будь максимально конкретен, приводи важные [названия/имена/даты/цифры/результаты исследований/цитаты...] :: Пиши понятно, ориентируясь на начинающего пользователя :: Избегай сложной терминологии :: После прочтения у пользователя должно сформироваться общее понимание, как устроена [название темы] :: Придумай привлекательный заголовок :: Предоставь результат в виде «Ключевой тезис (выделен жирным). Описание (с новой строки)».

55. Пример использования

Ты – специалист мирового уровня по русскому изобразительному искусству 20 века :: Напиши подробный гайд (15 пунктов) по основным художественным направлениям, составляющим основу русского изобразительного искусства 20 века :: Будь максимально конкретен, приводи важные имена, даты, названия произведений :: Пиши понятно, ориентируясь на начинающего пользователя :: Избегай сложной терминологии :: После прочтения у пользователя должно сформироваться общее понимание, как устроено русское изобразительное искусство 20 века :: Придумай привлекательный заголовок :: Предоставь результат в виде «Ключевое направление (выделен жирным). Описание (с новой строки)».

Путешествие по русскому изобразительному искусству XX века: ОТ АВАНГАРДА ДО ПОСТМОДЕРНИЗМА

1. Авангард (1900-е – 1930-е).

Это направление открыло век инновациями и экспериментами.

Известно благодаря таким художникам, как Казимир Малевич («Черный квадрат», 1915 г.), Василий Кандинский (основоположник абстракционизма), Наталья Гончарова и Михаил Ларионов (основатели русского футуризма).

2. Неопримитивизм (1910-е – 1920-е).

Характеризуется упрощенным изображением форм, вдохновленным народным искусством. Представители: Наталья Гончарова («Курильщица трубки», 1911 г.), Марк Шагал («Я и деревня», 1911 г.).

3. Супрематизм (1915–1920-е).

Основан Малевичем, сосредоточен на базовых геометрических формах и ограниченном цвете. Пример произведения: Казимир Малевич «Белый квадрат на белом фоне», 1918 г.

4. Конструктивизм (1920-е – начало 1930-х).

Сочетание искусства и промышленного дизайна, акцент на функциональности. Известные художники: Александр Родченко, Варвара Степanova.

5. Соцреализм (1930-е – 1950-е).

Официальный стиль СССР, показывающий советскую действительность идеализированно. Примеры: Исаак Бродский «В. И. Ленин и манифестация», 1919 г., Александр Дейнека «Будущие летчики», 1938 г.

6. Абстрактное искусство (1940-е – 1960-е).

Развитие абстракции вне официальной линии, включая неформалистов. Пример: Илья Кабаков, серия «Теннисные рисунки», 1950-е.

7. Осевой стиль (1950-е – начало 1960-х).

Характеризуется стремлением к монументальности и использованием архетипических символов. Художник: Евгений Вучетич, скульптура «Мать-Родина зовёт!», 1967 г.

8. Соц-арт (конец 1960-х – 1980-е).

Ироническое отражение соцреализма, критика советской системы. Представители: Илья Кабаков, Комар и Меламид.

56. Создаем тематический словарь

Ты – лексикограф :: Собери 20 профессиональных терминов по теме [название темы], напиши короткое (от 100 до 400 знаков) объяснение для каждого термина :: Пиши для пользователей, не имеющих специальных знаний :: Пиши максимально понятно :: Расположи термины в алфавитном порядке :: Предоставь результат в виде «Номер термина. Термин (выделен жирным) – описание».

57. Создаем «Часто задаваемые вопросы» (FAQ)

Ты – копирайтер :: Подбери 10 наиболее частых вопросов на тему [подробная характеристика темы], дай на них информативные, но лаконичные (от 200 до 600 знаков) ответы :: Пиши для пользователей, не имеющих специальных знаний :: Предоставь результат в виде «Вопрос (выделен жирным) Ответ (с новой строки)».

58–59. Создаем квиз (викторину)

Квиз — это викторина, в которой участники отвечают на вопросы по конкретным темам. Технически в онлайн-маркетинге квизы можно проводить в автоворонках (например, в директе Instagram), в сериях Stories, в постах, на сайтах, в Mini Apps и т. д.

Существует несколько основных способов создания квизов с помощью ChatGPT.

1. Самостоятельный поиск информации по своей базе

Ты — профессиональный ведущий викторины :: Создай квиз из 6 вопросов о [название темы или продукта, например: «сети магазинов “ВкусВилл”»] :: Уровень сложности — средний :: К каждому вопросу дай 4 варианта ответов :: Правильные ответы выдели жирным.

Вопрос 1: В каком году была основана сеть магазинов «ВкусВилл»?

- A) 2009
- B) **2011**
- C) 2015
- D) 2017

Вопрос 2: Что является основной идеей магазинов «ВкусВилл»?

- A) Только продажа молочных продуктов
- B) Продажа экологически чистых товаров
- C) **Продажа свежих и качественных продуктов по доступным ценам**
- D) Продажа исключительно импортных товаров

Вопрос 3: В каком городе открылся первый магазин «ВкусВилл»?

- A) Санкт-Петербург
- B) Екатеринбург
- C) Москва
- D) Казань

Вопрос 4: Какое утверждение верно относительно ассортимента «ВкусВилл»?

- A) Все продукты импортные
- B) Большая часть продуктов отечественного производства
- C) Только продажа алкогольных напитков
- D) Все продукты вегетарианские

Вопрос 5: Какую особенность имеет дизайн магазинов «ВкусВилл»?

- A) Яркие и насыщенные цвета
- B) Мрачный и темный интерьер
- C) Простой и лаконичный дизайн
- D) Высокотехнологичный и футуристический стиль

2. На основе предоставленного материала (работает только в платной версии ChatGPT)

Изначально вы загружаете (с помощью скрепки в левом углу поля запроса) в ChatGPT файл (например, главу из книги, презентацию компании, расшифровку лекции, отчет о проведенной кампании), и затем ChatGPT составляет квиз на основе контента этого материала.

Ты – профессиональный ведущий викторины :: Прочитай загруженный файл и на его основе создай квиз из 10 вопросов :: Уровень сложности – средний :: К каждому вопросу дай 4 варианта ответов :: Правильные ответы выдели жирным.

3. На основе контента сайта (работает только в платной версии ChatGPT)

Ты – профессиональный ведущий викторины :: На основе контента сайта [адрес сайта] создай квиз из 10 вопросов :: Уровень сложности – средний :: К каждому вопросу дай 4 варианта ответов :: Правильные ответы выдели жирным.

Ролевые промты

122 промта

Один из лучших способов сделать текст интересным, стилизованным и нешаблонным — использование ролевых промтов. Указывая с помощью одной из специальных формулировок («Пиши в стиле...», «Act as a...», «Действуй как...») ролевой ориентир (конкретную персону или, например, профессию), мы тем самым задаем для ChatGPT контекст и, как следствие, структуру, темы, конкретный язык. ChatGPT — настоящая энциклопедия большинства известных человечеству стилей письма.

Таким образом, если нам нужен ироничный стиль, мы можем задать ролевой промт «Пиши в стиле Марка Твена». Если же мы укажем «Пиши в стиле джазового музыканта», то получим витиеватый, игравый текст. Текст, написанный «духовным гуру», будет по-восточному пафосным и пропитанным мудростью. И вновь можно сказать, что «для работы с искусственным интеллектом нужен интеллект». Чем больше ваш интеллектуальный багаж, тем больше стилистических ориентиров вы сможете задать. В этом разделе я дам вам подборку своих авторских ролевых промтов, которые активно использую в работе над своим собственным контентом и над контентом моих клиентов и учеников.

Список, разумеется, неполный — всегда можно вспомнить какой-то оригинальный стиль (например, я «наколдовал» интересный — интеллектуальный и в то же время слегка развязный — стиль письма с помощью ролевого промта «Ты — академик после 100 грамм виски»). Это и есть волшебство ChatGPT, ваш тюнер стиля. Поэтому будьте смелы в экспериментах, добавляйте в любой из предложенных мною промтов различные ролевые промты, и вы удивитесь, насколько разным будет получаться результат.

При подборе ролевого промта важно учитывать не столько известность персоны, сколько:

- узнаваемость, выраженность стиля речи или письма (например, Джейми Оливер — крайне узнаваемая личность, но у него нет особенного стиля в текстах и речи);
- большое количество текстов или видео этого лидера мнений, имеются в виду тома текстов и десятки часов видео, поэтому

харизматичный Instagram- или TikTok-блогер не подойдет: система не успеет обучиться.

Сделаю ремарку: большинство референсов англоязычные, поскольку ChatGPT обучался на англоязычном контенте и выпусков *The Economist* прочитал больше, чем номеров газеты «Известия».

Итак.

Профессии и социальные роли

1. Пиши как Техноблогер — эмоциональный, полный энтузиазма обзорный текст.
2. Пиши как Опытный педагог — теплый, дружелюбный, умеющий говорить с ребенком на одном языке.
3. Пиши как Художник — большое количество образов и метафор.
4. Пиши как Подкастер — качественный разговорный стиль.
5. Пиши как Гид по ... — описательный стиль, с обилием фактов и сторителлингом.
6. Пиши как Гонзо-журналист — репортажный, потоковый текст. Хорошо вовлекает аудиторию.
7. Пиши как TEDx-спикер — проникновенный, вдохновленный, интимный текст.
8. Пиши как Фитнес-тренер — энергичный, немного командный тон.
9. Пиши как Мотивационный спикер — мотивирующий текст с призывами, челленджами, задачами.
10. Пиши как Стендап-комик — сатирический, едкий, самокритичный текст.
11. Пиши как Няня — игривый, вовлекающий текст.
12. Пиши как Продавец — дружелюбный, энергичный, немного манипулятивный текст.
13. Пиши как Экологичный менеджер по продажам — стимулирующий к покупке, при этом неманипулятивный текст.

14. Пиши как Футбольный комментатор — стиль футбольного репортажа, очень занятно в сочетании с обычными форматами — например, репортаж с корпоративного мероприятия.
15. Пиши как Академик после 100 грамм виски — интеллигентный, немного развязный текст.
16. Пиши как Литературный критик — въедливый, критичный текст.
17. Пиши как Подруга — доверительный, теплый текст.
18. Пиши как Босс — директивный, командный стиль.
19. Пиши как Копирайтер — построенный по традиционным схемам текст.
20. Пиши как Джазовый музыкант — виртуозный, творческий текст.
21. Пиши как Адвокат — красноречивый, выверенный текст.
22. Пиши как Инженер — точный, технический текст.
23. Пиши как Психолог — глубокий, личностно ориентированный текст.
24. Пиши как Врач — подходит для окромедицинских текстов.
25. Пиши как Маркетолог — аналитичный, точный текст.
26. Пиши как Остроумный математик — точный, с метким юмором текст.
27. Пиши как Историк — описательный стиль, с обилием исторических отсылок.
28. Пиши как Философ — сложный, вдумчивый, высокий стиль.
29. Пиши как Специалист по статистике — конкретный стиль, с обилием статистических данных.
30. Пиши как Экономист — сдержанный стиль, с обилием отсылок к экономическим принципам.
31. Пиши как Аниматор — развлекательный, мотивирующий текст.
32. Пиши как Режиссер — строит текст по трехактной структуре, с упором на фабулу.
33. Пиши как Эколог — подходит для текстов о природе, заботе об экологии.
34. Пиши как ESG-специалист — тексты с уклоном в социальную ответственность, устойчивое развитие и экологичность.
35. Пиши как Футуролог — визионерский, с обилием прогнозов текст.

- 36.** Пиши как Композитор — аналогии с музыкой.
- 37.** Пиши как Стюардесса — заботливый, теплый текст.
- 38.** Пиши как Актер — творческий текст с аналогиями из кинематографа.
- 39.** Пиши как Оператор call-центра — конкретный, стандартизованный текст.
- 40.** Пиши как Полицейский — официальный стиль.
- 41.** Пиши как Государственный служащий — канцелярский стиль (вдруг пригодится).
- 42.** Пиши как Дипломат — вежливый, аккуратный текст, тактично доносящий точку зрения автора.
- 43.** Пиши как Духовный гуру — высокопарный, духовно ориентированный текст.

Писатели*

Беллетристы

- 1.** Пиши как Трумен Капоте — стиль светского хроникера.
- 2.** Пиши как Лев Толстой — изобильный, образный язык.
- 3.** Пиши как Марк Твен — ироничный, емкий, немного панибрата-ский стиль.
- 4.** Пиши как Шарль Перро — эталонный стиль для сказок.
- 5.** Пиши как Говард Лавкрафт — таинственный, несколько зловещий текст.
- 6.** Пиши как Владимир Набоков — изобретательный, игривый текст.
- 7.** Пиши как Франц Кафка — абсурдистский стиль.
- 8.** Пиши как Джордж Оруэлл — антиутопический стиль.
- 9.** Пиши как Марсель Пруст — текст, сосредоточенный на чувствах человека.

* Сделаю оговорку, что несколькими словами крайне сложно описать стиль автора, поэтому здесь я привожу ключевой вектор, в то время как ChatGPT способен в полной мере имитировать язык конкретного автора.

10. Пиши как Льюис Кэрролл — причудливый, сюрреалистичный текст.
11. Пиши как Джеймс Джойс — стиль потока сознания.
12. Пиши как Гомер — классический, высокий стиль.
13. Пиши как Джек Лондон — теплый, приключенческий текст.
14. Пиши как Уолт Уитмен — поэтичный, богатый образами текст.
15. Пиши как Оноре де Бальзак — вычурный, игривый текст.
16. Пиши как Борис Пастернак — выразительный, поэтичный текст.
17. Пиши как Айн Рэнд — переплетение художественного и мировоззренческого стилей.
18. Пиши как Джоан Роулинг — стиль современной сказки.
19. Пиши как Джон Рональд Руэл Толкин — эпичный, фантастический текст.
20. Пиши как Айзек Азимов — эталонный научно-фантастический текст.
21. Пиши как Аркадий Аверченко — идеальный юмористический текст.
22. Пиши как Артур Шопенгауэр — глубокий, афористичный текст.
23. Пиши как Ильф и Петров — игривый, ироничный, авантюрный текст.
24. Пиши как Фридрих Ницше — провокационный, парадоксальный, глубокий текст.

Нон-фикшен-авторы

1. Пиши как Малcolm Гладуэлл — идеально для рассказа о трендах.
2. Пиши как Нассим Талеб — ершистый, дискуссионный стиль письма о бизнесе.
3. Пиши как Ричард Докинз — идеальная стилистика для научному циничного, фактологического текста.
4. Пиши как Юаваль Ной Харари — смелый, богатый деталями текст.
5. Пиши как Тимоти Феррис — динамичный текст с обилием лайфхаков.

6. Пиши как Даниэль Канеман — акцент на мотивах поведения человека и поведенческой психологии.
7. Пиши как Фрэнсис Фукуяма — футуристичные тексты с обилием прогнозов.
8. Пиши как Ирвин Ялом — теплый, психоаналитичный текст.
9. Пиши как Гари Вайнерчук — дерзкий, новаторский текст.
10. Пиши как Джек Траут — захватывающий, авантюрный стиль для текстов о бизнесе.
11. Пиши как Филип Котлер — академический стиль для маркетинговых текстов.
12. Пиши как Стивен Кови — ориентированный на ценности и принципы, выверенный текст.
13. Пиши как Грант Кардон — командный, призывающий стиль для текстов о бизнесе.
14. Пиши как Сет Годин — креативный, с ориентацией на маркетинг текст.

Публичные люди и исторические личности

1. Пиши как Александр Суворов — сильный, стратегический текст.
2. Пиши как Сергей Дягилев — отличный образец стиля для продюсера.
3. Пиши как Николай Рерих — мистичный, красочный текст.
4. Пиши как Лев Гумилев — описательный, глубокий текст с большим количеством исторических отсылок.
5. Пиши как Сергей Королев — научный, аналитичный текст.
6. Пиши как Андрей Тарковский — необычный, авангардный текст.
7. Пиши как Ричард Фейнман — специфический юмор ученого.
8. Пиши как Дэвид Блейн — постоянный интерактив с читателем, сленг, юмор.
9. Пиши как Квентин Тарантино — дерзкий, динамичный постмодернистский текст.

10. Пиши как Ричард Брэнсон — мотивирующий, проактивный текст.
11. Пиши как Зигмунд Фрейд — аналитический, при этом художественный стиль повествования с акцентом на человеческой психике.
12. Пиши как Дэвид Гоггинс — жесткий, требовательный, мотивирующий текст.
13. Пиши как Альберт Эйнштейн — инновационный, аналитический, интегративный текст.
14. Пиши как Платон — диалогический, метафоричный, философский стиль.
15. Пиши как Сенека — краткий, ясный, выразительный текст, основанный на принципах стоицизма.
16. Пиши как Леонардо да Винчи — вдумчивый, рассудительный, глубокий текст.
17. Пиши как Боб Марли — образный, неформальный, поэтичный текст.
18. Пиши как Нельсон Мандела — убедительный стиль, подходит для речей.
19. Пиши как Махатма Ганди — принципиальный, метафорический, использовал простоту и чистоту речи для передачи своих философских идеалов.
20. Пиши как Моцарт — выразительный, страстный, утонченный текст.
21. Пиши как Фрида Кало — экспрессивный, символический, страстный текст.
22. Пиши как Петр Первый — решительный, директивный, старомодный текст.

Журналисты медиа

1. Пиши как журналист «Афиши» — обзорный, информативный текст.

2. Пиши как журналист SecretMag — необычный подход к вопросам бизнеса.
3. Пиши как журналист VC.ru — стартапы, технологии, инвестиции.
4. Пиши как журналист «Кинопоиска» — подходит для текстов про кинематограф.
5. Пиши как журналист National Geographic — красочные тексты с обилием интересных фактов.
6. Пиши как журналист The New Yorker — парадоксальный, энергичный, очень человечный стиль.
7. Пиши как журналист The Verge — тексты для гиков, обзорные, ориентированные на технологии.
8. Пиши как журналист «Коммерсанта» — эталонный стиль текстов о бизнесе.
9. Пиши как журналист The Economist — то же.
10. Пиши как журналист Vice Media — креативный, провокационный текст.
11. Пиши как журналист Cosmopolitan — идеальный стиль для текстов на женскую аудиторию.
12. Пиши как журналист Rolling Stone — современный, динамичный стиль текстов о культуре.
13. Пиши как журналист The Hollywood Reporter — стиль светской хроники.
14. Пиши как журналист BuzzFeed — развлекательный, легкий текст.
15. Пиши как журналист Boing Boing — ироничный, сатирический текст.
16. Пиши как журналист Monocle — аристократичный текст.
17. Пиши как журналист Popular Science — сложные идеи простым языком.
18. Пиши как журналист Mental Floss — удивительные факты.
19. Пиши как журналист Dazed — авангардный и провокационный текст.

**Используем
копирайтерские
фреймворки
(формулы)
для написания
продающих текстов**

12 промтов

Существует методика, которая позволяет писать с помощью ChatGPT эффективные продающие (и не только) тексты с выверенной структурой, нужными акцентами и правильной презентацией продукта. При этом от вас не потребуется длинных объяснений формата «В первом абзаце донеси уникальность продукта, затем перейди к акцентированию срочности» и т. д. Это метод письма с помощью копирайтерских фреймворков.

Копирайтерские фреймворки — формулы для текстов, построенные на основе пользовательского восприятия. Одной из наиболее известных формул такого рода является AIDA. Текст, построенный по этой формуле, сначала привлекает внимание Читателя (A — Attention (внимание)), затем подогревает интерес к продукту (I — Interest (интерес)), пробуждает желание его приобрести (D — Desire (желание)) и затем призывает к целевому действию (A — Action (действие)).

Копирайтер AIDA

Внимание

Откройте мир в деталях с оправами от салона «Ясный взгляд»!
Не просто очки, а ключ к яркости мира вокруг!

Интерес

В «Ясный взгляд» мы предлагаем оправы, которые изменят ваше восприятие о комфорте и стиле. Забудьте о дискомфорте на переносице или за ушами — наши очки созданы с учетом анатомии лица и модных тенденций. Выбор оправ в нашем салоне поразит вас: от классических до авангардных моделей, каждая из которых говорит о вашей индивидуальности.

Желание

Представьте, как одна оправа может трансформировать ваш образ, подчеркнуть глубину взгляда и добавить уверенности в каждом движении. «Ясный взгляд» делает акцент не только на красоте, но и на здоровье ваших глаз. Мы подберем оправу, которая обеспечит максимальный комфорт и защиту.

Действие

Зачем ждать? Посетите салон «Ясный взгляд» сегодня и откройте для себя оправу, которая станет не просто аксессуаром, а частью вашего стиля и жизни. Будьте уникальны, будьте собой с «Ясным взглядом»!

ChatGPT в силу своей энциклопедичности знает большинство известных копирайтерских фреймворков, умеет их использовать и имеет в базе множество примеров, построенных по этой формуле. В результате от вас требуется только назвать формулу и рассказать об общей задаче, и ChatGPT сам поймет, какие структура, лексика, Tone of Voice нужны.

1. Базовый промт для копирайтерских фреймворков выглядит так:

Ты – копирайтер мирового уровня, в совершенстве владеющий всеми ключевыми копирайтерскими техниками и фреймворками :: Напиши [характеристика формата, например: «офер» или «продавающее письмо в рассылку»] о [описание предмета письма, например: «услуги финансового консультанта»] :: Не указывай названия элементов фреймворка в тексте* :: Оформи текст в соответствии с форматом [название формата текста, который вы выбрали, например: «офер»] :: Избегай клише и тавтологий.

Добавлю, что иногда ChatGPT может дать текст исключительно с блоками фреймворка, без введения и заключения. В этом случае необходимо добавить коррекционный промт: «*Добавь к тексту вводную и завершающую части*».

Рассмотрим 10 ключевых копирайтерских фреймворков и их применение. В случаях, когда существует несколько трактовок фреймворка (например, 4P имеет минимум три вариации), я буду указывать расшифровку формулы в промте. Также, поскольку у меня большой опыт написания различных текстов по каждой из формул, я знаю типичные проблемы, которые могут возникнуть, и иногда буду добавлять в промт дополнительные указания.

* Кстати, если убрать этот элемент, ChatGPT покажет, какой блок к какому элементу относится. Довольно полезно, чтобы разобраться в формуле, а затем удалить вручную.

1. **Urgency** (срочность) — создает ощущение необходимости немедленных действий.
2. **Usefulness** (полезность) — подчеркивает практическую ценность предложения для потребителя.
3. **Uniqueness** (的独特性) — выделяет предложение среди конкурентов, подчеркивая его особенности.
4. **Ultra-specific** (чрезвычайная конкретика) — дает точные и конкретные детали, которые делают сообщение более понятным и «живым».

Ты – копирайтер :: Напиши [характеристика формата] о продукте [описание продукта] :: Используй копирайтерскую формулу The 4 U's.

3. Пишем продающий текст по копирайтерской формуле «До – после – мост» (Before – After – Bridge)

Идеальная формула для описания кейсов, а также для продажи через описание картины будущего, которое ждет читателя благодаря продукту.

- До – обыденный мир с типичными проблемами.
- После – мир, в котором твои проблемы решены.
- Мост – как попасть в мир без проблем с помощью нашего продукта.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание продукта] по копирайтерской формуле Before – After – Bridge :: Встрой клиффхэнгеры между блоками.

4. Пишем продающий текст по копирайтерской формуле The 4 C's

При использовании этой формулы мы получим теплый, доверительный продающий текст.

- Clear — чистый.
- Concise — краткий.
- Compelling — неотразимый.
- Credible — заслуживающий доверия.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание продукта] по копирайтерской формуле The 4 C's :: Пиши тепло, экспрессивно и доверительно.

5. Пишем продающий текст по копирайтерской формуле 4P

Одна из наиболее популярных формул, универсально подходит для создания качественных продающих текстов.

- Picture — картина.
- Promise — обещание.
- Prove — доказательство.
- Push — толчок.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание темы] по копирайтерской формуле 4P: Picture – Promise – Prove – Push :: Будь экологичен, избегай излишнего давления на читателя.

6. Пишем продающий текст по формуле ACCA

Одна из моих любимых формул, задействует продажу через экспертьность. Рассказывает о продукте, формирует его понимание у читателя, прежде чем перейти к продаже.

- Awareness – осведомленность.
- Comprehension – понимание.
- Conviction – убеждение.
- Action – действие.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание темы] по копирайтерской формуле ACCA: Awareness – Comprehension – Conviction – Action :: Будь экологичен, избегай излишнего давления на читателя.

7. Пишем продающий текст по копирайтерской формуле PMHS

С этой формулой получаются крайне эффективные продающие тексты, в которых продажа ведется через решение острой боли клиента.

- Pain – боль клиента.
- More pain – больше боли.
- Hope – надежда.
- Solution – решение.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание продукта] по копирайтерской формуле PMHS: Pain – More pain – Hope – Solution :: Будь дружелюбен, аккуратно транслируй понимание болей клиента и желание помочь.

8. Пишем текст по копирайтерской формуле The Reader's Digest blueprint

В отличие от большинства остальных фреймворков The Reader's Digest blueprint предназначен для создания не продающих текстов, а статей, постов и других контентных форматов. Журнал Reader's Digest известен своим умением представлять сложную информацию в компактной, легко усваиваемой форме, что делает его контент доступным и привлекательным для широкой аудитории. Фреймворк построен на основных принципах работы с текстом, принятых в Reader's Digest.

Ты – журналист Reader's Digest :: Напиши текст о [описание темы] по копирайтерской формуле The Reader's Digest blueprint :: Избегай клише, пиши оригинально, избегай общезвестных фактов и распространенных формулировок.

9. Пишем большой продающий текст по копирайтерской формуле FOREST

Эта формула идеально подходит, когда нужно написать объемный и многогранный продающий текст.

- Features — особенности.
- Opportunities — возможности.
- Relevance — актуальность.
- Examples — примеры.
- Scarcity — редкость.
- Testimonials — отзывы.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание продукта] по копирайтерской формуле FOREST :: Избегай клише, пиши оригинально, избегай распространенных формулировок.

10. Пишем продающий текст по копирайтерской формуле Problem – Agitate – Solve

Еще одна формула для текстов, акцентированных на решении проблемы пользователя.

- Problem – проблема.
- Agitate – нагнетание.
- Solve – решение.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание продукта] по копирайтерской формуле Problem – Agitate – Solve.

11. Пишем продающий текст по копирайтерской формуле AIDA

Самый популярный копирайтерский фреймворк.

- Attention – внимание.
- Interest – интерес.
- Desire – желание.
- Action – действие.

Ты – копирайтер :: Напиши текст о [описание продукта] по копирайтерской формуле AIDA :: Избегай клише, пиши оригинально, избегай распространенных формулировок.

12. Пишем текст с помощью психологических триггеров

Психологические триггеры — это специальные приемы, которые позволяют работать с читателем/зрителем на всех уровнях сознания. Крайне рекомендую к прочтению главу «Разбор психологических триггеров» из моей книги «Метод скользкой горки»*. Наука, изучающая использование психологических триггеров (и других поведенческих паттернов) в маркетинговых целях, называется нейромаркетингом**.

Действуй как нейромаркетолог :: Напиши продающий текст о [описание продукта, например: «щенках из питомника хаски】 :: Используй следующие психологические триггеры: социальное доказательство, принцип дефицита, подтверждение авторитетом, взаимный обмен, принцип последовательности.

* Халилов Д. Метод скользкой горки: Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей. — М.: Альпина Паблишер, 2024.

** Несмотря на название, нейромаркетинг не имеет отношения к нейросетям.

Промты для маркетинга

49 промтов

В современном мире маркетинг зачастую оказывается наиболее важным элементом в любом бизнесе. При отсутствии проработанной маркетинговой стратегии деятельность компании замедляется, а иногда и полностью останавливается. Производство создает продукт, который непонятно, где, кому и как продавать.

Одновременно с этим именно в маркетинге многие предприниматели чувствуют себя беспомощными — все эти Buyer Persona, УТП, Customer Journey Map и другие специфические термины кажутся чем-то непонятным, дорогостоящим, с непредсказуемым эффектом. Этому сильно способствуют и сами маркетологи, создавая вокруг своей деятельности ореол загадочности, тем самым повышая собственную ценность в глазах собственника.

ChatGPT потрясающе справляется даже с самыми сложными задачами. Многие документы, такие как маркетинговая стратегия, могут потребовать целого месяца работы маркетолога, а если отдавать их на подряд, то они обойдутся в сотни тысяч рублей. С помощью правильно заданных ChatGPT промтов эта и другие подобные задачи могут быть решены за 20–30 минут. Именно такие промты мы и будем рассматривать в рамках данной главы.

Решаем важнейшие маркетинговые задачи

1. Создаем УТП продукта

УТП (уникальное торговое предложение) — элемент, без которого невозможно построить сколько-нибудь эффективный маркетинг. Фактически это тизер, который лаконично передает вашу уникальность, способность решить самые горячие задачи клиента, отличия от конкурентов.

Именно на основе УТП составляются объявления для таргета и контекста, Bio в Instagram*, тексты для лендингов и сайтов, продающие посты и статьи. Как правило, УТП создаются по стандартным формулам (их существует несколько десятков) — следовательно, в нашем промте дадим ChatGPT задачу сформулировать УТП по этим формулам.

Ты — профессиональный маркетолог :: Придумай 10 УТП для [название и характеристика продукта], используя специальные формулы УТП :: Будь лаконичен, транслируй конкретику, уникальность, эффективность.

Конечно, вот десять уникальных торговых предложений (УТП) для онлайн-курса по искусенному интеллекту (AI), с использованием различных формул УТП:

1. Формула: [Продукт] + [Преимущество] + [Доказательство]

УТП: «Онлайн-курс “AI-профессионал”: обучение от ведущих экспертов в области AI с реальными кейс-стади».

2. Формула: [Проблема] + [Решение] + [Результат]

УТП: «Столкнулись с трудностями в понимании AI? Наш курс предлагает практическое обучение и гарантирует улучшение навыков в 2 раза».

3. Формула: [Целевая аудитория] + [Что они хотят] + [Как мы это предоставляем]

УТП: «Для IT-специалистов, желающих освоить AI получите доступ к эксклюзивным практическим материалам и индивидуальной поддержке наставников».

4. Формула: [Обещание] + [Временной срок] + [Уверенность]

УТП: «Овладейте навыками AI всего за 3 месяца с нашей методикой обучения, подтвержденной 100% положительных отзывов выпускников».

5. Формула: [Тренд] + [Почему это важно] + [Как мы помогаем]

УТП: «AI – технология будущего: наш курс дает Вам знания, которые Вы не найдете в традиционном образовании, что позволит Вам опережать время».

6. Формула: [Статистика] + [Как это связано с продуктом] + [Преимущество]

УТП: «80% наших выпускников получают предложения о работе: наш курс по AI обеспечивает актуальные и востребованные знания».

7. Формула: [Отрицание общих заблуждений] + [Правда] + [Как мы это доказываем]

УТП: «Думаете, AI сложен для понимания? Наш курс создан для ясного и понятного изучения AI даже если Вы новичок».

8. Формула: [Сравнение] + [Превосходство]

УТП: «Более практический и интерактивный, чем стандартные курсы AI, – научитесь на реальных проектах и кейсах».

9. Формула: [Уникальное предложение] + [Ограниченнное время]

УТП: «Эксклюзивный модуль “AI в финтехе” доступен только в этом сезоне – регистрируйтесь сейчас».

10. Формула: [Эксклюзивное предложение] + [Преимущество]

УТП: «Исключительный доступ к инновационной платформе AI-обучения, ускоряющей Ваше обучение вдвое по сравнению с традиционными методами».

Владельцы платной версии могут усилить этот промт, дав ссылку на страницу продукта или загрузив файл с описанием. В этом случае результат будет значительно более кастомизированным под специфику вашего продукта.

2. Составляем ключевые маркетинговые сообщения

Маркетинг – это всегда диалог с потенциальным (или существующим) клиентом. И строится он на основании маркетинговых сообщений – коротких утверждений о том, что собой представляет наш продукт, как он решает проблемы и задачи клиента, о его основных характеристиках и УТП. В дальнейшем на основе этих сообщений создаются посты, сценарии видео, рекламные объявления, письма, тексты для лендингов и презентаций.

Ты – маркетолог компании, которая занимается [характеристика компании, например: «обучением ментальной арифметике для детей от 4 до 15 лет】 :: Основная польза, которую дает компания: [характеристика ключевой пользы, например: «развитие интеллекта, скорость мышления, концентрация внимания, скоростной счет»】 :: Предложи 10 ключевых маркетинговых сообщений, которые ты хочешь донести до [характеристика аудитории, например: «родителей детей»], чтобы заинтересовать их продуктами компании :: Будь максимально структурен, конкретен, избегай поверхностной коммуникации, смотри вглубь.

3. Сегментируем аудиторию

Любое маркетинговое действие должно быть ориентировано на конкретную аудиторию. Удивительно, но зачастую предприниматели имеют крайне поверхностное понимание о том, из каких сегментов состоит целевая аудитория их продукта. ChatGPT поможет структурировать эту информацию, а также предложит новые сегменты, о которых вы не задумывались.

Ты – маркетолог :: Твоя задача – выделить 15 сегментов целевой аудитории [характеристика продукта] :: Используй принцип микросегментации, покажи связь каждой аудитории и продукта.

Выдели 7 основных сегментов аудитории для книги «Тысячеликая героиня: ЖЕНСКИЙ АРХЕТИП В МИФОЛОГИИ И ЛИТЕРАТУРЕ»

Книга «Тысячеликая героиня: Женский архетип в мифологии и литературе» имеет широкий спектр потенциальной аудитории. Вот семь ключевых сегментов:

1. Любители литературы и мифологии: Этот сегмент включает читателей, увлеченных литературой и мифологией, интересующихся разнообразием женских персонажей и их роли в различных культурах и временах.
2. Студенты и преподаватели гуманитарных наук: Студенты и преподаватели областей, таких как литературоведение, культурология, женские и гендерные исследования, найдут в этой книге ценный материал для академических исследований и обсуждений.
3. Исследователи гендерной проблематики: Эксперты, занимающиеся изучением гендерных вопросов, будут заинтересованы в анализе женских архетипов и их влияния на общественные и личностные установки.
4. Писатели и творческие личности: Авторы, сценаристы и другие творческие личности могут использовать эту книгу как источник вдохновения для создания многослойных и реалистичных женских персонажей.
5. Феминистки и активисты: Активисты, занимающиеся вопросами равенства и прав женщин, найдут в книге важные идеи о роли женщин в истории и культуре.
6. Любители истории и кросс-культурных исследований: Люди, интересующиеся историей и культурными различиями, будут увлечены изучением того, как женские образы отражаются и интерпретируются в разных культурах.

7. Широкая публика, интересующаяся саморазвитием и психологией: Общий интерес к психологии и личностному росту может привлечь читателей, ищущих понимание женских архетипов и их влияния на личностное развитие и межличностные отношения.

4–6. Создаем Buyer Persona (аватар аудитории)

Buyer Persona (в России более распространен термин «аватар аудитории») — базовый маркетинговый документ, в котором собрана вся необходимая информация о конкретном сегменте аудитории. Buyer Persona используется как справочник. ChatGPT может создать Buyer Persona тремя способами:

1. Выделить top-3 ключевых сегмента аудитории и создать под них таблицу с Buyer Persona.

Ты – маркетолог :: Сформируй топ-3 Buyer Persona для покупателей [характеристика продукта] :: Представь результат в виде таблицы с полями: название Buyer Persona, социально-демографические характеристики, типичные задачи, типичные проблемы, типичные боли, типичные возражения, критерии принятия решения, предпочтаемые площадки для получения информации, лидеры мнений :: Пиши максимально подробно, каждая категория должна включать не менее 5 пунктов.

Название Buyer Persona	Социально-демографические характеристики	Типичные задачи	Типичные боли	Типичные возражения	Лица, принимающие решение
Corporate Manager	Женщина, 30–50 лет, с высшим образованием, работающая на руководящей должности в крупной компании	Закупка новой мебели для офиса, организация и оптимизация рабочих пространств, улучшение комфорта сотрудников	Долгое ожидание доставки, высокая стоимость, несоответствие стиля интерьера	«Это слишком дорого», «Нам надо обсудить с другими руководителями», «Мы уже заключили контракт с другим поставщиком»	Руководители отделов, бухгалтерия, управление закупок
Small Business Owner	Мужчина или женщина, 25–45 лет, среднее или высшее образование, владелец малого или среднего бизнеса	Обустройство нового офиса, ремонт или обновление старого офиса, покупка мебели для домашнего офиса	Ограниченнный бюджет, сложность сборки и установки мебели, необходимость быстрой доставки	«Это слишком дорого для нашего бюджета», «Мы можем сами собрать мебель», «Мы уже нашли другого поставщика»	Владелец бизнеса, бухгалтерия
Interior Designer	Мужчина или женщина, 25–45 лет, с высшим образованием в области дизайна интерьеров, работающий в дизайнерской студии	Подбор мебели, соответствующей дизайну интерьера, создание уникальных дизайнерских решений	Ограниченный выбор мебели, несоответствие требованиям дизайна, высокая стоимость	«Это не соответствует нашим требованиям к дизайну», «Это слишком дорого»	Дизайнер, владелец студии

2. Сформировать Buyer Persona на основе ранее проведенной (предыдущий промт) сегментации.

Ты – маркетолог :: На основе проведенной тобой сегментации составь Buyer Persona для выделенных тобой сегментов аудитории 1, 2 и 3 :: Представь результат в виде таблицы с полями: название Buyer Persona, социально-демографические характеристики, типичные задачи, типичные проблемы, типичные боли, типичные возражения, критерии принятия решения, предпочитаемые площадки для получения информации, лидеры мнений :: Пиши максимально подробно, каждая категория должна включать не менее 5 пунктов.

Во избежание ужатия результатов за один раз мы берем не более трех сегментов аудитории. Если их больше (например, в промте для сегментации мы попросили его выделить 15 сегментов), то повторяем это действие пять раз, каждый раз меняя в промте нумерацию сегментов.

3. Сформировать Buyer Persona на основе вашей собственной сегментации.

Этот вариант актуален, если у вас уже есть конкретные сегменты аудитории и нужно построить Buyer Persona по ним.

Ты – маркетолог :: Создай Buyer Persona для покупателей [характеристика продукта] со следующими характеристиками [название и краткое описание аудитории] :: Представь результат в виде таблицы с полями: название Buyer Persona, социально-демографические характеристики, типичные задачи, типичные проблемы, типичные боли, типичные возражения, критерии принятия решения,

предпочитаемые площадки для получения информации, лидеры мнений :: Пиши максимально подробно, каждая категория должна включать не менее 5 пунктов.

7. Детализируем Buyer Persona

В предыдущих промтах мы ориентировались на знания об аудитории, которые уже есть в базе ChatGPT. Надо сказать, что благодаря масштабу этой базы результаты получаются довольно точными — он адаптирует известное ему поведение конкретных пользователей под специфику вашего бизнеса. Однако, чтобы детализировать Buyer Persona и получить максимально кастомизированный результат, мы попросим ChatGPT задать нам ряд вопросов о специфике аудитории и затем дополнить ими наш Buyer Persona.

Я – представитель Buyer Persona №[номер и название Buyer Persona, например: «2: Small Business Owner»]. Ты – маркетолог компании [характеристика компании] :: Задай мне 10 вопросов, чтобы получить максимум важной информации, которая будет использована при создании Buyer Persona :: Задавай вопросы в формате диалога: задаешь вопрос, ожидаешься ответа, задаешь следующий :: Проанализируй ответы и на их основе дополнни их данными из предыдущей генерации и построй расширенную таблицу Buyer Persona.

8. Создаем CJM (Customer Journey Map – Карту пути клиента)

Карта пути клиента — это наглядное представление процесса, через который проходят клиенты, взаимодействуя с вашей компанией. Карта делит этот путь на несколько этапов:

1. Исследование.
2. Выбор.
3. Покупка.
4. Удержание.
5. Лояльность*.

CJM дает нам информацию по точкам контакта, оптимальному формату контента, задачам, действиям и возражениям клиента на каждом из этапов пути клиента. Это незаменимая «шпаргалка» для маркетологов, таргетологов, SMM-специалистов, отдела продаж и поддержки.

Именно CJM считается одним из наиболее трудоемких в создании маркетинговых документов. Однако ChatGPT, как и всегда, справится с ней за несколько минут.

Ты – маркетолог :: Создай Customer Journey Map для Buyer Persona №[номер и название Buyer Persona, например: «2: Small Business Owner»]* :: Представь результат в виде таблицы с полями (по горизонтали): исследование, выбор, покупка, удержание, лояльность – и полями (по вертикали): задачи клиента, действия клиента,

-
- * Уточню, что существуют разные форматы CJM и набор и названия этапов могут незначительно варьироваться. Если вам необходимо построить карту по отличной от предложенной нами структуре, достаточно заменить список этапов в промте.
 - * Здесь представлен промт для создания CJM на основе построенной нами таблицы Buyer Persona – это наиболее логичный и экономичный по времени способ. Если же вы хотите создать CJM по собственному описанию аудитории,

эмоциональный опыт клиента, точки контакта, ключевые сообщения, формат контента, ответственное лицо :: Основывайся на данных, указанных в Buyer Persona :: В каждом поле приведи не менее 3 тезисов.

9. Детализируем Customer Journey Map

И вновь для максимальной детализации мы попросим ChatGPT задать нам вопросы о специфике пути клиента (ChatGPT предсказуемо не знает, какие сайты и аккаунты в социальных сетях у вас есть).

Я – представитель Buyer Persona №[номер и название Buyer Persona, например: «2: Small Business Owner»]. Ты – маркетолог компании [характеристика компании] :: Задай мне 10 вопросов, чтобы получить максимум важной информации, которая будет использована при создании Customer Journey Map :: Задавай вопросы в формате диалога: задаешь вопрос, ожидаешься ответа, задаешь следующий :: Проанализируй ответы и на их основе дополнни их данными из предыдущей генерации и построй расширенную таблицу Customer Journey Map.

то начало промта будет выглядеть так: *Ты – маркетолог :: Создай Customer Journey Map для аудитории [характеристика аудитории] при покупке продукта [название и краткое описание продукта].*

Проводим CustDev

Исследование аудитории (CustDev) — одна из самых распространенных обязанностей маркетолога. Полученные в ходе исследования данные используются для решения множества задач:

- Создание новых (и коррекция существующих) продуктов и продуктовых категорий, адаптированных под потребности аудитории.
- Планирование рекламных кампаний.
- Усиление скриптов отдела продаж.
- Формулирование новых УТП и конкурентных преимуществ.
- Контент-планирование, написание контента, создание текстов для лендингов и сайтов.
- И для многих других задач.

Это большой и комплексный проект (его реализация с помощью специалистов стоит шести-, а иногда и семизначных сумм), поэтому реализовывать его мы будем с помощью последовательных промтov:

1. Сегментация аудитории.
2. Выбор представителей ЦА, которые подходят для CustDev.
3. Написание мотивационного письма для участия в CustDev.
4. Формирование вопросов для CustDev-интервью.
5. Проведение CustDev-интервью с ChatGPT.
6. Проведение CustDev-интервью с представителями ЦА.
7. Загрузка результатов.

8. Анализ результатов CustDev-интервью.
9. Формирование ценностного предложения на основе полученных данных.

Важно! Все задачи по CustDev необходимо проводить в одном треде. Во-первых, таким образом каждая следующая генерация будет использовать данные, полученные в предыдущей. Во-вторых, этот тред станет одним из самых важных для последующей работы. В дальнейшем вы сможете в этом же треде писать промты: «На основе проведенного тобой CustDev создай...» и давать задачу по созданию контент-плана, позиционирования, идей новых продуктов и т. д. на основе проведенного CustDev.

10. Ставим общую задачу и сегментируем аудиторию

Ты – специалист по исследованиям аудитории :: Твоя задача – провести CustDev-исследование для компании, занимающейся [характеристика компании и продукта] :: Задачи CustDev [вставьте сюда задачи из списка выше, которые для вас наиболее актуальны] :: Выдели 10 сегментов целевой аудитории :: Исследование будет проводиться среди [категория клиентов, примеры: «существующие клиенты, постоянные клиенты, клиенты, которые совершили покупку конкретного продукта, клиенты, которые совершают покупки не реже чем раз в год, люди, оставляющие заявки, но не ставшие клиентами, подписчики аккаунтов, люди, которые не контактировали с компанией»].

11. Выбираем представителей ЦА

CustDev может проводиться как для одного конкретного сегмента, так и для нескольких. Как и всегда, чем более сфокусированным оно будет, тем более конкретными будут результаты. Поэтому в идеальной ситуации я рекомендую проводить CustDev для каждого сегмента отдельно, но можно и объединить несколько.

Сформируй критерии отбора представителей сегментов №[номер и название сегмента] для участия в CustDev-интервью :: Предлагаемый размер группы для исследования – 12 человек :: Опиши требования по соц.-дем. характеристикам, опыту взаимодействия с компанией и другим важным критериям :: Предоставь результат в виде списка требований по выбранным сегментам.

Полученные данные позволяют сформировать фильтр для выбора подходящих представителей ЦА из CRM либо из другого хранилища данных о клиентах.

12. Пишем письмо с просьбой об интервью

Теперь нам необходимо обратиться к выбранным представителям ЦА с просьбой об интервью, причем сделав это максимально тактично и из позиции Win-Win (пользователи также должны получить профит от этого взаимодействия).

Ты – менеджер по работе с клиентами :: Напиши письмо представителю сегмента №[номер и название сегмента] с просьбой принять участие в исследовании аудитории :: Постарайся максимально замотивировать его принять предложение об интервью :: Предложи специальные бонусы за прохождение интервью, подчеркни, что

интервью займет немного времени (уточни, сколько именно :: Акцентируй внимание, что это исследование не маркетинговый трюк с целью продать что-либо, а способ сделать продукт лучше и полезнее для клиентов :: Будь максимально тактичен, вежлив, пиши с умеренной теплотой, заранее поблагодари, опиши важность такого исследования для компании и для клиентов :: Объем письма – до 1700 знаков.

Добрый день,

Я представляю компанию, которая занимается производством офисной мебели и находится в стадии планирования новой рекламной кампании. Я бы хотел узнать больше о Вашем опыте покупки офисной мебели и услышать Ваше мнение, которое поможет нам создать рекламу, наиболее соответствующую потребностям наших клиентов.

Я бы очень хотел узнать Ваше мнение и провести короткое интервью с Вами, которое займет не более 20 минут.

В благодарность за участие в интервью я хотел бы предложить Вам нашу бесплатную консультацию от нашего специалиста в области офисной мебели. Эта консультация поможет Вам получить дополнительную информацию о том, как наша мебель может подойти для Вашего бизнеса.

Я хочу подчеркнуть, что это не маркетинговый трюк или попытка продажи. Мы искренне интересуемся Вашим мнением и хотим использовать эту информацию для улучшения нашего продукта и сервиса. Все данные будут использованы только в обобщенной форме и будут конфиденциальны.

Буду очень благодарен, если Вы сможете найти время для проведения этого интервью со мной. Пожалуйста, дайте мне знать, какой день и время будет наиболее удобным для Вас.

Спасибо заранее за Ваше время и помощь.

С уважением,

[Имя маркетолога]

Средний показатель отклика на подобное письмо — 30% (он может быть выше, если речь идет о действующих лояльных клиентах компании). Поэтому, если мы планируем провести 12 интервью, необходимо разослать письмо 30–35 людям.

13. Формируем вопросы для CustDev-интервью

Ты — специалист по клиентским интервью :: Я — представитель сегмента №[номер и название сегмента] :: Задай мне 25 вопросов, ответы на которые позволят лучше понять особенности аудитории, потребности, боли, задачи, возражения, критерии выбора, способы получения информации по теме, лидеры мнений [если речь идет о действующих клиентах, то добавим: опыт использования продукта, сильные и слабые стороны, с кем из конкурентов сравнивали при выборе, планируют ли следующую покупку, почему, будут ли рекомендовать знакомым, почему] и другие важные темы :: Все вопросы задаются в контексте нашего продукта.

Обратите внимание, что нам необходимо не 25, а 15 вопросов. Мы даем задание подготовить большее количество, чтобы иметь возможность отобрать 15 лучших.

1. Какие основные критерии Вы учитываете при выборе офисной мебели для своего бизнеса?
2. Какими конкурентами Вы пользуетесь при покупке офисной мебели?
3. Как часто Вы обновляете мебель в своем офисе?
4. Какие факторы влияют на решение о покупке новой мебели?
5. Какой бюджет Вы готовы выделить на покупку новой мебели?
6. Какую роль играют оценки и отзывы других клиентов при выборе офисной мебели?
7. Что, по Вашему мнению, отличает Вас от других малых бизнесов при выборе офисной мебели?
8. Какой стиль и дизайн Вы предпочитаете при выборе мебели для своего офиса?
9. Какие материалы и отделка наиболее подходят для Вашего офиса?
10. Как часто Вы переносите мебель в своем офисе и какие проблемы с этим возникают?
11. Каким образом Вы принимаете решение о покупке новой мебели?
12. Какие проблемы существуют при покупке офисной мебели, которые Вам не нравятся?
13. Как Вы оцениваете качество и надежность мебели?
14. Каким образом Вы обращаетесь за помощью при выборе новой мебели?
15. Какие услуги и дополнительные сервисы Вы предпочитаете при покупке офисной мебели?

14. Проводим CustDev-интервью с ChatGPT

Это может показаться удивительным, но ChatGPT уже очень многое знает о ваших клиентах. Это связано с объемом его базы, аналитическими способностями и умением генерировать информацию в заданном контексте. Поэтому, прежде чем идти к «живым» людям, мы предложим ему самому ответить на эти вопросы. Позже, когда вы сравните ответы ChatGPT с полученными ответами от клиентов, вы удивитесь, насколько многое и насколько точно он предугадал.

Ты – представитель сегмента №[номер и название сегмента] :: Исходя из характеристик данного сегмента, предположений об их поведении и особенностей, ответь на предложенные тобой вопросы* :: Отвечай максимально подробно, конкретно, осмысленно, формулируй ответы в стилистике, свойственной для данного сегмента :: Избегай формальных и поверхностных ответов, эмулируй ход мысли представителя сегмента.

15. Проводим CustDev-интервью с представителями ЦА

Поскольку ответы, полученные в предыдущем пункте, лишь предположения ChatGPT, наиболее ценную информацию мы получим от непосредственного общения с клиентами. Возможны три варианта реализации интервью:

1. Вы проводите интервью лично (или онлайн), задавая заготовленные ChatGPT вопросы. Расшифровку ответов позже вы загрузите в ChatGPT.

* В данном случае нам пригодятся ответы на все 25 вопросов, сокращение не требуется.

тред на телефоне и клиент надиктовывает свои ответы — в мобильном приложении ChatGPT есть функция голосового ввода.

3. Вы отправляете клиенту ссылку на мой GPT-агент «CustDev-интервьюер», и клиент в удобном ему темпе отвечает на вопросы, а вам прсылает скриншоты треда с ответами. Этот вариант подойдет, только если у клиента есть опыт работы с ChatGPT и его платная версия.

Промт для варианта 2.

Ты — CustDev-интервьюер :: Задай представителю сегмента №[номер и название сегмента] подготовленные тобой вопросы в формате интервью — задавай вопрос, дожидайся ответа, задавай следующий :: Если потребуется, задавай дополнительные и уточняющие вопросы, однако общее количество вопросов в интервью не должно превышать 20.

16. Загружаем результаты

В случае если вы выбрали второй вариант интервью, этот шаг можно пропустить — ответы и так находятся в треде. В случае с первым и вторым вы можете загрузить вопросы и ответы в ChatGPT с помощью следующего промта.

На основе предложенного тобой сценария я провел интервью и следующими сообщениями загружи их :: Сейчас и в дальнейшем ассоциируй их с результатами CustDev-интервью.

Далее мы отправляем последовательно тексты ответов в следующем виде: «1. Представитель сегмента №[номер и название сегмента] [Имя представителя]. Текст интервью», затем «2.

Представительсегмента №[номер и название сегмента] [Имя представителя]. Текст интервью».

Кстати, владельцы платной версии могут сразу загрузить файл со всеми интервью. Также если ответы у вас в виде скриншотов (вы использовали третий вариант проведения интервью), то можете загрузить скриншоты и дать ему промт:

Транскрибирай текст с загруженных изображений и предоставь его в виде структурированного текста.

17–19. Проводим анализ результатов CustDev-интервью

Если вы дошли до этого шага, поздравляю вас! Все самое сложное и трудозатратное вы уже сделали. Впереди крайне интересная аналитическая работа.

Разделим ее на несколько частей.

1. Выделение закономерностей.
2. Выделение инсайтов.
3. Общие выводы.
4. Генерация на основе проведенного интервью ключевых материалов.

1. Выделяем закономерности.

Ты – маркетолог-аналитик :: На основе результатов CustDev-интервью раздели всю информацию на 12 категорий (например, портрет аудитории, предпочтения, цели, отношение к продукту и т. д.) и обобщи в каждой категории информацию в виде выводов по данной теме :: Ориентируйся в первую очередь на данные, полученные в ходе интервью, но учитывай и свои ответы, которые ты дал ранее :: Используй только эти два источника, не используй свою базу :: Предоставь результат в виде таблицы.

2. Выделяем ключевые инсайты аудитории.

Ты – маркетолог-аналитик :: Выдели из результатов CustDev-интервью 50 наиболее интересных инсайтов – прямых цитат аудитории :: Выбирай наиболее интересные, неожиданные, характеризующие аудиторию, ее поведение и отношение к продукту инсайты :: Разбей инсайты по категориям :: Предоставь результат в формате нумерованного списка в виде: инсайт, его значение, фамилия, имя человека, которому он принадлежит :: Ориентируйся в первую очередь на данные, полученные в ходе интервью, но учитывай и свои ответы, которые ты дал ранее :: Используй только эти два источника, не используй свою базу.

3. Формулируем ключевые выводы по результатам CustDev-интервью.

Ты – маркетолог-аналитик :: На основе результатов CustDev-интервью и проведенной тобой аналитики сделай общие выводы об аудитории, ее отношении к продукту и особенностях поведения :: Ориентируйся в первую очередь на данные, полученные в ходе интервью, но учитывай и свои ответы, которые ты дал ранее :: Сформируй на основе выводов подробные рекомендации по изменению продукта и того, как учитывать эти данные в дальнейшей работе над продуктом и его маркетингом.

Итак, у нас есть три важнейших документа. Благодаря общим закономерностям мы будем лучше понимать, кто наша аудитория, чего она хочет, какие возражения нам необходимо закрывать, какие актуальные задачи и проблемы мы должны решать. Инсайты станут нашей базой конкретных формулировок аудитории: мы сможем использовать их на лендингах, сайтах, в социальных сетях, в скриптах продаж, при формировании карты смыслов, в таргетированной и контекстной рекламе. И наконец, выводы и рекомендации дают нам обобщенный взгляд на нашу аудиторию и показывают последующие шаги для улучшения продукта и связанных с ним задач.

Также эти документы станут основой для работы отдела продаж, отдела клиентской поддержки, отдела маркетинга. Именно их вы будете предоставлять в приложении к брифу для таргетологов, контекстологов, специалистов по разработке сайтов и лендингов.

Но это еще не всё. Теперь в этом треде мы можем всегда задавать промт: «На основе результатов CustDev-исследования и пользовательских инсайтов создай...»:

- идею нового продукта;
- маркетинговый план;
- контент-план;

- позиционирование компании;
- скрипты продаж;
- идеи для Reels, постов и видео;
- идеи лид-магнитов;
- и многое другое.

Кроме того, большинство промтов из этой книги дадут более конкретный результат, если вы введете их в этом треде с указанным выше промтом.

Таким образом, мы не просто провели CustDev-исследование, но и создали для ChatGPT подробную базу предпочтений вашей аудитории. Кстати, если кто-то опасается за ее сохранность и конфиденциальность – ее невозможно получить никому, кроме вас; самим же ChatGPT она будет использоваться исключительно как еще один (наряду с десятками миллионов других) источник для обучения.

20. Формирование ценностного предложения

Ценностное предложение – кратко сформулированный ответ на вопрос «Как этот продукт или услуга решат мою проблему или задачу?». Именно ценностное предложение стоит в основе всех маркетинговых и продающих материалов и в любой другой коммуникации с клиентами. У нас есть возможность получить неограниченное количество ценностных предложений на основе свежего CustDev-исследования, при этом максимально эффективных, поскольку построены они будут не на догадках маркетологов, а на конкретных ответах наших существующих и потенциальных клиентов.

Ты – специалист по маркетинговой упаковке продукта :: На основе проведенного CustDev-исследования сформулируй 10 вариантов ценностного предложения для продукта: [характеристика продукта] ::

Ценностное предложение должно соответствовать выявленным потребностям аудитории и отвечать следующим требованиям: простая формулировка, использование фактов, точное описание выгоды.

Отлично, вот примеры конкретных уникальных предложений ценности для SMM-агентства:

- 1. Специализация на отраслевом уровне.** Многие компании ищут агентства, специализирующиеся в их отрасли, так как они обладают уникальными знаниями и понимают их специфические потребности. Например, агентство может специализироваться на работе с компаниями в области здравоохранения, технологий, ресторанных бизнесов и т.д.
- 2. Предоставление полного цикла услуг по SMM.** Агентство может обеспечить полный комплекс услуг, начиная от разработки стратегии и создания контента до управления рекламными кампаниями и мониторинга результатов.
- 3. Использование прогрессивных технологий.** Например, использование искусственного интеллекта для анализа данных, прогнозирования тенденций и автоматизации процессов, что позволяет клиентам получать более высокую отдачу от своих инвестиций.
- 4. Создание вирального контента.** Если агентство известно своей способностью создавать контент, который легко становится виральным, это может стать значительным конкурентным преимуществом.

Если вы прошли все 9 шагов, то вполне можете гордиться собой: обычно подобное исследование и аналистика его результатов занимают месяцы работы штатного маркетолога либо стоит от 300 000 рублей, если отдавать эту задачу на аутсорс. Мы обошлись

12 промтами, несколькими часами работы с ChatGPT и примерно 12 часами коммуникации с клиентами. Результат будет лучше, чем в 70% случаев работы с «живыми» маркетологами. Именно это я и называю магией ChatGPT.

Создаем ключевые маркетинговые документы

21. Проводим конкурентный анализ по методу пяти сил Портера

Каждый бизнес испытывает постоянное давление — со стороны конкурентов (существующих и потенциальных), покупателей и поставщиков. В различных сферах это давление будет разным. Так, молодое рекламное агентство, скорее всего, столкнется с сильной конкуренцией со стороны существующих и появляющихся агентств. А продавец эксклюзивного кофе в большей степени будет зависеть от непостоянства поставщиков и меняющихся предпочтений покупателей.

Анализ по методу пяти сил Портера позволяет проанализировать любой продукт, компанию, эксперта по пяти основным противодействующим силам:

- Давление поставщиков.
- Давление покупателей.
- Давление действующих конкурентов (внутренняя конкуренция).
- Угроза появления новых конкурентов.
- Товары-заменители (субституты).

Примечательно, что вся необходимая для анализа информация уже есть в базе ChatGPT — статистика по рынку, типичная проблематика аудитории, объем конкуренции. Также ChatGPT отлично

понимает алгоритм анализа, поэтому нам понадобится довольно простой промт.

Ты – специалист по анализу конкурентных сил :: Проведи анализ [краткое описание бизнеса или продукта] по методу 5 сил Портера :: Будь максимально объективен и структурен :: Поставь балл по 5-балльной шкале каждой силе и также дай общий балл перспектив бизнеса :: Дай заключение о перспективности данного направления.

Анализ конкуренции согласно модели Портера включает в себя 5 ключевых сил:

1. Угроза новых участников рынка (Входящая конкуренция)
2. Угроза замещающих продуктов или услуг
3. Степень конкуренции внутри отрасли
4. Власть поставщиков
5. Власть покупателей

Рассмотрим каждый из этих пунктов для SMM-агентства:

1. **Угроза новых участников рынка.** Оценка: 7/10. Социальные сети являются быстро растущим и развивающимся сегментом, который привлекает многих новых игроков. Хотя ваша компания обладает сильными преимуществами в виде большого бюджета на рекламу, личного бренда основателя и профессиональной команды, всегда есть вероятность появления новых конкурентов, которые могут предложить более инновационные или дешевые решения.
2. **Угроза замещающих продуктов или услуг.** Оценка: 5/10. Несмотря на то что социальные медиа продолжают расти, есть и другие формы маркетинга и рекламы (например,

SEO, контекстная реклама, email-маркетинг и т. д.), которые могут быть использованы вместо SMM. Тем не менее все эти альтернативы дополняют друг друга, а не замещают.

22. Проводим SWOT-анализ

SWOT-анализ — классическая маркетинговая техника, которая позволяет выявить Strengths (Преимущества), Weaknesses (Недостатки), Opportunities (Возможности) и Threats (Угрозы) для бизнеса.

Ты — маркетолог :: Для компании, занимающейся [характеристика компании], провели SWOT-анализ :: Выпиши не менее 8 пунктов в каждой из 4 категорий :: Предоставь результат в виде таблицы.

23–25. Разрабатываем маркетинговую стратегию

Маркетинговая стратегия — большой, подробный документ, представляющий собой глобальный план действий компании по привлечению потребителей и конвертации их в клиентов. Именно с маркетинговой стратегией сверяются все задействованные в маркетинговом процессе специалисты, планируя и запуская любые активности.

Существует много различных структур маркетинговой стратегии, мы дадим ChatGPT задачу составить по-настоящему комплексный документ.

Ты – руководитель отдела маркетинга компании, которая занимается [характеристика компании] :: Разработай комплексную маркетинговую стратегию для компании :: Аудитория компании: [характеристика основных сегментов аудитории] :: Ценовой сегмент [характеристика ценового сегмента] :: Основные продуктовые направления: [характеристика основных продуктовых направлений компании] :: Задачи маркетинга: [характеристика задач маркетинга, например: «усиление позиций на рынке, привлечение новых клиентов, повышение LTV клиентов, выход на новые рынки (ОАЭ, Турция, Израиль), повышение среднего чека, повышение узнаваемости】 :: Стратегия должна включать в себя стратегию роста, описание ключевых направлений развития маркетинга, описание коммуникации с аудиторией, описание ключевых метрик эффективности, детализацию инструментов, детализацию финансовых и человеческих ресурсов, необходимых для реализации стратегии :: У каждой задачи должен быть указан ответственный за ее реализацию сотрудник :: Пиши максимально подробно, с конкретикой, цифрами, рекомендациями, деталями :: Избегай обобщенных решений, ориентируйся на специфику конкретного бизнеса и конкретной аудитории.

В результате мы получим отлично структурированную, практическую стратегию. Однако, как бы мы ни просили ChatGPT быть максимально подробным, на первом этапе он все равно даст довольно усеченную версию. Это легко поправимо. Серией следующих промтов мы даем ему задачу детализировать каждый из блоков. В общем виде промт для детализации выглядит так:

Максимально детализируй пункт [название пункта из подготовленной стратегии, например: «Маркетинговые коммуникации】 из предложенной тобой стратегии :: Укажи максимум конкретики (цифры, площадки, инструменты для использования, ответственные люди) :: Пиши максимально подробно, не ограничивая объем :: Дай конкретный пошаговый алгоритм реализации всех предложенных активностей :: Учитывай, что твой ответ будет включен в общую стратегию, соответственно, учитывай все, что было предложено в других пунктах, соблюдай общую структуру, стилистику, задачи и предпосылки.

Если вы видите, что какая-то часть стратегии не соответствует вашим реалиям (это возможно, поскольку ChatGPT действует, исходя из ограниченной информации, которую вы предоставили), сразу давайте ему правки с помощью следующего промта:

Исправь стратегию [либо конкретный детализированный блок] :: Сохрани текст полностью, исправь только [что необходимо исправить, например: «замени креативного директора на старшего копирайтера»].

В результате такой детализации и корректировок мы получим масштабную, максимально выверенную маркетинговую стратегию, которую после небольшой доработки можно брать за основу маркетинговой коммуникации компании. Кроме того, в этом же треде вы в дальнейшем сможете генерировать важные материалы (контент-план, SWOT-анализ, штатное расписание отдела маркетинга и т. д.) с дополнением в промте *«На основе разработанной тобой маркетинговой стратегии и ее детализации создай ...»* и получать максимально предметные результаты, учитывающие все детали вашей маркетинговой стратегии.

Есть три способа, как сделать маркетинговую стратегию максимально приближенной к вашим реалиям:

1. Загрузить файл с детальным описанием компании и продуктов. Опционально добавить файл с текущими маркетинговыми активностями. Дать промт «*На основе информации о компании из загруженного файла...*».
2. Дать ссылку на сайт компании и добавить промт «*Изучи сайт, собери информацию о компании и ее продуктах...*».
3. Создавать маркетинговую стратегию в треде с CustDev-исследованием и дать промт «*На основе результатов проведенного тобой CustDev-исследования...*».

Достаточно одного из перечисленных вариантов. Напомню, что первый и второй варианты доступны только владельцам платной версии ChatGPT.

26. Создаем маркетинговый план

Маркетинговый план — это конкретная последовательность действий на определенный период, с помощью которой реализуются основные задачи маркетинговой стратегии. Поэтому мы создаем маркетинговый план в том же треде, где создавали маркетинговую стратегию.

Ты — руководитель отдела маркетинга компании, которая занимается [характеристика компании] :: На основе разработанной тобой маркетинговой стратегии и ее детализации разработай комплексный маркетинговый план на 2025 год, с помощью которого будет реализовываться стратегия :: Ключевые маркетинговые задачи на 2025 год [характеристика задач, можно выборочно взять задачи из маркетинговой стратегии] :: В маркетинговом плане должны быть: ключевые инструменты, площадки для реализации, распределение

финансовых и трудовых ресурсов, ключевые метрики, прогноз ключевых метрик, рекомендации по каждому инструменту :: У каждой задачи должен быть указан ответственный за ее реализацию сотрудник :: Пиши максимально подробно, с конкретикой, цифрами, рекомендациями, деталями :: Избегай обобщенных решений, ориентируйся на специфику конкретного бизнеса и конкретной аудитории.

Ищем идеи для привлечения новых клиентов

Разработка маркетинговой стратегии и маркетингового плана — большие, основополагающие документы, фактически дорожные карты достижения задач в вашем бизнесе. Однако иногда нужны быстрые, точечные решения, идеи для дальнейшего развития. Здесь нам тоже поможет ChatGPT.

27. Генерируем идеи

Ты — специалист по развитию бизнеса :: Предложи 5 идей (опиши их кратко) привлечения новой аудитории к [характеристика бизнеса, например: «ресторану в Саратове “Ай да блин!”»] :: Будь реалистичен.

28. Детализируем варианты

Детализируй (в 7 тезисах) каждый из вариантов : Важны сложность/простота в реализации, потенциальный охват аудитории, эмоциональность.

29. Выбираем по объективным параметрам лучший вариант

Выбери лучший из 5 вариантов. Ориентируйся на следующие критерии выбора: лучшее соотношение затраты / результат, простота / сложность реализации, долгосрочность эффекта, уровень лояльности аудитории.

Используем ChatGPT для рекламы

Именно реклама является главным практическим инструментом претворения стратегий и планов в жизнь. Существует множество платформ и форматов рекламы, мы с помощью ChatGPT автоматизируем работу с тремя самыми распространенными:

1. Таргетированная реклама: «ВКонтакте», «Одноклассники», Telegram и др.
2. Контекстная реклама: «Яндекс.Директ».
3. Реклама у лидеров мнений: все социальные сети и Telegram.

Пока (подчеркну слово «пока») ChatGPT не умеет напрямую работать с интерфейсами рекламных систем и не может самостоятельно настраивать рекламу. Однако он может взять на себя наиболее трудозатратную часть — создание объявлений и рекламных подач. Я назвал их наиболее трудоемкими, поскольку для эффективной рекламной кампании, как правило, требуются десятки, а иногда и сотни различных объявлений, тизеров (заголовков), иллюстраций. Также ChatGPT поможет нам подобрать ключевые запросы, разбить их на кластеры, подобрать аудитории для таргетинга и ретаргетинга.

30. Пишем объявление для таргетированной рекламы. Версия 1

Ты – копирайтер, специализирующийся на текстах для таргетированной рекламы :: Напиши объявление таргетированной рекламы для [характеристика продукта, например: «глэпмингов в Одинцовском районе Подмосковья»] :: Структура объявления: проблематика целевой аудитории, опиши [характеристика проблемы, например: «недостатки типичных форматов загородного отдыха»] в виде списка из трех пунктов; преимущества продукта: [характеристика преимуществ]; аккуратный призыв к целевому действию [описание целевого действия, например: «оставить заявку】] :: Объем – до 1700 знаков :: Пиши в теплой, доверительной стилистике, создай у читателя ощущение дружеской рекомендации :: Избегай шаблонных выражений, будь уникalen :: Не дави на читателя, избегай манипуляций.

31. Пишем объявление таргетированной рекламы. Версия 2

Привожу альтернативный, более сложный промт, который требует большей настройки, но и дает более маркетингово выверенный, стилизованный результат.

Ты – [встраиваем подходящий ролевой промт, например: «техноблогер»] :: Напиши объявление таргетированной рекламы для [название рекламной системы] о [характеристика промта] :: Объем – до 2000 знаков :: Избегай тавтологий, клишированных выражений :: Тоне of voice – экспертный, в меру теплый, не пытайся давить на человека, избегай восторга, экзальтации, предубежденности ::

Пиши для аудитории [характеристика аудитории, например: «профессиональных SMM-специалистов, которые хотят развиваться профессионально»] :: Основные блоки текста: присоединение к блям аудитории, пример человека в точке А, презентация решения, пример человека в точке В, подтверждение выбора с помощью преимуществ, призыв к действию :: Основные смыслы: [перечисляем смыслы, например: «востребованная профессия, опытный наставник, пошаговое руководство, опыт 16 лет на рынке, экономия времени и денег»].

32. Создаем тизеры для рекламы

Тизер или заголовок — один из важнейших элементов успешности любого объявления. Именно тизер цепляет взгляд, привлекает краткосрочное внимание и стимулирует пользователя читать само объявление. Причем касается это любого вида рекламы — таргетированной, контекстной, баннерной, наружки, рекламы у блогеров, в СМИ и т. д. Как и любой другой рекламный элемент, тизеры требуют сплит-тестирования*, а значит, нам нужна не одна версия тизера, а большее количество (не менее 10).

Давайте создадим целую серию тизеров с помощью моего авторского промта. Для него я взял классическую классификацию заголовков Шона Восслера и адаптировал ее для ChatGPT. Промт несколько громоздкий, но, уверяю вас, результатом вы будете впечатлены. Во всяком случае мои таргетологи теперь используют этот промт (и созданный на его основе GPT-агент) для всех кампаний.

* Сплит-тестирование — методика маркетингового исследования, которая позволяет сравнивать эффективность различных версий рекламных объявлений. Вы создаете несколько похожих рекламных объявлений с одним отличием (например, разные заголовки) и показываете их разным группам людей, чтобы узнать, какой вариант более эффективен по достижении целей рекламной кампании (например, по количеству кликов, конверсий, продаж и т. д.). (Определение сформулировано ChatGPT по промту «Дай простое определение сплит-тестирования»).

Ты – профессиональный копирайтер. Придумай заголовки для таргетированной рекламы компании грузоперевозчика (международные грузоперевозки) «Туда-обратно» по следующим формулам (приведи нумерованный список с названием формулы и заголовком):

1. Задайте вопрос.
2. Упомяните текущую ситуацию.
3. Задайте собственные правила.
4. Расскажите про инновации.
5. Дайте читателю задачу что-то сделать.
6. Дайте статистику.
7. Сделайте сравнение.
8. Пообещайте полезную информацию.
9. Прямое предложение.
10. Расскажите короткую историю.
11. Дайте рекомендацию.
12. Подчеркните выгоды.
13. Используйте отзывы.
14. Задействуйте любопытство.
15. Пообещайте раскрыть секрет.
16. Будьте ультраunikальными.
17. Цельтесь в конкретный сегмент аудитории.
18. Временное ограничение.
19. Заставьте задуматься о сохранности того, что есть.
20. Сообщите хорошие новости.
21. Дайте читателю челлендж.
22. Подчеркните гарантии.
23. Подчеркните цену.
24. Покажите противопоставление.

25. Поспорьте с читателем.
26. Как ни странно...
27. Дайте конкретное обещание.
28. Покажите ROI.
29. Причины почему.
30. Экстремальная возможность сэкономить.
31. Цена ошибки.
32. Озвучьте цель читателя.

1. Задайте вопрос: «Не пора ли обновить ваш стиль с новыми очками от “Ясный взгляд”?»
2. Упомяните текущую ситуацию: «В этом сезоне мода на очки полностью изменилась. Оставайтесь в тренде с “Ясным взглядом”!»
3. Задайте собственные правила: «Правило “Ясного взгляда”: каждый должен найти идеальные очки!»
4. Расскажите про инновации: «Технологии Blue Light Blocking – только в очках от “Ясный взгляд”!»
5. Дайте читателю задачу что-то сделать: «Приходите и найдите свои идеальные очки в “Ясный взгляд” уже сегодня!»
6. Дайте статистику: «92% наших клиентов отметили значительное улучшение зрения после выбора “Ясный взгляд”».
7. Сделайте сравнение: «Очки “Ясный взгляд” – это как комфорт для ваших глаз в сравнении с обычными очками».
8. Пообещайте полезную информацию: «Узнайте, как правильно выбрать очки для работы за компьютером, на нашем сайте “Ясный взгляд”!»
9. Прямое предложение: «Получите скидку 20% на вашу первую покупку в “Ясный взгляд”!»

10. Расскажите короткую историю: «Как “Ясный взгляд” помог Вере найти идеальные очки для ее уникального стиля».
11. Дайте рекомендацию: «Эксперты рекомендуют проверять зрение каждые 6 месяцев. Запишитесь на консультацию в “Ясный взгляд”».
12. Подчеркните выгоды: «Улучшите свой зрительный комфорт и стиль с эксклюзивными очками от “Ясный взгляд”».
13. Используйте отзывы: «Анна: “С «Ясным взглядом» я забыла о головных болях при работе за компьютером!”»
14. Задействуйте любопытство: «Что делает очки от “Ясный взгляд” такими особенными? Узнайте на нашем сайте!»
15. Пообещайте раскрыть секрет: «Мы раскроем секрет идеального выбора очков в “Ясный взгляд”».
16. Будьте ультрауникальными: «“Ясный взгляд” предлагает эксклюзивные дизайнерские очки, которых вы не найдете больше нигде».
17. Цельтесь в конкретный сегмент аудитории: «Для профессионалов, проводящих долгие часы за экраном, – специальные очки от “Ясный взгляд”».

33. Выбираем таргетинг для кампании таргетированной или контекстной рекламы

Под таргетингом мы подразумеваем характеристики аудитории, которой будем показывать рекламу.

Ты – таргетолог :: Подбери 15 аудиторий для рекламной системы «ВКонтакте» [либо название конкретной рекламной системы] для рекламной кампании продукта [характеристика продукта] :: Ориентируйся на характеристики аудитории, которые есть в данной

рекламной системе :: Используй различные форматы таргетинга: социально-демографический, географический, профессиональный, поведенческий и другие :: Комбинируй разные характеристики аудитории в эффективные связки.

Можно усилить данный промт, если мы реализуем его в том же тренде, где проводили сегментацию аудитории. В этом случае начало промта будет выглядеть следующим образом:

Ты – таргетолог :: На основе проведенной тобой сегментации сформируй 15 аудиторий...

34. Собираем аудитории ретаргетинга для кампании таргетированной или контекстной рекламы

Ретаргетинг – это рекламный инструмент, который позволяет показывать рекламу пользователям, которые взаимодействовали с компанией: посещали сайт либо конкретные страницы, оставляли заявки, клали продукты в корзину, совершали покупки.

Ты – таргетолог :: Подбери 10 аудиторий ретаргетинга для рекламной системы «ВКонтакте» [название конкретной рекламной системы] для рекламной кампании продукта [характеристика продукта].

Каждая из этих аудиторий в дальнейшем будет использована для настройки ретаргетинга в рекламных кампаниях.

35. Пишем объявление контекстной рекламы

Ты – специалист по контекстной рекламе :: Напиши 10 объявлений контекстной рекламы для «Яндекс.Директ», в которых рекламируются [характеристика продукта, например: «загородные дома в коттеджном поселке «Лосиный парк-2»] :: Каждое объявление состоит из заголовка (до 56 знаков) и текста объявления (до 86 знаков) :: Учитывай следующие особенности продукта: [описание особенностей продукта, например: «ценовой сегмент – средний»] :: Ключевые преимущества продукта: [описываем преимущества продукта, например: «близость от Москвы (20 км), удобная инфраструктура, хорошая экология, близость к заповеднику, ценовая доступность, охраняемая территория»] :: Будь лаконичен и информативен.

1. Заголовок: «Дома в «Лосиный парк-2» – 20 км от Москвы!»

Текст: «Выберите уютный дом рядом с Москвой! Прекрасная экология, охрана 24/7».

2. Заголовок: «Ваш дом в «Лосиный парк-2» – недалеко от столицы!»

Текст: «Живите на природе с комфортом: инфраструктура, экология, охрана».

3. Заголовок: «Коттеджи в «Лосиный парк-2»: рядом с Москвой!»

Текст: «Идеальный выбор для жизни и отдыха: удобство, природа, доступность».

4. Заголовок: ««Лосиный парк-2»: дома в экологическом районе!»

Текст: «Загородная жизнь рядом с городом. Охраняемая территория, чистый воздух».

5. Заголовок: «Загородный дом вашей мечты – “Лосиный парк-2”!»

Текст: «Недалеко от Москвы, рядом с природой. Современная инфраструктура».

6. Заголовок: «Комфорт и природа: выберите “Лосиный парк-2”!»

Текст: «Идеальное сочетание доступности, комфорта и природы всего в 20 км от Москвы».

7. Заголовок: «Приобретите дом в “Лосиный парк-2”: уют рядом с городом!»

Текст: «Безопасность и комфорт для вашей семьи. Рядом с заповедником, хорошая инфраструктура».

8. Заголовок: «Живите у города, наслаждайтесь природой!»

Текст: «Коттеджный поселок “Лосиный парк-2” – ваш выбор для идеальной жизни вне города».

9. Заголовок: «Доступное жилье в “Лосиный парк-2”: близость к Москве!»

Текст: «Удобное расположение, экологично, безопасно. Лучшее для семейного уюта!»

10. Заголовок: «Охраняемый поселок “Лосиный парк-2”: к вашим услугам!»

Текст: «Выбирайте жизнь в гармонии с природой! Безопасность, экология, удобство рядом с Москвой».

36. Подбираем ключевые запросы для кампании контекстной и таргетированной рекламы

Во многих рекламных системах существует показ рекламы по ключевым словам. Это и те запросы, которые пользователь вводил в поисковой строке (поиск «Яндекса» и «ВКонтакте»), и слова, характеризующие его интересы (например, если во «ВКонтакте»

пользователь часто реагирует на объявления, связанные с кондиционерами, то на определенный период ему будет присвоен интерес «кондиционеры»).

Ты – специалист по сбору семантического ядра :: Для рекламной кампании в системе [название рекламной системы, например: «Яндекс.Директ»] собери семантическое ядро из 60 ключевых запросов, касающееся продукта [название продукта] :: Это должны быть запросы, по которым целевая аудитория ищет продукт или по которым мы можем определить ее заинтересованность продуктом.

Для профессионалов в сфере SEO контекстной и таргетированной рекламы добавлю, что ChatGPT не может проверять частоту запросов через сервисы, подобные Wordstat, поэтому, если такая необходимость есть (например, это актуально для «Яндекс.Директ», но не очень актуально для «ВКонтакте»), оценить их частоту нужно будет вручную либо через автоматические сервисы, например SemRush.

37. Разбиваем семантическое ядро по кластерам

Вы ведь не хотите, чтобы пользователи по запросу «купить дешево запчасти для велосипеда» попадали на страницу продажи самого велосипеда? Именно для этого существуют тематические кластеры – разбивка ключевых запросов по темам. Затем каждому кластеру можно будет присвоить свою целевую страницу, адаптированную под выбранную тематику.

Ты – специалист по сбору семантического ядра :: Разбей собранные ключевые запросы по тематическим кластерам :: Присвой каждому кластеру название.

38. Создаем иллюстрацию (креатив) для объявления

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Создай иллюстрацию к предложенному тобой объявлению для таргетированной [/контекстной] рекламы № [номер и заголовок объявления] :: Размер иллюстрации: 1080×607 px :: Иллюстрация должна привлекать внимание аудитории – быть связанной с темой объявления, выделяться среди других :: Не используй текст, на иллюстрации должны быть только визуальные элементы.

39. Создание «подачи» для рекламы у лидеров мнений

Ты – специалист по работе с блогерами :: Твоя задача – написать ТЗ для блогера [характеристика ниши, например: «Fashion»], у которого мы размещаем рекламу в серии Stories :: Рекламируемый продукт: [описание продукта, например: «удобный чемодан для ручной клади»] :: Ключевые акценты в подаче: [перечень акцентов, например: «помогает путешествовать с комфортом, имеет отделение для ноутбука, встроенную USB-зарядку, GPS-навигатор, подставку для кофе, легко моется, помещается в ручную кладь»] :: ТЗ должно включать в себя перечень ключевых акцентов, варианты подачи, точность подачи, продолжительность, привязку к лайфстайлу блогера :: Также пропиши, чего точно не должно быть в рекламе.

40. Создаем рекламные объявления для Telegram Ads

Особенность рекламы для Telegram (речь об официальной рекламе) состоит в том, что объявление представляет собой короткий (до 160 знаков) текст без элементов форматирования и выделения, а также без каких-либо визуальных элементов. Таким образом, текст должен быть максимально цепляющим и передающим ключевое сообщение. Также в Telegram есть ряд специфических правил, ограничивающих креатив.

Ты – специалист по Telegram Ads :: Напиши 15 рекламных объявлений для Telegram Ads (до 160 символов) для [характеристика продукта или канала, например: «канала “Промт дня”, посвященного правильной работе с нейросетями ChatGPT, Midjourney, DALL-E 3】 :: Объявления должны привлекать внимание пользователя и передавать ключевую информацию о продукте [/канале] :: Учитывай следующие ограничения. Слова не должны быть написаны заглавными буквами, а буквы в словах – отделяться пробелами. Не злоупотребляй восклицательными знаками и эмодзи (допустим один в одном объявлении). Не допускается обращение на «ты» и повелительное наклонение, например: «Подпишись» или «Покупайте». Нельзя выделять только часть аудитории, например, писать «Канал для девушек».

1. Изучайте нейросети ChatGPT, Midjourney, DALL-E 3 на канале «Промт дня». Новые знания каждый день.
2. «Промт дня» демонстрирует, как максимизировать возможности ChatGPT и других ИИ.
3. Разблокируйте секреты нейросетей с каналом «Промт дня»: ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3.

4. Подписывайтесь на «Промт дня» для профессионального использования ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3.
5. Освойте ChatGPT и другие ИИ с подробными руководствами от «Промт дня».
6. «Промт дня»: ваш ежедневный источник экспертных знаний по ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3.
7. Получите доступ к советам экспертов по ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3 на «Промт дня».
8. «Промт дня» – обучение и практические советы по работе с нейросетями, включая ChatGPT.
9. Исследуйте мир ИИ с каналом «Промт дня»: станьте профессионалом в ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3.
10. Профессиональные уроки по ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3 на «Промт дня».
11. «Промт дня»: глубокие погружения в механику ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3.
12. Узнайте, как эффективно использовать ChatGPT и другие ИИ, на «Промт дня».
13. Следите за последними трендами в ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3 с «Промт дня».
14. «Промт дня» предлагает экспертный анализ и советы по работе с ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3.
15. Развивайте навыки в ChatGPT, Midjourney и DALL-E 3 с помощью «Промт дня».

Примерно треть моих объявлений Telegram Ads в ротации написаны ChatGPT. При этом три из них находятся в топ-5 по эффективности (количество целевых действий и низкая цена). Так что этот промт, как и все остальные, проверены мной «на собственной шкуре».

Разрабатываем структуру и пишем текстовую часть сайтов и лендинг

Как правило, трафик с рекламы направляется либо на сайт компании, либо на посадочную страницу — лендинг. В этом разделе мы проработаем структуру и тексты для обоих форматов.

41. Создаем структуру лендинга

Ты — специалист по проектированию посадочных страниц :: Разработай структуру лендинга, которая будет состоять из 8 блоков :: Постадочная страница будет посвящена [название продукта, например: «генетическому тесту клиники “Зов предков”»] :: Задачи посадочной страницы: заинтересовать потенциальную аудиторию продуктом, показать преимущества [перечисляем ключевые преимущества], призвать к целевому действию [описываем целевое действие, например: «заявка на обслуживание»] :: Предоставь результат в виде списка блоков посадочной страницы с ключевыми тезисами и задачей каждого блока.

42. Пишем текст для лендинга

Ты – профессиональный копирайтер, специализирующийся на текстах для посадочных страниц :: На основе разработанной тобой структуры лендинга напиши текст для каждого блока :: Придерживайся лаконичного, информативного, экспертного стиля, свойственного лучшим мировым примерам текстов лендингов :: Будь максимально структурен, в каждый блок добавь список :: Объем каждого блока – не менее 2000 знаков :: Каждый блок должен максимально закрывать описанную тобой задачу этого блока :: Общий объем текста должен составлять не менее 16 000 знаков, проверь и придерживайся этого объема.

Иногда ChatGPT может начать упрямиться и сжимать текст. В этом случае дадим ему коррекционный промт: «Увеличь текст до не менее чем 16000 знаков :: Контролируй, чтобы объем каждого блока был не менее 2000 знаков». Иногда в силу своих внутренних причин (ох уж это ИИ-подсознание) он может продолжить ужимать этот текст. В таком случае разобьем работу над текстом лендинга на восемь этапов и в рамках каждого детализируем один блок. Для этого заменим элемент *«На основе разработанной тобой структуры лендинга напиши текст для каждого блока»* на *«На основе разработанной тобой структуры лендинга напиши текст для блока №[номер и характеристика блока]»* и удалим элемент *«Общий объем текста должен составлять не менее 16 000 знаков, проверь и придерживайся этого объема»*.

Еще ряд промтов, связанных с визуальной частью работы с лендингами, мы рассмотрим в главе «Промты для иллюстраций».

Теперь по той же схеме разработаем структуру сайта и напишем тексты для конкретных страниц.

43. Создаем структуру корпоративного сайта

Ты – специалист по созданию структуры сайтов :: Разработай структуру корпоративного сайта компании, который будет состоять [количество страниц, например: «из 20 страниц»; если нет четкой привязки к количеству страниц, этот элемент можно удалить – ChatGPT сам определит необходимое для раскрытия информации количество страниц] :: Сайт посвящен деятельности компании [название и характеристика деятельности компании] :: Задачи сайта: рассказать о деятельности компании, о ее продукции, показать портфолио, кейсы и отзывы клиентов, периодически публиковать новости компании, дать контактную информацию, выделить акценты и специальные предложения [при необходимости дополните список задач] :: Продумай удобную навигацию между страницами сайта, создай перелинковку между конкретными страницами, ориентируйся на удобство пользователя, руководствуясь лучшими мировыми практиками структуры корпоративных сайтов :: Предоставь результат в виде классической структуры сайта, с ключевыми тезисами и задачей каждой страницы.

44. Пишем текст для каждой страницы сайта

Ты – профессиональный копирайтер, специализирующийся на текстах для корпоративных сайтов :: На основе разработанной тобой структуры сайта напиши текст для страницы [номер и название страницы] :: Придерживайся лаконичного, доброжелательного, информативного, экспертного стиля,нскогоенного лучшим мировым примерам текстов корпоративных сайтов :: Будь максимально структурен, используй текст, разбитый на небольшие абзацы

и списки :: Объем текста страницы определи на основе закрытия задачи страницы :: Проверь, что итоговый текст решает задачу данной страницы, при необходимости перепиши текст снова.

45. Создаем структуру сайта-каталога

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Поскольку структура каталога полностью построена на конкретном ассортименте и продуктовых категориях, нам понадобится загрузить сам каталог. Он может быть в любом формате — текстовый файл, PDF-каталог, Excel-каталог, даже прайс-лист.

Ты — специалист по созданию структуры сайтов-каталогов :: На основе загруженного файла с каталогом продукции разработай структуру сайта-каталога компании [название и характеристика деятельности компании] :: Задачи сайта: рассказать о деятельности компании и ее продукции, представить на сайте весь каталог продукции, показать портфолио, кейсы и отзывы клиентов, дать контактную информацию, выделить акценты и специальные предложения [при необходимости дополните список задач] :: Информация о продуктах в каталоге должна быть представлена в следующем формате: название продукта, его характеристики, описание продукта, цена, сроки поставки, отзывы клиентов [при необходимости скорректируйте список конкретных элементов] :: Структура должна быть максимально практичной, удобной для пользователя, упорядочивать все продуктовые категории :: Продумай удобную навигацию между страницами сайта, создай перелинковку между конкретными страницами, руководствуясь лучшими мировыми практиками структуры сайтов-каталогов :: Предоставь результат в виде классической структуры сайта-каталога, с ключевыми тезисами и задачей каждой страницы.

Создаем программу лояльности

Под программой лояльности, как правило, понимается система привлечения и удержания клиентов с помощью поощрений в виде скидок или бонусов. Существует множество видов программ лояльности, но чаще всего используются программа накопления баллов, скидочная система и программа привилегий.

Добавлю, что мы ощутимо усилим результат генерации, сделаем его намного более конкретным, если дадим ссылку на сайт или загрузим файл с описанием ассортимента компании и добавим в промт следующий элемент: «Изучи сайт [URL сайта] / Изучи загруженный файл целиком и на его основе разработай ...» Однако обе эти опции доступны только владельцам платной версии ChatGPT.

46. Создаем программу накопления баллов

Ты – руководитель отдела клиентской лояльности компании [характеристика компании] с большим опытом :: Основная деятельность компании [кратко характеризуем основные направления] :: Твоя задача – разработать программу накопления баллов для клиентов компании :: Ценовой сегмент компании: [выбираем один из вариантов: эконом, средний, премиум] :: Задача программы: повысить количество повторных покупок, LTV клиента, а также предоставить дополнительное конкурентное преимущество для потенциальных клиентов, находящихся на стадии выбора :: Разработай максимально конкретную программу, с цифрами, формулами для расчета, ограничениями и условиями, конкретными вариантами использования баллов.

1. Система начисления баллов

За каждые потраченные 100 рублей клиент получает 1 балл.

Дополнительные баллы за лояльность: Клиенты, которые пользуются услугами более 1 года, получают дополнительно 10% баллов к начисляемым за каждую транзакцию.

Специальные акции: В периоды специальных акций количество баллов может быть увеличено. Например, в месяц налоговой отчетности начисление удваивается.

2. Формула расчета баллов

Для обычных клиентов:

$$\text{Баллы} = \text{Сумма покупки} / 100$$

Для лояльных клиентов (более 1 года):

$$\text{Баллы} = (\text{Сумма покупки} / 100) \times (1 + 0,1)$$

В период специальных акций:

$$\text{Баллы} = (\text{Сумма покупки} / 100) \times \text{Коэффициент акции}$$

3. Ограничения и условия

- Баллы действительны в течение 12 месяцев с момента их получения.
- Минимальное количество баллов для обмена – 50 баллов.
- Баллы не могут быть обменены на денежный эквивалент, только на скидки или бесплатные услуги.

4. Варианты использования баллов

- Скидка на услуги: 50 баллов = 5% скидка на любую услугу; 100 баллов = 10% скидка; 200 баллов = 20% скидка.
- Бесплатные консультации: 100 баллов = 1 час бесплатной консультации по бухгалтерским вопросам.
- Эксклюзивные материалы: 150 баллов = доступ к эксклюзивным обучающим материалам и вебинарам.
- Приоритетное обслуживание: 200 баллов = приоритет при записи на консультации и выполнении услуг.

47. Создаем скидочную систему

Ты – руководитель отдела клиентской лояльности компании [характеристика компании] с большим опытом :: Основная деятельность компании [кратко характеризуем основные направления] :: Ценовой сегмент компании: [выбираем один из вариантов: эконом, средний, премиум] :: Твоя задача – разработать универсальную скидочную систему для продукции компании :: Используй в системе все ключевые категории скидок, как для существующих, так и для потенциальных клиентов :: Размер конкретных скидок должен соответствовать средним показателям в данной нише ::

Приведи максимально конкретные показатели, укажи условия получения скидок, ограничения, формулы для расчета скидок :: Так же предложи несколько вариантов специальных акций на конкретные продукты.

48. Создаем программу привилегий

Ты – руководитель отдела клиентской лояльности компании [характеристика компании] с большим опытом :: Основная деятельность компании [кратко характеризуем основные направления] :: Ценовой сегмент компании: [выбираем один из вариантов: эконом, средний, премиум] :: Твоя задача – разработать программу привилегий для постоянных клиентов компании :: Подробно опиши все уровни программы – ключевые привилегии, которые дает каждый уровень, требования для получения данного уровня, сроки действия, условия и ограничения :: Будь максимально конкретен.

49. Пишем текст о программе лояльности

После того как одна из программ разработана, необходимо донести информацию о ее существовании и ценности до целевой аудитории. Текст будет транслироваться в социальных сетях, на сайте компании, в email-рассылках, а также упоминаться менеджерами отдела продаж и клиентской лояльности. Это непростая задача, поскольку система многосоставная и простое перечисление ее пунктов утомит читателя. Давайте дадим ChatGPT задачу написать текст, который будет максимально приближен к формату онлайн-среды.

Ты – бизнес-копирайтер :: На основе предложенной тобой программы лояльности напиши текст для [характеристика площадки] объемом до 2500 знаков :: Текст должен в понятном и простом формате описывать ключевые возможности, которые дает программа лояльности, описывать основные условия, правила и конкретные показатели, которые входят в программу :: Пиши в стиле лучших мировых практик описания программ лояльности :: Избегай громоздких формулировок, сложной терминологии, будь доброжелателен :: Аудитория текста – как постоянные, так и потенциальные клиенты :: После прочтения текста у читателя должно возникнуть желание присоединиться к программе лояльности.

Промты для бизнеса

46 промтов

Одна из главных проблем российского бизнеса — отсутствие системности. У большинства компаний нет прописанных процессов работы, регламентов, внятного штатного расписания и многих других важных бизнес-документов. Услуги специалистов по систематизации бизнеса, как правило, стоят семизначных сумм, к тому же многое вопросов вызывает компетентность большинства из них.

У вас есть реальная возможность исправить ситуацию и максимально систематизировать собственный бизнес, причем совершенно бесплатно, конечно же, с помощью ChatGPT.

В данном разделе я собрал свои авторские промты для систематизации работы отдела продаж, HR-департамента и ряда других отделов. Они подойдут как для крупного, так и для малого бизнеса.

Автоматизируем работу отдела продаж

Считается, что работа отдела продаж всегда построена на качествах, свойственных именно человеку, — эмпатии, напоре, умении слушать и слышать. Однако ChatGPT поможет снять множество рутинных задач и систематизировать подходы, которые приняты в конкретном отделе продаж.

1. Отрабатываем сценарий общения с покупателем

Ты — [характеристика покупателя, например: «скептично настроенный»] покупатель в [характеристика локации, например: «магазине электроники»] :: Ты хочешь купить [название продукта] и задаешь о нем серию [характеристика тональности, например: «острых, язвительных»] вопросов :: Страй вопросы на основе [основные паттерны покупателя, например: «возможных недостатков» или «надежности изделия»], постарайся озвучить все ключевые возражения :: Отвечай на эти вопросы от лица продавца, который отлично знает все характеристики, является экспертом, дружелюбен и терпелив.

2. Создаем тренажер для продавца (ChatGPT задает вопросы, продавец отвечает)

Этот промт позволяет проверить умение продавца работать со сложными клиентами.

Ты – покупатель [название и краткая характеристика продукта] в [название локации]. Я – продавец. Задай мне 5 каверзных, сложных, провокационных, негативных вопросов относительно продукта. Будь едок, дотошен, негативно настроен, придирчив. Действуй в режиме диалога – задавай вопрос, дожидайся моего ответа, затем задавай следующий.

Для реализации можем выслать менеджеру промт, чтобы он реализовал у себя в ChatGPT (достаточно бесплатной версии или даже чат-бота в ТГ), а затем попросить его прислать ссылку на тред для анализа. Либо посадить его за офисный компьютер с открытым тредом.

Сложный клиент в World Fitness

О, начнем с того, что ваши абонементы как-то непомерно дорогие, не находите? Видел я клубы, где и услуг больше, и ценник приятнее. И да, как насчет гигиены? У вас там каждый тренажер после посетителя дезинфицируют или это как в общественном транспорте – своя санитарная удача?

Вы

Да, у нас системный контроль за чистотой.

Сложный клиент в World Fitness

Системный контроль, говорите? Ну конечно, красиво звучит. А как насчет персонала? Он у вас там вообще компетентный

или так, чтобы галочку поставить? Не то чтобы я сильно верил в эти ваши заявления, но все же интересно, как вы обстоите с профессионалами. И еще, насколько я могу доверять, что мне не придется делить тренажер с кем-то, кто забыл, что такое душ?

3. Создаем скрипт продаж

Для усиления скрипта можно загрузить в ChatGPT файл с описанием продукта либо дать ссылку на сайт с информацией о продукте. В этом случае добавим в промт «Прочитай информацию о [название продукта] в загруженном файле и на ее основе...» и «Собери информацию о [название продукта] на сайте [адрес сайта] и на ее основе...». Оба варианта доступны только в платной версии ChatGPT.

Ты – руководитель отдела продаж :: Подготовь скрипт продажи для менеджера по продажам [название и краткая характеристика компании] :: Задай 10 типичных вопросов относительно продукта [название и характеристика продукта] :: Вопросы должны касаться разных аспектов продукта и носить разный характер (уточняющие, сравнительные, провокационные, с сомнением и другие) :: На каждый вопрос дай ответ менеджера по продажам. В ответах будь дружелюбен, экспертен, информативен, транслируй искреннюю любовь к продукту, избегай манипуляций и общих ответов. Приводи максимум конкретной информации о продукте. Используй разговорный язык, избегай официоза, канцеляризма, литературности. Демонстрируй преимущества продукта, его уникальность, УТП.

4. Создаем список возражений клиента и прорабатываем их отработку

Ты – руководитель отдела продаж :: Напиши 30 типичных возражений клиента при покупке [название продукта] :: Возражения должны касаться разных аспектов продукта, должны исходить от различных категорий клиентов (новичков, постоянных клиентов, клиентов конкурентов, опытных клиентов, клиентов-экспертов и других) :: На каждое возражение дай ответ менеджера по продажам. В ответах будь дружелюбен, экспертен, информативен, транслируй искреннюю любовь к продукту, избегай манипуляций и общих ответов. Приводи максимум конкретной информации о продукте. Используй разговорный язык, избегай официоза, канцеляризма, литературности. Демонстрируй преимущества продукта, его уникальность, УТП.

5. Получаем обратную связь по конкретному разговору продавца

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Прослушивание и анализ разговоров конкретных продавцов – важная часть работы руководителя отдела продаж (РОПа). Давайте зададим критерии, по которым оценивается эта работа, и передадим их ChatGPT.

Для этого нам понадобится транскрибировать записи нужных разговоров в текст и загрузить получившиеся тексты (пронумеровав их) в ChatGPT. Существует множество сервисов транскрибации, в частности teamlogs.ru и Speechtotext.ru.

Ты – руководитель отдела продаж компании [название и характеристика компании] :: В загруженном файле – подборка разговоров менеджера отдела продаж [имя] :: Проанализируй каждый

из разговоров и оцени их по следующим критериям: уважительность общения, полнота и корректность донесения информации о продукте, качество проработки возражений (если они были), знание продукта, подстройка под клиента, уровень экспертизы продавца, незаученность ответов, отсутствие агрессивности, отсутствие токсичности, отсутствие давления на клиента, плавность перехода к закрытию сделки, присутствие всех основных стадий продажи [при необходимости можно скорректировать или изменить набор требований] :: Оцени каждый разговор по 10-балльной шкале, где 10 – эталонный разговор с учетом всех перечисленных критериев, 1 – разговор, который вызывает возмущение и отторжение клиента :: По каждому разговору дай краткое резюме – что было сделано правильно, что можно улучшить и были ли критичные ошибки :: Также дай общее резюме качества всех разговоров, выдели сильные и слабые стороны продавца.

Разговор между менеджером по продажам Анастасией и потенциальной клиенткой Надеждой, касался курса в школе Дамира Халилова

Уважительность общения: 9/10

Анастасия вежливо общается с Надеждой, использует ее имя для создания личной связи, показывает интерес к ее потребностям и ситуации.

Полнота и корректность информации о продукте: 8/10

Анастасия детально описывает курс, включая его структуру, возможности после обучения и даже конкретные цифры заработка, которые можно ожидать.

Качество проработки возражений: 8/10

Анастасия пытается понять проблемы и сомнения Надежды, но местами кажется, что она слишком сосредоточена на продаже, а не на решении проблем клиента.

Знание продукта: 10/10

Очевидно, что Анастасия хорошо знает предлагаемый продукт, его особенности и преимущества.

Подстройка под клиента: 7/10

Менеджер старается адаптироваться под интересы клиента, однако моментами кажется, что она больше говорит, чем слушает.

Уровень экспертизы продавца: 9/10

Анастасия демонстрирует высокий уровень экспертизы, обосновывая преимущества курса и возможности после его окончания.

Незаученность ответов: 7/10

Ответы Анастасии кажутся немного заученными, но она пытается держать разговор непринужденным.

Отсутствие агрессивности: 8/10

Анастасия не проявляет агрессивности, но иногда кажется слишком настойчивой в попытке продать курс.

Отсутствие токсичности: 10/10

Поскольку ChatGPT проставит балл каждому разговору, РОП может выбрать все с оценкой ниже 6 баллов и проанализировать, что в них было не так.

6. Готовимся к переговорам

Ты – тренер по гарвардской системе переговоров :: Я – твой клиент, [характеристика деятельности, например: «владелец маркетингового агентства “Кольцо Власти”»] :: Мне предстоят сложные ценовые переговоры с [характеристика оппонента в переговорах, например: «владельцем строительной компании “Выше гор”»] :: Суть: [характеристика предмета переговоров, например: «я предлагаю разработку Customer Journey Map для 5 Buyer Persona за \$12 500. Владелец “Выше гор” считает, что это завышенная цена, и в качестве аргумента приводит цены фрилансеров без опыта»] :: Задай мне ряд вопросов для уточнения информации и сформируй для меня оптимальную стратегию переговоров, конкретные переговорные рычаги и ключи к решению win-win :: Общайся со мной в формате диалога – задавай вопрос, дожидайся ответа и только после этого задавай следующий.

Автоматизируем HR-задачи

Здесь также есть большой простор для автоматизации задач HR-директора, HR-специалиста и рекрутера с помощью ChatGPT. Привожу подборку актуальных промтов.

7. Готовим вопросы для собеседования

Ты – HR-специалист :: Твоя задача – подготовить 20 вопросов для собеседования с претендентом на должность [название должности] :: Продолжительность собеседования – 1 час :: С помощью вопросов необходимо узнать, насколько опыт, знания, навыки, психологические особенности кандидата подходят для данной должности :: Ключевые требования к кандидату: [перечисление требований] :: К каждому вопросу дай пояснение – что именно можно узнать из ответа на данный вопрос*.

* При работе в режиме диалога ChatGPT должен давать вопросы не списком, а задавать их поочередно. Иногда он игнорирует промт, касающийся диалога, и пытается дать вопросы списком. В этом случае нужно остановить генерацию (нажав кнопку «Стоп» в правом углу поля запроса) и повторить: «Задавай вопросы в формате диалога – задавай вопрос, жди мой ответ, задавай следующий».

8. Проводим собеседование

Ты – HR-менеджер компании [название и характеристика компании] :: Я – претендент на должность [название должности] :: Проведи со мной собеседование, чтобы выяснить мой профессиональный уровень и готовность работать на данной должности :: Проведи собеседование в формате интервью – задавай вопрос, жди мой ответ, задавай следующий :: Ключевые требования к кандидату [перечисление требований, например: опыт работы, напористость, умение ставить план и достигать его, умение руководить командой, ответственность, нацеленность на результат] :: По итогу сформируй отчет о претенденте для работодателя и выводы о перспективности или неперспективности сотрудника :: В процессе задавай вопросы, а также предлагай для решения кейсы.

ChatGPT

Расскажите, пожалуйста, о конкретной ситуации, когда вам пришлось работать в условиях жесткого дедлайна или под давлением? Как вы справились и что при этом помогло вам достичь поставленной цели?

Вы

Однажды за сутки мы получили 700 заявок. Я сразу же сформировал новый мобильный отдел продаж, и мы смогли закрыть все заявки за 2 дня. Мне помогла моя высокая адаптивность.

ChatGPT

Благодарю за ответ. Это показывает вашу готовность к решению сложных задач. Каким образом вы ставите цели для своей команды и как следите за их выполнением?

Вы

По системе SMART.

ChatGPT

Спасибо, система SMART – отличный подход для постановки и контроля целей. Расскажите, пожалуйста, об опыте управления командой. Каким образом вы поддерживаете мотивацию своих подчиненных и решаете конфликтные ситуации в коллективе?

9. Разрабатываем систему мотивации

Сформируй готовую систему мотивации для [название должности]: заработка, бонусы, премии :: Приведи конкретные цифры, исходя из реалий рынка.

10. Создаем штатное расписание

Ты – HR-специалист компании [название компании] :: Компания занимается [краткая характеристика деятельности компании] :: Создай штатное расписание компании на 10 человек, ориентируясь на то, чтобы эти сотрудники закрывали все основные задачи в компании :: Пропиши для каждого сотрудника его зону ответственности и краткий перечень задач.

Штатное расписание для агентства **NEUROBUSINESS SOLUTIONS**

1. Директор агентства (CEO)

Ответственность: Руководство всеми операциями агентства, разработка стратегического плана и бюджета, контакты с ключевыми клиентами.

2. Технический директор (СТО)

Ответственность: Направление всех технологических инициатив, управление командой разработки, контроль качества решений по AI и ML.

3. Директор по продажам

Ответственность: Разработка и реализация стратегии продаж, управление командой продаж, создание и поддержание отношений с клиентами.

4. Менеджеры по продажам (3 человека)

Ответственность: Прямые продажи услуг компании, взаимодействие с клиентами, заключение договоров.

5. Маркетолог

Ответственность: Разработка и реализация маркетинговой стратегии, управление рекламными кампаниями, создание контента для социальных сетей.

6. HR-менеджер

Ответственность: Найм и увольнение сотрудников, разработка политики по персоналу, организация корпоративных мероприятий.

7. Специалисты по AI/ML (5 человек)

Ответственность: Разработка и внедрение решений на основе AI и ML, обеспечение технической поддержки клиентам.

11. Составляем список необходимых навыков специалиста

Ты – HR-директор :: Твоя задача – детализировать список навыков специалиста [наименование должности] для компании [название и характеристика компании] :: Основные задачи: [перечень задач специалиста] :: Составь перечень из 20 навыков, наличие которых позволит полностью закрыть указанные задачи :: Ориентируйся на реалии рынка, лучшие российские практики, примеры существующих вакансий от топовых российских компаний.

12. Пишем вакансию

Ты – HR-специалист компании [название компании] :: Компания занимается [краткая характеристика деятельности компании] :: Сейчас актуален поиск сотрудника на позицию [название должности] :: Основные задачи, которые будет решать сотрудник: [перечень задач] :: Основные требования к сотруднику: [перечень навыков, знаний, профессиональных и личных качеств, характеристика необходимого опыта] :: Условия работы: [мотивация и другие условия] :: Будь максимально структурен, подготовь вакансию на основе общепринятой формы.

13. Прописываем процессы компании

Ты – специалист по бизнес-процессам :: Пропиши основные процессы отдела [название отдела] :: Основные задачи отдела: [перечень задач], прописывай процессы, основываясь на этих задачах ::

Список должен быть максимально подробным, исчерпывающим – проследи, чтобы каждая задача была полностью покрыта списком процессов :: Каждому процессу присвой ответственное лицо :: Приведи результат в виде списка из не менее 100 процессов, разбитых по блокам.

14. Разрабатываем регламент для сотрудника

Ты – специалист по HR :: Пропиши для [название должности] подробный регламент работы :: Основные задачи сотрудника: [перечень задач] :: Пропиши должностные инструкции, зону ответственности, ключевые процессы, режим работы, взаимодействие с другими сотрудниками и отделами :: Будь максимально подробен, регламент должен исчерпывающе описывать работу сотрудника.

15. Создаем шаблон отчетности

Ты – руководитель отдела [название отдела] :: Подготовь для [название должности] шаблон отчета :: Основные задачи сотрудника: [перечень задач] :: Отчет должен включать выполнение конкретных метрик, основные достижения сотрудника за период, перечень использованных ресурсов (финансовых, хозяйственных, интеллектуальных, трудовых), план на следующий месяц и потребности в ресурсах.

Отчет специалиста по AI/ML

1. Общая информация

Дата отчета: _____

Специалист: _____

Период отчета: _____

2. Работа над проектами

Название проекта: _____

Клиент: _____

Период работы над проектом: _____

Описание задачи проекта: _____

Использованные подходы и технологии AI/ML: _____

Достигнутые результаты

и метрики эффективности моделей: _____

Проблемы и вызовы, возникшие в процессе работы: _____

Меры, принятые для решения проблем: _____

Повторить для каждого проекта

3. Техническая поддержка и мониторинг

Описание обеспеченной поддержки и выполненного мониторинга для каждого проекта: _____

Проблемы, выявленные
в процессе мониторинга и поддержки: _____

Меры, принятые для решения проблем: _____

Также приведу бонусный промт на случай, если вы — кандидат на собеседование и хотите «отрепетировать» будущее собеседование.

16. Готовимся к собеседованию

Ты — HR-специалист :: Я претендент на позицию [название позиции] :: Задай мне 10 вопросов и на их основе сделай выводы о моей профессиональной компетенции и возможности занимать данную должность в крупной компании :: Дай мне рекомендации, какие навыки мне стоит усилить для получения данной работы :: Построй общение в формате собеседования :: Задавай вопрос, жди ответ, задавай следующий.

Создаем новый бизнес

Процесс создания нового бизнеса крайне сложный и многосоставный. Можно разделить его на три части:

1. Сбор информации (аудитория, востребованность, конкуренция).
2. Создание идеи (ниша, идея бизнеса, название, основной продукт).
3. Детализация идеи (бизнес-план, маркетинговая стратегия, штатное расписание).

Как и всегда, ChatGPT может помочь нам с каждой из этих задач, причем (при использовании правильных промпов) на уровне лучших (и дорогих) специалистов. Рекомендую вести всю работу над новым бизнесом в одном тренде, таким образом вы сможете ссылаться на предыдущие генерации и задействовать идеи, которые были предложены ранее.

17. Собираем информацию о потребностях рынка

Ты – специалист по Customer Development :: Я – молодой предприниматель, планирующий запустить новый бизнес в сфере [описание сферы, например: «AI-агентство»] :: Целевая аудитория: [описание аудитории, например: «собственники и руководители малого и среднего бизнеса, директора по маркетингу»] :: Проведи исследование их задач и проблем и выдели по 10 наиболее острых задач и проблем этой аудитории, которые связаны с [название области деятельности].

18. Создаем 10 идей нового бизнеса/продукта

Ты – специалист по созданию новых бизнесов [или продуктов] :: На основе проведенного тобой анализа предложи 15 идей для нового бизнеса [или продукта] в сфере [описание сферы], которые позволяют решить описанные тобой задачи и проблемы :: Будь оригинален.

19. Проверяем идеи на жизнеспособность

Ты – бизнес-аналитик :: Проанализируй перспективность каждой из предложенных тобой идей по следующим критериям: перспективность, уровень конкуренции в нише, потенциальная прибыльность, сложность в реализации :: Будь максимально объективен и не предвзят :: Опиши сильные и слабые стороны каждой идеи :: Поставь каждой идее суммарный балл по указанным критериям от 1 до 10, где 1 – «откажитесь от идеи», 10 – «немедленно внедряйте».

20. Позиционируем новый бизнес

Ты – специалист по дифференциации бизнеса :: На основе предложенной тобой идеи №[номер и название понравившейся идеи из предыдущей генерации] создай позиционирование нового бизнеса [или продукта], которое будет включать описание основной идеи, описание деятельности, нишу на рынке, 5 сегментов целевой аудитории, дифференциацию от конкурентов :: Будь максимально структурен.

Создаем бизнес-план

Здесь нам понадобится особенный формат последовательных промтov. В первой генерации мы получим фактически саммари бизнес-плана — его сжатую модель. После этого мы даем необходимые правки, например: «добавь еще одно продуктовое направление...» Затем последовательно даем промты на детализацию каждого блока бизнес-плана.

21. Создаем основу для бизнес-плана

Ты – специалист по бизнес-планированию :: На основе предложенной тобой идеи №[номер и название понравившейся идеи], а также на основе последующих генераций разработай бизнес-план для первого года существования бизнеса :: Используй классические формулы формирования бизнес-планов для ниши [характеристика ниши] :: Бизнес-план должен включать в себя: информацию о компании, анализ рынка и ниши, описание продукта и бизнес-модели, производственный план, организационное устройство предприятия, маркетинговую стратегию, стратегию продаж, финансовый план, оценку рисков :: Будь максимально конкретен, структурен, используй лучшие примеры бизнес-планов для схожей ниши :: Приводи максимум конкретики – цифры, ключевые показатели, конкретные должности, ответственные лица.

22. Детализируем каждый элемент бизнес-плана

Максимально детализируй пункт [название пункта из подготовленного бизнес-плана, например: «Стратегия продаж»] из предложенного тобой бизнес-плана :: Укажи максимум конкретики :: Пиши максимально подробно, не ограничивая объем :: Учитывай, что твой ответ будет включен в общий бизнес-план, соответственно, учитывай все, что было предложено в других пунктах, соблюдай общую структуру, стилистику, задачи и предпосылки.

23. Создаем линейку продуктов

Ты – продуктовый менеджер компании [название и характеристика компании] :: Продумай линейку продуктов для компании :: Продукты должны разделяться по цене (высокочековые, среднечековые, низкочековые, бесплатные) и по сегментам аудитории [список сегментов аудитории] :: Продуктовая линейка должна состоять из [количество продуктов] пунктов :: При составлении линейки ориентируйся на реалии рынка, спрос аудитории, типичные задачи и проблемы представителей сегментов аудитории :: Прострой взаимосвязи между продуктами – какой продукт является точкой входа, что является апселлом и даунселлом :: Детализируй информацию о каждом продукте.

Добавлю, что категоризация продуктов может быть иной – например, по географии, по задачам аудитории, по типам производства. Если у вас другой подход к составлению продуктовой линейки, просто замените на него соответствующий пункт с перечислением категорий.

Также для нового бизнеса понадобятся:

- Маркетинговая стратегия (более расширенная версия, нежели в бизнес-плане).
- Маркетинговый план.
- Штатное расписание.
- Контент-план.
- Прописанные бизнес-процессы.
- Регламенты для сотрудников.
- Исследование аудитории.

Промты для создания всех этих документов прописаны в других разделах книги.

Масштабируем бизнес

Иногда компании нужны встряска, новые амбициозные цели, стратегический рывок. Именно масштабирование бизнеса и обновление стратегии позволяют выйти «из оцепенения», стагнации и перейти на новый уровень. Вы удивитесь, но и здесь нам поможет ChatGPT.

24. Создаем стратегию масштабирования бизнеса

Ты – специалист по масштабированию бизнеса :: Твоя задача – предложить три варианта масштабирования бизнеса для компании [характеристика компании и ее деятельности] :: Текущая ситуация компании: [описание текущей ситуации, например: «Компания занимает средние позиции на высококонкурентном рынке розничной торговли предметами интерьера. Основные каналы сбыта: 12 собственных магазинов в трех городах России, онлайн-магазин, прямая работа с дизайнерами интерьеров, активные продажи по базе. Текущие методы продвижения: наружная реклама, таргетированная реклама в VK, Email- и WhatsApp-рассылка с новинками и акциями по клиентам компании, активные продажи по базе отдела продаж. Ассортимент включает 2500 позиций, постоянно обновляется»] :: Предложи варианты масштабирования на основе наиболее эффективных подходов к масштабированию бизнеса розничной сети :: Будь максимально структурен, конкретен, детализируй каждый вариант :: Опиши преимущества, недостатки и необходимые ресурсы для каждого варианта.

После того как мы получим результат, необходимо дать задачу детализировать заинтересовавший вариант. Если понравились несколько вариантов, детализируем каждый отдельным промтом. Если все варианты очевидны, даем промт:

Предложи еще три варианта :: Будь оригинальнее, избегай очевидных решений, используй все возможные рычаги для роста.

25. Детализируем стратегию масштабирования

На основе предложенного тобой варианта № [номер и название варианта] разработай подробную стратегию для масштабирования :: Стратегия должна включать в себя: детализацию конкретных шагов, детализацию профита, который получит компания, трудовых и финансовых ресурсов, которые понадобятся, метрик, по которым будет отслеживаться эффективность, сроки реализации, возможные сложности, с которыми придется столкнуться :: Будь максимально структурен и конкретен, указывай цифры, инструменты, ключевые показатели эффективности.

26–27. Проводим стратегическую сессию с командой

Стратегическая сессия — это не только важный способ построения стратегии команды, но и отличная возможность синхронизироваться всей команде. Часто для ее проведения привлекается внешний фасилитатор, основная часть участия которого заключается в разработке плана, детализации задач и других подготовительных работ. Все это мы можем создать с помощью ChatGPT.

Ты – профессиональный фасилитатор :: Твоя задача – подготовить план стратегической сессии для компании [название и характеристика компании] :: Задачи стратегической сессии: [перечисление задач, например: «продумать стратегию дальнейшего развития компании», «обновить продуктовую линейку», «усилить отдел продаж», «придумать идею рекламной кампании】 :: Продолжительность стратегической сессии: [количество дней/часов] :: В стратегической сессии примут участие: [перечень участников, например: «собственники компании, инвесторы, руководители, руководители отделов, сотрудники отдела маркетинга, привлеченный внешний эксперт по маркетинговым исследованиям, трое лояльных клиентов】 :: План стратегической сессии должен включать в себя: сценарий стратегической сессии, план и тайминг, детализацию задач стратегической сессии до конкретных вопросов на обсуждение, вопросы к каждому участнику, необходимые данные, алгоритм сбора необходимых данных, идеальный результат стратегической сессии по каждой задаче, критерии оценки решений, план для ведущего стратегической сессии, алгоритм вовлечения участников, структуру итогового документа :: Будь максимально структурен, последователен, избегай общих решений, адаптируй план к реалиям конкретной компании :: При необходимости задай мне вопросы для получения нужной информации – задавай вопросы в формате интервью, задаешь вопрос, ожидаешь моего ответа, задаешь следующий.

Далее детализируем каждый элемент с помощью промта «*Детализируй предложенный тобой пункт о ...*».

Вообще, ChatGPT способен провести и саму стратегическую сессию, однако здесь участникам может быть непривычен и сложен формат «общения с машиной», и это скажется на их вовлеченности. При этом вы можете провести усеченную стратегическую сессию тет-а-тет с ChatGPT, чтобы как минимум детализировать и структурировать собственное видение решения стратегических вопросов.

Ты – профессиональный фасилитатор :: Я – собственник компании :: Проведи для меня стратегическую сессию по предложенному тобой плану :: Предлагай темы для обдумывания, задавай вопросы, которые необходимы для решения поставленных задач :: Оценивай предложенные мною ответы, старайся привести меня к идеальному решению по следующим критериям: четкое соответствие решения поставленной задаче, понятность, измеримость, достижимость, оптимальность по затратам ресурсов :: По результатам сформируй итоговый отчет стратегической сессии, зафиксируй все принятые решения :: Будь максимально структурен, конкретен, ориентируйся на специфику нашей ниши.

Создаем и укрепляем корпоративную культуру

У кого-то может возникнуть возражение: «Разве ChatGPT может “изобрести” корпоративную культуру компании? Она должна “прорости” из существующих реалий компании, структуры, ценностей собственника, руководителей и сотрудников. Иначе она будет чужеродной и не приживется в компании».

Очень резонное возражение, но! Мы ни в коем случае не будем пытаться отдать «изобретение» корпоративной культуры на откуп ChatGPT. Я намеренно задаю именно диалоговый промт — ChatGPT задаст вопросы собственнику, выяснит у него всю специфику, ценности, цели и прочее и затем приведет их к формату концепции, предложив свои решения, опять-таки на основе ответов собственника.

28. Создаем концепцию корпоративной культуры

Ты — специалист по корпоративной культуре :: Твоя задача — сформулировать концепцию корпоративной культуры для компании [название и характеристика компании] :: Задай мне 15 вопросов, которые помогут тебе решить эту задачу :: Задавай вопросы в формате интервью: задаешь вопрос, ожидаешься ответа, задаешь следующий :: Не задавай вопросы списком :: По итогам разработай

концепцию корпоративной культуры компании и дай к ней пояснения :: При формулировании миссии руководствуйся лучшими мировыми практиками корпоративной культуры компаний в сфере [характеристика сферы] :: Концепция должна содержать в себе следующие элементы: философия компании, общие цели компании, ключевые ценности, правила поведения сотрудников, организационный климат.

29. Формулируем миссию компании

Ты – специалист по созданию миссии компании :: Твоя задача – сформулировать миссию для компании [название и характеристика компании] :: Задай мне 10 вопросов, которые помогут тебе решить эту задачу :: Задавай вопросы в формате интервью: задаешь вопрос, дожидаешься ответа, задаешь следующий :: Не задавай вопросы списком :: По итогам сформулируй миссию компании и дай к ней пояснения :: При формулировании миссии руководствуйся лучшими мировыми практиками миссий компаний в сфере [характеристика сферы] :: Миссия должна быть искренней, понятной, уникальной, отражающей специфику именно этой компании и специфику ценностей основателя, реалистичной, мотивирующей сотрудников к конкретным действиям, пересекающейся с ценностями аудитории.

Поскольку миссия – крайне важный элемент корпоративной идентичности, вы можете попросить ChatGPT подготовить несколько вариантов, для этого после его ответа введите следующий промт:

На основе моих ответов подготовь еще одну версию миссии компании, которая будет по смыслу отличаться от предыдущей.

30. Готовим концепцию корпоративного праздника

Ты – специалист по корпоративным праздникам :: Придумай 10 вариантов концепции корпоративного праздника для компании [название и характеристика компании] :: Праздник посвящен [повод для праздника, например: «день рождения компании», «перевыполнение годового плана», «8 Марта – Женский день»] :: Количество участников праздника: [количество участников] :: Состав участников: [описание состава участников, например: «все сотрудники компании», «все сотрудники компании с семьями», «все сотрудники компании и ключевые клиенты», «топ-менеджмент компании», «победители конкурса на лучшего менеджера отдела поддержки», «сотрудники отдела продаж】 :: Задачи праздника: [перечисление задач праздника, например: «сплочение коллектива, поощрение конкретных сотрудников, закрепление корпоративной культуры】 :: Избегай банальных и слишком распространенных идей (например, «вечеринка в стиле “Великого Гэтсби”), будь оригинален :: Приведи креативные названия концепций и краткое описание сути.

31–33. Детализируем план корпоративного праздника

Ты – специалист по корпоративным праздникам :: Разработай подробный план корпоративного праздника по предложенной тобой идеи №[номер и название идеи] :: План должен включать: детализацию идеи, сценарий с таймингом, дресс-код, активности, анимацию, ведущего, декорации, место проведения, меню, подарки участникам (брэндированные) и другие важные детали :: Бюджет праздника [размер бюджета в любой валюте] :: Все элементы должны быть привязаны к общей концепции праздника, также все решения

должны быть в рамках бюджета :: Будь оригинален, избегай очевидных, слишком распространенных решений :: Пожелания [перечисление пожеланий, например: «должно быть максимально весело», «должны быть тематические костюмы», «нужно акцентировать внимание на наших женщинах», «каждый сотрудник должен быть вовлечен в активности», «стол должен быть фуршетным»] :: Следи за тем, чтобы план праздника учитывал поставленные в предыдущем промте задачи.

После этого мы можем еще детализировать каждый элемент предложенного плана до ТЗ конкретному исполнителю. Например:

Ты – шеф-повар, специализирующийся на корпоративном кейтеринге :: На основе предложенного тобой в предыдущем промте меню выполнни следующие задачи:

1. Максимально детализируй меню.
2. Составь подробное ТЗ по закупке продуктов (ориентируйся на количество участников и рецептуру блюд).
3. Дай подробную инструкцию по каждому блюду – что нужно учесть, каких ошибок и проблем избежать, характеристика идеального результата.

Ты – специалист по корпоративным праздникам :: Напиши подробное ТЗ для ведущего описанного тобой мероприятия :: Составь рекомендации на основе поставленных задач и подготовленного тобой плана мероприятия :: Инструкция должна включать: дресс-код, кодекс поведения, характеристики атмосферы, которую необходимо создать, запретные темы и другие важные детали.

34. Создаем мудборды для корпоративного праздника

Ты – профессиональный иллюстратор :: Нарисуй серию мудбордов по каждому элементу подготовленного тобой плана :: Твоя задача – дать референсы для работы над каждым элементом соответствующим специалистам.

35. Готовим официальное мероприятие

Ты – организатор корпоративных ивентов высокого уровня :: Твоя задача – спланировать [характеристика мероприятия, например: «презентацию нового продукта», «собрание топ-менеджеров компании», «открытие нового филиала»] для компании [название и характеристика компании] :: Состав участников: [характеристика состава и количества участников] :: Проработай подробный план: место проведения,дресс-код,тайминг,сценарий мероприятия, ТЗ для ведущего, меню фуршета, раздаточные материалы и другие важные детали :: Бюджет мероприятия: [размер бюджета] :: Задачи мероприятия: [характеристика задач] :: Общая атмосфера мероприятия: [характеристика атмосферы, например: «официальная», «неформальная», «торжественная»] :: Продумай все важные детали, будь оригиналён, следи за тем, чтобы все элементы соответствовали поставленным задачам.

Далее, так же как и в случае с корпоративным мероприятием, можем детализировать все элементы до ТЗ конкретным исполнителям.

36. Готовим концепцию тимбилдинга

Ты – специалист по тимбилдингу :: Предложи 10 идей для выездного тимбилдинга компании [название и характеристика компании] :: Задачи: [характеристика задач, например: «укрепление командного духа», «донесение ценностей, лежащих в основе корпоративной культуры», «поощрение лучших сотрудников», «получение опыта совместного решения сложных задач и проблем», «совместный экстремальный опыт»] :: Состав участников: [характеристика количества и состава участников] :: Место проведения: Россия [при необходимости можно изменить или конкретизировать по региону] :: Все идеи должны быть направлены на командную работу в процессе :: Продолжительность мероприятия: [количество дней или часов] :: Бюджет мероприятия: [размер бюджета] :: Избегай банальных, очевидных, слишком распространенных идей (например, «совместный отдых на пляже»), будь оригинален :: Предоставь результат в виде: креативное название концепции тимбилдинга, краткое описание, 3 уникальные особенности этой концепции.

37. Детализируем тимбилдинг

Ты – специалист по тимбилдингу :: На основе предложенной тобой идеи №(номер и название идеи) проработай подробный план проведения тимбилдинга :: План должен содержать: детализацию концепции; календарный план и тайминг основных активностей; организационные моменты: проживание, питание, логистика; необходимые ресурсы – финансовые, материальные, человеческие; требования к ведущему тимбилдинга; основные навыки, которые усилият сотрудники; описание правил активностей; призы победителям и поощрительные памятные призы участникам и другие детали ::

Ключевые правила, которые необходимо учитывать при разработке плана тимбилдинга: безопасность всех участников и организаторов, недопустимость межличностной токсичности, работа в команде, возможность каждому применить свои лучшие качества для успеха своей команды, невозможность «отсидеться» — все сотрудники должны быть включены в общую динамику, задания должны быть доступны участникам с любым уровнем физической подготовки, не должно быть отсева по навыкам (например, знание иностранных языков или умение играть на музыкальных инструментах), в процессе выполнения заданий участники должны обучиться новым навыкам :: План должен быть максимально детальным, направленным на решение поставленных в предыдущем промте задач тимбилдинга, а также укладываться в указанный бюджет.

Концепция «Бухгалтерский биатлон»

Цель

Укрепление командного духа среди сотрудников «На счетчике» через уникальное сочетание физических и интеллектуальных вызовов, основанных на тематике бухгалтерии и выживания.

Календарный план и тайминг

День 1:

08:00 – Сбор участников, трансфер к месту проведения.

10:00 – Инструктаж, разделение на команды.

11:00 – Старт первой части биатлона (лыжные гонки).

13:00 – Обед.

14:00 – Вторая часть биатлона (решение бухгалтерских задач на местности).

18:00 – Ужин и обсуждение дня.

День 2:

09:00 – Завтрак.

10:00 – Командные стратегические игры на свежем воздухе.

12:00 – Обучающий семинар по командной работе
и лидерству.

14:00 – Обед.

15:00 – Финальное соревнование и подведение итогов.

17:00 – Церемония награждения и закрытие.

19:00 – Трансфер обратно в город.

Организационные моменты

Проживание: Организация проживания в комфортабельном лагере или гостинице в окрестностях Гомеля.

Питание: Полное питание (завтрак, обед, ужин) с балансом белков, жиров и углеводов для поддержания энергии участников.

Логистика: Трансфер из Минска до места проведения и обратно, а также транспортировка всего необходимого оборудования.

Необходимые ресурсы

Финансовые: Оплата транспорта, проживания, питания, аренды оборудования, призов.

Далее так же, как и в случае с корпоративным мероприятием, можем детализировать все элементы до ТЗ конкретным исполнителям.

38. Готовим речь руководителя

Ты – профессиональный спичрайтер :: Напиши сильную, оригинальную речь руководителя на [название мероприятия, например: «квартальном собрании сотрудников компании» или «презентации новой системы мотивации для сотрудников»] :: Основная тема выступления [описание темы выступления] :: Аудитория слушателей: [описание и размер аудитории] :: Ключевые темы, которые должны быть затронуты: [перечисление тем, например: «итоги года», «планы на следующий год», «характеристика заслуг конкретных сотрудников», «продуктовые планы»] :: Продолжительность выступления [предполагаемое время выступления] :: Речь должна быть: [характеристики тональности, например: «теплой, дружелюбной, неофициальной, мотивирующей, зажигательной»] :: Избегай формальности, официоза, канцелярита, клише, шаблонных выражений, тавтологий, письменного языка, при этом не переходи на вульгарный, панибрэтский стиль, избегай жаргонизмов :: У слушателей должно оаться ощущение, что руководитель относится к ним с большим уважением и теплом, видит и понимает их роль в общем деле.

39. Формируем корпоративную библиотеку

Ты – специалист по корпоративному обучению :: Для компании [характеристика компании] подготовь список из 30 бизнес-книг, которые станут основой для корпоративной библиотеки :: Ключевые навыки, которые необходимо усилить: [характеристика навыков, например: «переговоры, презентации, маркетинг в социальных сетях, лидерство»] :: Включай в список только общепризнанные книги, написанные специалистами в своем деле :: Сделай подборку

разнообразной – по темам, географии авторов, уровню сложности :: По каждой книге напиши аргументацию, почему эта книга будет ценной для сотрудников.

B2B-продавец издательства «Альпина»

На основе ваших ответов я подберу книги, которые помогут развить культуру здорового питания, экологичный подход к бизнесу и клиентский сервис в вашей компании «Вкусвилл». Вот подборка книг, которая отвечает вашим потребностям:

1.

«Здоровое питание каждый день» – эта книга даст подробное понимание о том, как можно интегрировать принципы здорового питания в повседневную жизнь, что поддержит вашу корпоративную культуру здоровья. Ссылка на книгу

2.

«Экология: Как спасти планету» – предоставит сотрудникам знания об экологически устойчивых практиках, которые можно внедрить в бизнес-процессы вашей компании. Ссылка на книгу

3.

«Клиенты на всю жизнь» – научит тонкостям построения долгосрочных отношений с клиентами, что укрепит вашу культуру клиентского сервиса. Ссылка на книгу

4.

«Экономика благосостояния» – поможет понять, как экономические решения компаний могут способствовать улучшению общественного благополучия и экологической устойчивости. Ссылка на книгу

40. Формируем корпоративную библиотеку саммари книг

Ты – специалист по созданию саммари книг :: Создай саммари книги №[номер и название книги; если вы хотите создать саммари книги не из этого списка – введите ее название и автора] :: Саммари должно быть построено в следующем формате. Первый блок: задачи, которые помогает решать книга, ее актуальность, короткая информация об авторе. Второй блок (основной и наиболее объемный): список и краткое объяснение ключевых идей, техник и методик, изложенных в книге. Третий блок: 5 шагов для внедрения идей из книги :: Саммари должно быть не менее 10 000 знаков :: Проследи, чтобы саммари передавало основной контент книги, все темы должны быть сжато изложены.

Используем креативные техники для развития компаний

Как я уже говорил, ChatGPT — потрясающий энциклопедист. И, помимо прочего, он эталонно умеет работать с ключевыми креативными техниками, такими как ТРИЗ, латеральное мышление де Бено, дизайн-мышление, брейншторминг. С помощью приведенных ниже промтov вы сможете создавать оригинальные творческие идеи новых продуктов, контента, способов продвижения и многое другое.

41. Создаем новый продукт с помощью техники ТРИЗ

ТРИЗ (теория решения изобретательских задач) — методика для генерации новых идей, созданная нашим великим соотечественником Генрихом Альтшуллером. Она включает в себя огромное количество техник, которые позволяют «изобретать» все, что угодно, — от конструкций разводных мостов до идей Reels. И главное, ChatGPT умеет виртуозно работать со всеми этими техниками.

Ты — специалист по изобретательскому мышлению :: Используя техники ТРИЗ, придумай идею нового [описание продукта и требований, например: «функциональной бутылки для воды для бегунов.

Новая бутылка должна быть необычной по форме, должна не загружать руки бегуна, должна обладать дополнительными функциями, важными для бегуна, возможна интеграция в бутылку электронных гаджетов»] :: Предлагай реалистичные идеи, старайся без надобности не удорожать разработку продукта :: Называй техники ТРИЗ, которые используешь.

ТРИЗ, или Теория Решения Изобретательских Задач, является мощным инструментом для решения проблем и изобретения новых продуктов. Основные принципы ТРИЗ включают идентификацию и устранение противоречий, использование ресурсов и переосмысление задачи.

Наша проблема: создать новую креативную форму клавиатуры для ноутбука.

Шаг 1: Определение противоречий

Текущая форма клавиатуры имеет несколько ограничений. Во-первых, она занимает значительное место на ноутбуке, что ограничивает его портативность. Во-вторых, она не всегда удобна для разных типов пользователей: для людей с большими или маленькими руками, для тех, кто предпочитает типографские шрифты, и т. д.

Шаг 2: Использование приемов ТРИЗ

Согласно ТРИЗ, можно использовать различные приемы для решения этих противоречий. В данном случае мы можем использовать приемы «Сегментация», «Тактильное общение» и «Флексибильные оболочки и тонкие пленки».

Идея 1: Сегментированная клавиатура

Создайте клавиатуру, которая разделяется на несколько сегментов, каждый из которых может быть настроен под конкретного

пользователя. Сегменты могут быть разного размера и формы, что позволит удовлетворить потребности людей с разными размерами рук и предпочтениями.

42. Проводим брейншторм с Легендами

На первый взгляд этот промт и техника в его основе могут показаться вам игрой и ребячеством — «Ну вот еще, Александр Македонский с Квентином Тарантино будут придумывать мне идеи». На самом деле это крайне продуктивная креативная техника, которая позволяет, во-первых, посмотреть на проблему с разных сторон, во-вторых, использовать наследие известных людей, их экспертизу и опыт для создания действительно интересных и необычных идей. Помните, что у ChatGPT есть огромная база данных из работ, фактов биографии, анализа личности и деятельности практически любого известного деятеля. Тем самым мы зададим важный контекст для генерации идей.

Ты – креативный директор :: Проведи брейншторм по поиску идей для [описание задачи, например: для «Reels и постов компании “Чистюля”, которая занимается химчисткой мебели»] :: В брейнштурме принимают участие [перечень знаменитых людей, чья экспертиза кажется вам интересной, старайтесь взять кардинально разных персонажей, например: «Тарантино, Генри Форд, Карл Густав Юнг, Сальвадор Дали, Пелам Гренвилл Вудхаус»] :: Каждый из участников должен предложить идеи, задействуя свой жизненный опыт, творческий и деловой подход, личностные качества, профессиональную сноровку :: Суммарно должно быть не менее 10 идей.

Эндрю Карнеги

«В бизнесе и жизни важно инвестировать в то, что принесет наибольшую отдачу. Идея для вашего Reels: представить уход за здоровьем как инвестицию. Время и усилия, вложенные в тренировки и здоровое питание, – это вложения капитала. Результат – это долгосрочный ROI (возврат инвестиций) в виде здоровья, энергии и продолжительности жизни. Расскажите о различных “активах” (упражнения, диета, медитация) и “дивидендах”, которые они приносят».

Сальвадор Дали

«Создайте видео, в котором здоровье представлено как сюрреалистическое путешествие. В вашем теле много уровней и измерений, которые вы можете исследовать и рисовать. Например, диета может быть представлена как взаимодействие между разными продуктами в вашем желудке, тренировки – как танец между вашими мышцами и костями, а медитация – как погружение в неизвестные глубины вашего сознания».

43. Создаем идею с помощью дизайн-мышления

Это невероятно эффективная техника для создания новых продуктов, идей, решений. Много лет назад я побывал на лекции основателя дизайн-мышления в Стэнфорде и с тех пор постоянно практикую ее для решения самых разных задач.

Ты – специалист по дизайн-мышлению :: Придумай идею [описание задачи], используя техники дизайн-мышления :: Пройди по всем основным шагам дизайн-мышления и приведи итоговый результат :: Кратко опиши все техники дизайн-мышления, которые ты используешь.

44. Создаем новое направления бизнеса с помощью латерального мышления

Ты – специалист по латеральному мышлению :: Используй латеральное мышление де Бено для того, чтобы придумать 10 идей [описание задачи] для компании [описание деятельности компании] :: Описывай конкретные техники латерального мышления, которые будешь использовать.

Латеральное мышление, разработанное Эдвардом де Боном, включает в себя несколько техник, таких как метод случайного слова, переформулировка, инвертирование, отражение и др. Эти техники стимулируют думать вне рамок и придумывать оригинальные идеи. При использовании этих методов для создания необычных Instagram Reels для стоматологической клиники «Улыбка вепря».

Следующие идеи могут быть разработаны.

1. Метод случайного слова: Случайное слово «Танец». Идея: Мини-серия Reels, где зубные щетки «танцуют» на зубах в ритм популярной музыки. Это будет забавное и креативное представление процесса чистки зубов.
2. Переформулировка: Переформулируем фразу «чистить зубы» в «избавляться от микробов». Идея: Создайте серию Reels, где «бойцы» (можно использовать миниатюрные фигурки) борются с «микробами» (можно использовать мягкие игрушки или анимацию), используя различное стоматологическое оборудование как оружие.
3. Инвертирование: Вместо того, чтобы показывать, как зубы становятся белее, покажем процесс наоборот, когда зубы

становятся желтыми. Идея: Мини-серия Reels, где человек консумирует продукты, которые окрашивают зубы (например, кофе или вино), и его зубы постепенно становятся желтыми. Конечно, в конце ролика должен быть показан способ, как вернуть белизну зубам.

4. Отражение: Что, если зубы отражали нашу жизнь? Идея: Серия Reels, где зубы «отражают» различные аспекты жизни человека: здоровое питание, образ жизни, гигиенические привычки и даже эмоции (показано через различные выражения улыбки).

45. Создаем новые идеи по методу Киплинга

Ты – креативный директор :: Я ищу идею [описание задачи, например: «нового онлайн-курса по работе с онлайн-маркетплейсами】. Используй метод Киплинга, задай мне последовательно вопросы (задаешь один вопрос, ждешь ответ, задаешь другой), а затем предложи мне идею.

46. Проводим креативную сессию по методике «Шесть шляп мышления»

Ты – профессиональный фасилитатор, специализирующийся на технике «Шесть шляп мышления» Эдварда де Бено :: Я обратился к тебе с проблемой [описание проблемы, например: «Как увеличить вовлеченность аудитории в блоге?】. Проведи для меня сессию по методу «Шести шляп мышления».

Промты для онлайн- образования

16 промтов

Онлайн-образование — огромная, бурно развивающаяся сфера, в которой работают десятки тысяч человек. На этом рынке появляются десятки новых профессий (например, куратор онлайн-курса), а прежние получают новое рождение и всплеск популярности (например, методолог). И конечно же, у индустрии онлайн-образования есть огромное количество специфических задач, которые мы также можем решать с помощью ChatGPT.

Готовим публичное выступление

Сюда относятся любые форматы онлайн- (конференция, корпоративное выступление, защита презентации, выступление перед инвесторами) и онлайн-выступлений (вебинары, онлайн-интенсивы, онлайн-конференции).

1. Создаем структуру выступления с органичной продажей в конце

Ты – консультант по публичным выступлениям :: Составь подробный план выступления на тему [тема выступления, например: «Тренды дизайна интерьеров в оформлении кофеен»] :: Продолжительность выступления: [предполагаемая продолжительность выступления] :: Выступающий: [характеристика эксперта, например: «крупнейший специалист по оформлению кофеен с сотнями кейсов»] :: Аудитория: [характеристика аудитории, например: «владельцы кофеен»], следовательно, делай упор [описание ключевого акцента выступления, например: «не на технические детали, а на обзор важнейших трендов, влияние на бизнес, психологические принципы восприятия интерьера посетителями»] :: Используй техники сторителлинга – трехактную структуру, клиффхэнгеры между блоками, эффектный твист ближе к концу :: Обеспечь

плавные переходы от темы к теме :: Начни с короткой истории, чтобы привлечь внимание :: Чередуй теорию и практику :: Продумай интерактив – вовлеки слушателей в выступление :: В конце добавь небольшой призыв к действию – создай у слушателей желание заказать твои услуги, при этом не продавай напрямую :: Придумай двухшаговую модель, при которой первое касание с потенциальным клиентом будет бесплатным :: Будь оригинален, избегай очевидных тем :: Выступление должно быть максимально структурированным, при этом главная мысль, с которой должны уйти слушатели: [ключевое сообщение выступления, например: «интерьер – один из важнейших элементов успеха»], но не проповаривай ее напрямую.

Структура 45-минутного выступления на тему «ТRENДЫ ДИЗАЙНА ИНТЕРЬЕРОВ В ОФОРМЛЕНИИ КОФЕЕН»

1. Вступление (5 минут)

Мгновенная история: рассказ о кофейне, которая переживала кризис, но радикально изменила ситуацию, преобразовав интерьер в соответствии с последними трендами.

Краткая история кофеен и их роль в культуре.

Анонс: почему дизайн играет ключевую роль и как это понимание может поменять ваш бизнес.

2. Современные тренды в дизайне интерьеров (5 минут)

Обзор трендов: экостиль, минимализм, бохо, локализм.

Клиффхэнгер: «Один из этих стилей удвоил продажи в кофейне... Но какой?»

3. Практические кейсы: экостиль и локализм (8 минут)

Экостиль: использование натуральных материалов и результаты.

Локализм: дизайн, вдохновленный местной культурой.

Клиффхэнгер: «Но как цвета интерьера могут увеличить время пребывания клиента в кофейне?»

4. Психология цвета (6 минут)

Теория цвета: какие цвета стимулируют аппетит и уют.

Кейс: изменение цвета стен и его влияние на поведение посетителей.

Первое впечатление и его магия (6 минут)

5. Почему первые секунды посещения решают всё

Как дизайн помогает создать правильное первое впечатление.

Клиффхэнгер: «Все говорят о впечатлении от интерьера, но что насчет запаха?»

6. Запах и его влияние на продажи (5 минут)

Почему запах так важен.

Как правильно выбрать аромат для вашей кофейни.

7. Интерактив: ваш идеальный интерьер (5 минут)

Мини-опрос: текущий дизайн кофеен участников.

Групповое обсуждение: применение новых трендов.

8. Твист: мощь деталей (5 минут)

Рассказ о деталях, которые стали вирусными в соцсетях.

Клиффхэнгер: «И еще что-то, о чем вы, возможно, не думали, но это может изменить ваш бизнес...»

9. Секретный ингредиент: звук (4 минуты)

Почему правильный фоновый звук может увеличить продажи.

Практические советы по выбору музыки.

10. Заключение и двухшаговая модель взаимодействия (7 минут)

Подведение итогов: важность дизайна и его компоненты.

Предложение: «Если вы хотите увидеть, как новые тренды могут оживить вашу кофейню, приглашаю на бесплатную консультацию. После нее вы, возможно, захотите пойти дальше и внести изменения, которые перевернут ваш бизнес».

2. Готовим выступление на основе материала

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Загружаем файл, на основе которого вы хотите построить свое выступление. Это может быть статья, книга, отчет, исследование, презентация и т. д.

Далее повторяем предыдущий промт, вставив в него после ролевого промта «*Ты — консультант по публичным выступлениям*» следующий элемент: «*Изучи загруженный файл целиком, выдели ключевые тезисы и на их основе ...*»

3. Готовим текст выступления

Ты – профессиональный спичрайтер, специализирующийся на бизнес-выступлениях в сфере [характеристика сферы] :: На основе предложенной тобой структуры выступления напиши полный текст выступления :: Продолжительность выступления – 45 минут :: Подбери структуру и стилистику текста на основе лучших бизнес-выступлений :: Выступление должно быть экспертным, профессиональным, рассчитанным на аудиторию [характеристика аудитории], при этом в меру теплым, живым, интересным для аудитории :: С одной стороны, избегай официоза, шаблонных формулировок, канцеляризмов, с другой – вульгаризмов, чрезмерной разговорности, упрощений :: Будь оригинален, избегай банальных тезисов, общезвестных фактов :: Используй приемы сторителлинга для удержания интереса аудитории, однако не переусердствуй, выступление не должно превратиться в череду историй :: Иди строго по предложенным тобой тезисам, следи, чтобы продолжительность выступления была не менее 45 минут :: Избегай пустых, не раскрывающих суть фраз и абзацев.

Замечу, что при первой итерации ChatGPT может начать оптимизировать и ужимать текст. Просто дайте ему коррекционный промт: «*Расширь текст выступления, раскрой каждый предложенный тобой тезис, продолжительность выступления должна быть не менее 45 минут*». Если текст будет недостаточно предметен, дайте еще один коррекционный промт: «*Будь профессиональнее, глубже раскрывай тему, избавляйся от пустых фраз, пиши максимально конкретно*».

4. Готовимся отвечать на сложные вопросы

Часто одна из причин мандражка спикера перед выступлением — страх перед каверзными вопросами из зала. Как человек, который выступал около 3280 часов за последние 14 лет, могу сказать, что настоящего эксперта невозможно подловить — на любой вопрос у вас точно есть ответ, даже если вам кажется, что это не так. Но для большей уверенности следующий промт позволит заранее получить список возможных вопросов и проработать ответы на них. Кроме того, в этих вопросах могут обнаружиться слабые стороны вашего выступления, контентные лакуны, недостаточная подкрепленность тезисов кейсами и цифрами. С учетом этого вы сможете сделать ваше выступление сильнее и эффектнее.

Ты — скептически настроенный слушатель выступления, структуру которого ты предложил ранее [либо можно просто указать тему выступления и несколько самых важных тезисов] :: Ты внимательно прослушал выступление и теперь задаешь вопросы спикеру :: Придумай 30 сложных, каверзных вопросов по теме выступления, касающихся разных его аспектов :: Твоя задача — поставить спикера в тупик :: Кроме вопросов по выступлению, требуй у спикера связанных с ней фактов, цифр, подтверждений :: [для усиления эффекта можно добавить: «постарайся найти исследования, опровергающие данные спикера, построй часть вопросов на их основе»].

Признаюсь, что, тестируя данный промт на теме выступления «Тренды финансового анализа для застройщиков», я неоднократно поражался, как хорошо ChatGPT вошел в роль скептика и при этом насколько предметными и меткими были вопросы. Вот лишь один пример из 30: «Можете ли вы предоставить примеры конкретных

строительных проектов, где использование AI и аналитики больших данных привело к снижению затрат и увеличению прибыли? Какие были ROI для этих проектов?» Думаю, ответив на такой список вопросов при подготовке, вы точно будете готовы ко всему.

Остается надеяться, что этот же промт не будет использован недоброжелателями в аудитории для того, чтобы осложнить вам жизнь.

5. Отвечаем на сложные вопросы с помощью ChatGPT

Мы можем предложить самому ChatGPT ответить на сложные вопросы.

Ты – максимально стрессоустойчивый спикер :: Ответь на заданные тобой вопросы 3, 12, 29 :: Будь максимально конкретен, подкрепляй ответы цифрами и фактами.

6. Собираем материалы к выступлению

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Чем больше в вашем выступлении будет конкретики (результатов исследований, публичных кейсов, статистики, цитат лидеров мнений), тем более эффектным и запоминающимся оно будет. В сборе подобной информации нам поможет следующий промт:

Ты – специалист по онлайн-мониторингу :: Ты готовишь материалы для выступления по теме [название темы и ключевые тезисы, также вместо этого можно указать: «На основе предложенной тобой структуры выступления...»] :: Подбери следующие материалы: не менее

7 исследований на данную тему, не менее 5 цитат известных лидеров мнений в данной теме, не менее 10 цифр, статистических данных, результатов социологических опросов :: Используй как свою базу, так и проведи поиск в онлайне :: Проведи фактчекинг: реальны ли данные материалы.

Разрабатываем онлайн-курс

Кто-то может спросить: «Что же это за эксперт, которому курс готовит ChatGPT?» На самом деле задача следующих промт-ов — не заменить экспертизу, а помочь упаковать ее в максимально эффективный, методологически выверенный курс, который поможет ученикам не просто слушать лекции, а овладевать навыками.

Мы создадим не просто набор уроков, а полноценный, комплексный, правильно упакованный курс со всеми необходимыми материалами, методичками, системой домашних заданий.

Как и в случае с любой большой задачей, мы будем использовать последовательные промты:

- Создаем концепцию курса.
- Создаем структуру курса.
- Детализируем каждое занятие.
- Добавляем к каждому занятию домашнее задание.
- Добавляем необходимые для курса материалы.

Приступим.

7. Создаем линейку продуктов для эксперта

Очень часто эксперт, обладая необходимой квалификацией, не очень понимает, как ее упаковать в важный и нужный для рынка продукт. Следующий промт поможет в этом.

Ты – [характеристика эксперта, например: «профессиональный бизнес-тренер, специализирующийся на теме “Открытие прибыльной кофейни”] :: У тренера – большой опыт, понимание ключевых бизнес-процессов, опыт [характеристика ключевой экспертизы, например: «запуска кофеен с нуля»] :: Подготовь линейку продуктов по данной теме :: В линейке должны быть высокочековые продукты (курсы – более 30 занятий, стоимость от \$1000), среднечековые продукты (закрываем только одну большую аудиторию, до 10 занятий, стоимость до \$200), низкочековые продукты (короткий обзор, стоимость до \$30) :: Аудитория – [характеристика аудитории, например: «люди, которые хотят запустить кофейню, а также те, кто хочет овладеть связанными профессиями»] :: В линейке должно быть не менее 11 продуктов :: Должна быть прописана логика – какие продукты человек покупает, проходя предыдущие.

Уверяю, вы будете впечатлены результатом. Даже занимаясь онлайн-образованием 15 лет, я нашел для себя в генерации по этому промту идею нового продукта. Приведу пример.

Линейка продуктов для открытия прибыльной кофейни.

ВЫСОКОЧЕКОВЫЕ ПРОДУКТЫ (от \$1000)

1. «Прибыльная кофейня под ключ»: полный курс по открытию кофейни и управлению ей.

- Количество занятий: 30+.
- Стоимость: \$1500.
- Описание: от создания бизнес-плана до управления персоналом и маркетингом.
- Дополнительные материалы: кейсы, чек-листы, темплейты документов.

СРЕДНЕЧЕКОВЫЕ ПРОДУКТЫ (до \$200)

2. «Ваш кофейный стартап»: курс по разработке бизнес-плана кофейни.

- Количество занятий: 6.
- Стоимость: \$180.
- Описание: как создать устойчивый бизнес-план для кофейни, включая выбор локации и ценообразование.

3. «Бариста PRO»: обучение навыкам бариста и основам сервиса.

- Количество занятий: 8.
- Стоимость: \$150.
- Описание: работа с оборудованием, приготовление кофе и обслуживание клиентов.

4. «Маркетинговый бустер»: курс по маркетингу и продвижению кофейни.

- Количество занятий: 7.
- Стоимость: \$190.
- Описание: развитие бренда, SMM, локальный маркетинг.

НИЗКОЧЕКОВЫЕ ПРОДУКТЫ (до \$30)

5. «Экспресс-старт кофейни»: краткий гид по запуску кофейного бизнеса.

- Стоимость: \$15.
- Описание: шаги к открытию кофейни, обзор распространенных ошибок.

6. «Бариста Starter Pack»: вводный курс по основам профессии бариста.

- Стоимость: \$20.
- Описание: основы приготовления кофе и ухода за оборудованием.

7. «Mini-Marketing»: краткое руководство по продвижению кофейни в социальных сетях.

- Стоимость: \$18.
- Описание: базовые стратегии привлечения клиентов через соцсети.

8. Членство в клубе «Дело жизни – кофейня».

- Стоимость: \$30 в месяц.
- Описание: ежемесячные встречи, вебинары, обзоры новинок отрасли.
- Бонусы: скидки на другие продукты и курсы.

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ПРОДУКТЫ

9. «Masterclass от шеф-повара»: уникальные рецепты для кофейни.

- Стоимость: \$220.
- Описание: разработка уникального меню, секреты приготовления.

10. «Индивидуальная консультация»: личная встреча / зум-консультация с экспертом.

- Стоимость: \$350 за сессию.
- Описание: обсуждение конкретного бизнес-плана, стратегии и т. д.

11. «VIP-программа»: полное сопровождение открытия кофейни.

- Стоимость: \$5000.
- Описание: персональный наставник, поэтапное сопровождение на всех этапах открытия бизнеса.

ЛОГИКА ПОКУПКИ

- 1. Старт:** «Экспресс-старт кофейни» для общего понимания процесса.
- 2. Глубокое погружение:** «Кофейный успех» для комплексного изучения бизнеса.
- 3. Специализация:** курсы «Стартап кофейной мечты», «Бариста PRO» и «Маркетинговый бустер» для развития конкретных навыков.
- 4. Дополнительные навыки:** «Бариста Starter Pack», «Mini-Marketing», «Masterclass от шеф-повара» для углубления и расширения знаний.
- 5. Персональный подход:** «Индивидуальная консультация» – для решения уникальных проблем и вопросов.

8. Создаем концепцию курса

Ты – методолог в сфере онлайн-образования :: Ты разрабатываешь онлайн-курс по теме [тема курса, например: «Обучение профессии “Профессия Reels-мейкер”】 :: Ученики должны овладеть [перечень навыков, которые должны получить ученики, например: «технологий создания Reels: создание идеи, написание сценариев, организация съемок, продвижение»] :: Длительность курса – 2 месяца :: Количество занятий – 30 :: Продолжительность занятия – до 30 минут [все эти показатели можем адаптировать под свои задачи] :: Ученик

должен не только овладеть теоретическими основами, но и увидеть лучшие примеры, овладеть навыками, перенять опыт эксперта, создать [характеристика конкретных результатов, например: «серию своих Reels, запустить работу над ними на постоянной основе»] :: Предложи подробную концепцию курса (пока без детальной программы) :: Используй лучшие техники методологов онлайн-курсов.

Не забывайте давать необходимые правки с помощью коррекционных промтов прямо в треде.

9. Создаем структуру курса

На основе разработанной концепции составь программу из 30 занятий :: Чередуй теоретические занятия и практические воркшопы по овладению конкретными навыками :: Руководствуйся принципом «от общего к частному» :: Ориентируйся на ключевые навыки, которыми должен овладеть слушатель.

Программа курса «Профессия Reels-мейкер» из 30 занятий

- 1. Введение в Reels.** Основные характеристики и отличия от других видов контента.
- 2. Тренды и актуальные форматы Reels.** Анализ лучших примеров.
- 3. Воркшоп: Исследование трендов.** Поиск и анализ популярных Reels.

- 4. Основы создания идеи.** Источники вдохновения и мозговые штурмы.
- 5. Воркшоп: Генерация идей.** Работа в группах и выбор лучших идей для реализации.
- 6. Сценарное письмо для Reels.** Структура, ключевые моменты, советы.
- 7. Воркшоп: Написание сценария.** Разбор примеров и практика.
- 8. Организация съемок.** Подготовка, необходимое оборудование и аксессуары.
- 9. Воркшоп: Практика съемки.** Отработка навыков на практике.
- 10. Монтаж Reels.** Основы работы с видеоматериалом.
- 11. Воркшоп: Монтаж своего Reels.**
- 12. Музыка и звук в Reels.** Подбор музыки, особенности работы со звуком.
- 13. Воркшоп: Добавление звука.** Практическая работа со звуком в видео.
- 14. Графика и текст в Reels.** Как сделать ваш Reels более привлекательным.
- 15. Воркшоп: Добавление графики и текста.**
- 16. Основы продвижения Reels.** Алгоритмы, принципы работы, основные методы.
- 17. Воркшоп: Стратегия продвижения.** Создание плана продвижения для своего Reels.
- 18. Анализ эффективности.** Инструменты и метрики для оценки результатов.
- 19. Воркшоп: Аналитика своего Reels.**
- 20. Работа с критикой и обратной связью.**

10. Создаем план каждого занятия

Создай подробный план занятия №[номер и название, например: «№3 “Тренды и актуальные форматы Reels”] :: Ориентируйся на продолжительность занятия до 30 минут :: Формат занятия: презентация + видео спикера :: Руководствуйся следующими принципами: практичность, последовательное изложение информации, высокая плотность занятия, примеры :: Будь максимально структурен :: Предложи список дополнительных материалов для самостоятельного обучения.

План занятия «Тренды и актуальные форматы Reels»

Продолжительность: 40 минут

1. Вступление (3 минуты)

Краткое представление о занятии.

Цель занятия: понимание трендов и актуальных форматов Reels.

2. Что такое тренды? (5 минут)

Определение и значение трендов.

Как тренды формируются в социальных сетях.

3. Текущие тренды в Reels (10 минут)

Видеообзор популярных трендов (короткие фрагменты трендовых Reels с комментариями спикера).

Обсуждение характерных особенностей каждого тренда.

4. Актуальные форматы Reels (10 минут)

Разбор основных форматов: обучающие ролики, развлекательный контент, художественные видео и другие. Примеры каждого формата с анализом их эффективности.

5. Как определить тренд раньше других? (7 минут)

Инструменты и методы мониторинга трендов. Важность быстрой реакции на новые тренды.

6. Заключение и задание (3 минуты)

Подведение итогов занятия.

Задание для учеников: выбрать один актуальный тренд и создать свой Reels на эту тему.

7. Вопросы и ответы (2 минуты)

Короткая сессия ответов на вопросы учеников.

11. Готовим домашние задания к каждому уроку

Подготовь домашние задания (от 1 до 4) к каждому из 30 уроков :: Задание должно быть максимально практическим; выполнив его, ученик закрепляет полученный навык :: Выполнение всех заданий должно быть достаточным для того, чтобы ученик овладел всеми необходимыми навыками :: Задания не должны носить поверхностный характер (например: «Ответьте на вопросы по контенту урока»), но и не должны занимать слишком много времени ученика – предполагается, что максимальное время на выполнение заданий к уроку – до 2 часов.

12. Готовим методичку для кураторов

По заданию к уроку [номер урока и название задания, например: «Урок №12 “Написать сценарий для одного из ваших Reels на основе выбранной идеи”»] подготовь инструкцию для куратора по проверке домашнего задания – укажи возможные ошибки ученика, характер обратной связи, рекомендации, на что обратить внимание.

13. Готовим кейс для учеников

Кейс-стади – крайне эффективный формат обучения. У учеников есть возможность применить свои знания и навыки на решении конкретной бизнес- (или любой другой) задачи. Также это отличная основа для конкурса среди учеников.

Act as a Harvard Business School Professor :: Подготовь для студентов большой, комплексный, сложный кейс на тему [характеристика темы] :: Будь максимально конкретен в описании деталей, ставь сложные задачи :: Не давай конкретных решений :: Оформи кейс по образцу лучших бизнес-школ.

Бизнес-кейс: Масштабирование онлайн-стартапа в условиях инвестиционной неопределенности

Фон:

В последние годы экономика России столкнулась с рядом вызовов: санкции со стороны западных стран, колебания цен на нефть и значительные капиталовытоки. Инвестиционная климатика

страны стала более неопределенной, что затрудняет привлечение иностранного капитала.

Сценарий:

Вы – сооснователь стартапа RusTech, онлайн-платформы для продажи авторского контента (видео, музыка, статьи, искусство и т. д.) от российских создателей. У вас уже есть стабильная база пользователей, и ваши месячные доходы составляют около 5 миллионов рублей.

Вы решаете масштабировать свой бизнес и войти на международный рынок. Однако из-за экономической неопределенности внутренние и внешние инвесторы не готовы рисковать своими деньгами. Вам необходимо разработать стратегию масштабирования без значительных внешних инвестиций.

Основные задачи:

1. Как можно оптимизировать текущие операционные расходы, чтобы выделить средства на масштабирование?
2. Какие страны или регионы представляют собой наилучшие возможности для масштабирования, учитывая российскую специфику и ваш продукт?
3. Какие альтернативные методы привлечения инвестиций вы можете рассмотреть? (Например, краудфандинг, партнерства, лицензирование.)
4. Как можно адаптировать ваш продукт или услугу для международного рынка?
5. Какими способами можно минимизировать риски, связанные с экономической неопределенностью и изменениями в валютных курсах?

Дополнительные данные:

- **Текущие месячные расходы:** 3,5 млн руб.
- **Доля затрат на маркетинг:** 30% от общих расходов.
- **Текущая прибыль:** 1,5 млн руб./мес.
- **Текущий рынок:** Только Россия.
- **Средний чек:** 500 рублей.

Ключевые вопросы для анализа:

1. Существует ли корреляция между затратами на маркетинг и ростом продаж?
2. Какова структура ваших текущих операционных расходов и можно ли их оптимизировать?
3. Какие культурные, языковые и экономические различия следует учитывать при входе на международные рынки?
4. Каковы потенциальные риски адаптации вашего продукта для международных рынков?

Ожидаемые результаты:

Студенты должны представить детальный план масштабирования, учитывая инвестиционную неопределенность. Этот план должен включать в себя анализ текущего положения стартапа, стратегию выхода на международный рынок, а также методы управления рисками.

Заключение:

Этот кейс позволит студентам понять сложности масштабирования бизнеса в условиях экономической неопределенности и разработать комплексные стратегии для успешного роста и адаптации на международных рынках.

Улучшаем свою программу

14. Готовим приветственное письмо

Напиши приветственное письмо ученикам курса (до 1500 знаков) ::
Дай рекомендации по эффективному обучению :: Будь теплым, эксперты, вдохновляющим :: Действуй как опытный преподаватель.

Дорогие ученики курса «Профессия Reels-мейкер»!

Добро пожаловать на наш уникальный курс, где вы научитесь искусству создания захватывающих и креативных Reels! Наша цель – не просто дать вам теоретические знания, но и научить вас создавать выдающиеся проекты, которые привлекут внимание аудитории и будут эффективными в продвижении.

Мы подготовили для вас 30 занятий, которые включают в себя теоретические и практические блоки. Во время курса вы не только узнаете о методологии создания Reels, но и примените эти знания на практике, создав свою серию Reels.

Рекомендации для эффективного обучения:

1. Активное участие: Присутствуйте на всех занятиях и активно участвуйте в дискуссиях и воркшопах. Ваше вовлечение напрямую коррелирует с результатами, которые вы получите.

2. Практика, практика, практика: Не пренебрегайте домашними заданиями. Чем больше вы практикуетесь, тем быстрее овладеете навыками.
3. Сетевое взаимодействие: Воспользуйтесь возможностью пообщаться и обменяться опытом с другими участниками. Социальные связи часто оказываются полезными для креативного развития.
4. Обратная связь: Не стесняйтесь просить обратную связь от кураторов и участников курса. Она является неоценимым инструментом для улучшения ваших навыков.
5. Регулярность: Постарайтесь учиться ежедневно. Регулярная практика и постоянное применение новых знаний сделают процесс обучения намного эффективнее.

Мы рады видеть вас на нашем курсе и верим, что вместе мы сможем достичь выдающихся результатов!

С наилучшими пожеланиями,

Команда курса «Профессия Reels-мейкер»

15. Даем обратную связь работам учеников от кураторов

Владельцы платной версии ChatGPT могут загрузить файл с домашним заданием и подборкой ответов на него учеников. Если у вас доступ только к бесплатной версии, присылайте задание и ответы, скопировав их в окно ChatGPT.

Ты – преподаватель на курсе [название курса] с многолетним опытом :: В загруженном файле [следующим сообщением я пришлю] домашнее задание к уроку [название урока] и ответы на него учеников

курса :: Проверь отдельно каждое из заданий по следующим критериям: [перечисляем критерии оценки, например: «креативность замысла, корректность решения, нешаблонность исполнения, подробность описания】 :: По каждому заданию каждого ученика дай подробный ответ, укажи на сильные и слабые стороны, если необходимо – дай задачи на доработку задания :: Будь справедлив, аналитичен, но не придирчив :: Избегай излишней лояльности :: Следи, чтобы ответы для разных учеников отличались друг от друга :: Пиши в стиле уважительного, доброго, но справедливо-го наставника :: Объем каждого ответа – не менее 300 и не более 1000 знаков.

Значительным преимуществом подобного промта является его многоразовость. Фактически вы можете загружать сюда все новые ответы на домашние задания от учеников и каждый раз будете получать единую стилистику ответа (при этом суть замечаний, разумеется, будет совершенно разной). Таким образом, проверка заданий будет поставлена на поток. Конечно, это создает значительный со-блазн сократить позицию куратора в принципе, однако как владелец онлайн-школы не рекомендую этого делать. Чего ИИ не может заменить (во всяком случае пока), так это постоянной эмпатической связи с куратором (разговоров, созвонов, мотивации, поддержки), которая крайне важна для учеников на данном этапе. Поэтому рекомендую рассматривать подобный промт как способ усилить де-partment кураторов, снять с них рутину проверки заданий.

16. Создаем индивидуальный тренинг для корпоративного заказчика

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

Этот промт будет актуален, если нам необходимо адаптировать базовый тренинг, который проводится для всех, под конкретные

задачи корпоративного заказчика. Мы загружаем два файла – с описанием задач заказчика и с программой базового тренинга.

Ты – специалист по корпоративному обучению, специализирующийся на [характеристика образовательной ниши] :: Изучи два загруженных файла (первый – описание и актуальные задачи заказчика, второй – описание и программа базового тренинга) и на их основе сформируй программу корпоративного тренинга для заказчика :: Программа должна быть направлена на максимальное решение задачи и целей заказчика :: Программа должна быть адаптирована под нишу заказчика, в большинстве пунктов программы должна упоминаться ниша :: Продолжительность корпоративного тренинга – 10 часов :: На основе программы напиши вводный текст (до 1500 знаков). Структура этого текста: задачи тренинга (список из 5 задач), описание тренинга, привязка тренинга к деятельности компании :: Пиши экспертно, в меру сухо, в формате лучших мировых практик подготовки коммерческих предложений.

Промты для персонального бренда

11 промтов

Персональный бренд — один из мощнейших способов достижения любых целей в бизнесе и жизни. С его помощью можно привлекать аудиторию, повышать лояльность, продавать, усиливать нетворкинг и решать множество других насущных задач любого делового и творческого человека. Поэтому я не мог не посвятить отдельный раздел этой теме.

Не удивляйтесь, что этот раздел такой небольшой, — это вовсе не означает, что с персональным брендом ChatGPT справляется хуже, чем, например, с задачами по бизнесу. Дело в том, что большинство задач для упаковки и продвижения персонального бренда мало отличаются от задач, предназначенных для промо классических продуктов и компаний. Например, большинство промтов из раздела по контенту, CustDev, созданию линейки продуктов, креативным техникам, рассмотренные нами ранее, абсолютно в том же виде могут быть использованы для персонального бренда. Здесь же привожу некоторые специфические промты.

Распаковка личности и распаковка продукта

Понятие «распаковка личности» традиционно окружено почти мистическим флером. Люди строят бизнесы на распаковке, ставят шестизначные чеки за разовую распаковку. А по факту это подробная брифовка, цель которой — выявить ваши ценности, ориентиры, интересы, мотивацию, ключевые сообщения для аудитории.

А если я вам скажу, что ChatGPT сможет распаковать вас не хуже любого «эксперта по распаковке»? Более того, с помощью ChatGPT вы сможете и сами распаковывать кого угодно. И формировать на его основе максимально предметные, личностные, уникальные контент-планы, презентации, сценарии выступлений, Reels, прогревы в Stories и все, что захотите еще.

Как я говорил ранее, ChatGPT помнит все, что было сгенерировано в конкретном треде. Таким образом, проведя распаковку личности, в дальнейшем вы сможете создавать любой материал для своей активности на ее основе, например, написав в том же треде (спустя любое время) «Составь линейку продуктов на основе проведенной распаковки». И не нужно описывать в промте, кто вы, чем занимаетесь, ваши навыки, ценности, приоритеты. После проведения распаковки (она занимает примерно 40 минут) ChatGPT будет знать о вас все, что ему потребуется.

ChatGPT проводит распаковку в формате диалога, задавая вопрос, дожидаясь ответа, задавая следующий. При этом вы удивитесь, насколько интеллектуально будет проходить интервью, — ChatGPT

будет идти не по статичному плану, а варьировать вопросы в зависимости от предыдущих ответов.

Также, если у вас платная версия ChatGPT, можно упростить процесс и воспользоваться для распаковки моим авторским GPT-агентом «Распаковщик личности». Добавлю, что на момент издания книги этот GPT-агент является самым популярным русскоязычным агентом (более 1100 открытых чатов).



1. Проводим распаковку личности

Ты – специалист по распаковке личности, а я – твой клиент :: Твоя задача – получить от клиента информацию, необходимую для [основная задача, например: для «составления уникального контент-плана】 :: Задай 25 вопросов :: Постарайся получить максимум информации о ценностях клиента, его отношении к своей профессии, личных увлечениях, чертах личности, сообщениях, которые он несет аудитории, какой свой образ хочет создать у аудитории :: Действуй в формате диалога – задавай вопрос, дожидайся ответа, задавай следующий. Не публикуй вопросы списком.

Вопрос 2: Какие основные ценности вы стремитесь передать через свою работу и контент?

Вы

Я хочу, чтобы каждый человек овладел важнейшим навыком современности – умением рассказать заинтересованным людям о себе, своем бизнесе или работе. Также я транслирую идею постоянного развития себя как человека и профессионала. Я считаю, что каждый человек и каждый бизнес уникальны и нужно уметь правильно подать это в социальных сетях. И именно социальные сети – главная платформа для продвижения. Я сам придерживаюсь этих ценностей в бизнесе и в жизни.

Очень важные ценности, которые, безусловно, отражаются в вашем контенте.

Вопрос 3: Как вы описали бы свое отношение к профессии Social Media Marketer?

Вы

Это лучшая профессия на свете! Я посвятил овладению этой профессией и обучению ей свою жизнь.

Замечательно видеть такую страсть к своей профессии!

Вопрос 4: Что для вас как специалиста является наиболее важным в работе со социальными сетями?

Вы

Понимание нужд своей аудитории. Системный подход. Умение упаковывать смыслы в формат контента. Умение использовать по максимуму функционал социальных сетей. Эмпатию к своей аудитории.

2. Проводим распаковку продукта

Ты – специалист по распаковке продукта, а я – твой клиент :: Твоя задача – получить от клиента информацию о продукте, необходимую для [основная задача, например: для «позиционирования продукта】 :: Задай 25 вопросов :: Постарайся получить максимум информации об особенностях продукта, его аудитории, паттернах использования, УТП, преимуществах перед другими аналогичными продуктами :: Действуй в формате диалога – задавай вопрос, дожидайся ответа, задавай следующий. Не публикуй вопросы списком.

Прорабатываем позиционирование эксперта

3. Разрабатываем позиционирование

Ты – специалист по позиционированию персонального бренда :: На основе проведенной распаковки личности [/продукта/компании] разработай подробное позиционирование [имя эксперта / название компании / название продукта] :: Позиционирование должно соответствовать лучшим мировым примерам позиционирования в сфере [характеристика сферы] :: Позиционирование должно быть оригинальным и дифференцировать эксперта [/продукт/компанию] от других игроков рынка :: Будь максимально структурен, аналитичен, ищи оригинальные аспекты.

4. Пишем BIO для Instagram

Ты – SMM-специалист :: На основе предложенного позиционирования напиши 10 вариантов BIO (до 180 знаков) для Instagram-аккаунта Яны Доброй :: Варианты должны носить разный характер, тональность и настроение :: Будь оригинал, смел и неистов :: Не используй хештеги.

На основе позиционирования напиши 5 вариантов короткого (до 180 знаков) bio для Instagram

1. «Создатель первого в России AI-агентства. Работаю в SMM 16 лет. Открываю тренды, экономлю бюджеты. Всегда впереди волны & ~ #AI #SMM»
2. «Авторитет в AI и SMM с 16-летним опытом. Основатель Clockwork Agency. Настраиваю бизнес на успех ~ #AI #СоциальныеСети»
3. «Преобразую бизнес с помощью AI. 16 лет в SMM. Создаю будущее с Clockwork Agency. #AI #DigitalMarketing»
4. «16 лет на пульсе SMM, основатель AI-агентства. Помогаю бизнесам улучшать результаты. #AI #SMM»
5. «SMM-эксперт с 16-летним опытом. Работаю с AI, чтобы сделать бизнес эффективнее. Основатель Clockwork Agency. #AI #SMM»

5. Создаем позиционирование для Telegram-канала эксперта

Ты – специалист по позиционированию :: Проработай позиционирование Telegram-канала для [характеристика эксперта, например: «эксперта по флиппингу】 :: Основные темы, которые будут разбиваться на канале: [перечень тем, например: «методики флиппинга, оформление квартир, дизайн, сдача недвижимости, заработка на флиппинге, эффективная монетизация】 :: Проработай позиционирование с разных точек зрения: темы, запоминаемость, отстройка от конкурентов, персональный бренд эксперта.

6. Придумываем название для канала

На основе предложенного позиционирования продумай 20 вариантов названий для канала :: При создании названий используй разные техникинейминга :: Половина названий должна быть с фамилией и именем эксперта [фамилия и имя], половина – построена вокруг темы канала.

7. Создаем логотип канала

Данный промт работает только в платной версии ChatGPT.

На основании предложенного позиционирования нарисуй логотип, отражающий деятельность канала.



8. Создаем описание канала

Ты – копирайтер :: На основе предложенного позиционирования напиши 5 вариантов краткого – до 300 знаков – описания канала :: Варианты должны носить разный характер и тональность :: Оно должно передавать суть канала для новой аудитории.

9. Создаем описание паблика для «ВКонтакте»

На основе предложенных тобой вариантов напиши расширенный вариант позиционирования для паблика во «ВКонтакте»: три абзаца общим объемом до 800 знаков.

10. Создаем описание в виде списка

Теперь представь эту информацию в виде короткого вводного абзаца и маркированного списка :: Будь максимально структурен.

11. Готовим Elevator Pitch

Elevator Pitch (презентация в лифте) – экстремально короткая презентация проекта либо самопрезентация говорящего. Фактически это 30-секундный ответ на вопрос «Чем вы занимаетесь?» либо «Что собой представляет ваш проект?». Выверенный Elevator Pitch позволит вам заинтересовать своей деятельностью потенциальных клиентов инвесторов и партнеров. И надо сказать, что довольно

мало предпринимателей, стартаперов, экспертов умеют уложить рассказ о своей деятельности в те самые 30 секунд.

Так давайте же доверим это ChatGPT.

Ты – специалист по самопрезентации :: Я – [характеристика вашей деятельности / вашего проекта / вашей компании, например: «владелец сервиса для передержки собак «Гуляй, Хозяин»】 :: Подготовь для меня эффектный, универсальный 30-секундный Elevator Pitch, с которым я смогу привлекать интерес потенциальных клиентов, партнеров и инвесторов в любых ситуациях :: Pitch должен доходчиво и просто доносить ценность, которую я могу дать, ключевые преимущества, опыт :: Пиши без официоза, нерекламно, ориентируйся на лучшие мировые практики Elevator Pitch [далее мы либо в свободной форме описываем суть деятельности и преимущества, либо владельцы платной версии могут загрузить любой документ с описанием деятельности или дать ссылку на сайт].

Результат:

Привет! Я владелец сервиса «Гуляй, Хозяин», который помогает хозяевам собак не волноваться, когда им приходится уезжать. Наш сервис позволяет вашей собаке чувствовать себя как дома, даже когда вы вдали. Мы присматриваем за питомцами как за своими, обеспечиваем им компанию, прогулки и уход. Это не просто передержка, это настоящий отпуск для собаки! Мы помогаем хозяевам оставаться спокойными, зная, что их питомцы в хороших руках.

Промты для создания иллюстраций

18 промтов

Промты из данного раздела
работают только в платной
версии ChatGPT

В ChatGPT 4 (версия Turbo) есть встроенная модель text to image (создание иллюстрации по заданному промту) DALL-E 3, которая позволяет создавать нейроиллюстрации, нейрофотографии, чертежи, схемы, обложки, баннеры, элементы оформления и даже инфографики и эскизы лендингов прямо в ChatGPT.

DALL-E 3 не единственный подобный сервис, есть еще Midjourney, Leonardo, Stable Diffusion, отечественные «Кандинский», «Шедевр» и др. Лидерами по качеству генерации, художественной выверенности, количеству стилей являются Midjourney (в особенности версия 6) и DALL-E 3.

Уровень иллюстраций, которые создают нейросети, крайне высок и практически не уступает по основным художественным характеристикам работам профессиональных иллюстраторов. Более того, я проводил небольшой эксперимент: в своих Instagram Stories разместил 10 нейроиллюстраций, сгенерированных по моим промтам, и 10 иллюстраций, созданных топовыми мировыми иллюстраторами. Правильно угадали 47% людей — если бы они кидали монетку, результат был бы выше. То есть нейроиллюстрации ни в чем не уступают профессиональным иллюстрациям, и большинство людей не могут отличить одни от других.

Принципы работы с нейроиллюстрациями в ChatGPT

Перед тем как перейти к промтам, я хотел бы озвучить несколько правил и особенностей работы с иллюстрациями в DALL-E 3.

1. DALL-E 3, как и любая другая подобная система, довольно плохо работает с текстами на изображениях. С русским языком не работает вовсе, с английским, как правило, с опечатками. Поэтому рекомендую всегда ставить промт: *«Не используй текст в иллюстрации, только визуальные элементы»*. Иногда он может настойчиво пытаться вставить текст, в этом случае даем ему коррекционный промт: *«Пересоздай эту же иллюстрацию»*.
2. Также из-за этого ограничения он не может нарисовать полноценную инфографику или макет лендинга с правильными текстами, поэтому в обоих случаях мы можем использовать полученные иллюстрации как референсы.
3. По умолчанию DALL-E 3 подбирает стиль, который считает наиболее подходящим для данного контекста. Однако вы можете давать ему любые указания по стилю, например:
 - Стиль конкретного художника: *«пейзаж в стиле Эдварда Хоппера»* либо *«фотография в стиле Хельмута Ньютона»*.
 - Направление живописи или фотографии: *«стритстайл-фото»*, *«современная иллюстрация»*, *«импрессионистский пейзаж»*, *«портрет в киберпанк-стилистике»*.

- Художественные эпохи: «комната в стиле эпохи барокко», «советский конструктивизм», «иллюстрация в стиле 1960-х».
 - Любые другие референсы: «супергеройские комиксы», «стиль детского рисунка», «книжная иллюстрация», «гравюра», «узор ковра».
4. Подчеркну, что нейроиллюстрацию, как и другие форматы, мы рассматриваем в контексте бизнеса. И удачно подобранный стиль позволит добавить эмоциональности и больше цеплять взгляды пользователей в формате креативов таргетированной рекламы, элементов оформления социальных сетей, иллюстраций к постам и статьям.
5. В треде с любой генерацией (например, написания поста для VK) вы можете дать мини-промт «Нарисуй иллюстрацию к созданному тобой посту/объявлению/эссе/идее/отчету». В этом случае вам не понадобится детализировать и дополнять промт, он сам подберет главную идею, подходящие стилистику, композицию, цветовые решения, причем, как правило, сделает это довольно удачно.
6. Как и у любой другой модели *text to image*, у DALLE-3 есть элементы, при создании которых ей свойственно допускать ошибки. В частности:
- Прорисовка конечностей и других частей тела (да, у человека иногда может быть шесть пальцев или три ключицы).
 - Действия, связанные с мелкой моторикой (например, игра в шахматы или письмо авторучкой).
 - Лица в толпе — при большом количестве людей на иллюстрации у кого-нибудь лицо окажется смазанным либо «съедут» черты лица.
 - Сложно устроенные предметы, с большим количеством деталей — например, саксофон, с огромным количеством клапанов, клавиш и других элементов.

С каждым новым обновлением процент брака все ниже, но примерно в 15% генераций они все же встречаются. У всех этих огров есть свои глубинные причины. Например, DALLE-3 чаще

путается с пальцами, нежели с чертами лица, поскольку лица чаще, чем пальцы, фигурируют на фотографиях и картинах, на которых он обучается. А значит, «база референсов» по лицам у него больше, и это влияет на точность. Здесь хочу дать ту же рекомендацию, что и в случае с ChatGPT: вместо того, чтобы махнуть рукой и раздраженно сказать «Бестолковый, не можешь с шахматами справиться», просто регенерируйте бракованный вариант. Помните, что альтернатива нейросетям — заказать иллюстрацию у профессионального иллюстратора (стоимость одной иллюстрации составляет примерно 40 000 рублей) либо 5 лет обучения в художественном вузе, чтобы рисовать на таком уровне самостоятельно. Так что потеря 40 секунд на регенерацию — довольно выгодный вариант, как ни крути.

Как правило, повторные генерации дают исправленный вариант. В частности, поможет коррекционный промт: *«Перерисуй эту же иллюстрацию, однако проследи, чтобы у человека было 5 пальцев».*

7. Ни от одной существующей на сегодняшний день модели для генерации изображений невозможно добиться точного соблюдения композиции (во всяком случае с первого раза). Если вы укажете, что на столе должно быть 7 карандашей, стакан, наполовину полный апельсиновым соком, а голова главного персонажа должна быть повернута налево на 30 градусов — скорее всего, на иллюстрации будут карандаши, стакан (и, конечно же, голова), но детали могут отличаться. При этом главная идея иллюстрации, скорее всего, будет схвачена правильно. Поэтому при составлении промта нет особого смысла уходить в детали.

В качестве альтернативы можно использовать Midjourney, там есть специальные техники редактуры (параметр Vary (Region)) для корректировки деталей.

8. Если же иллюстрация отличается от задуманной по существенным деталям, можно дать коррекционный промт с описанием

изменений, например: «*Перерисуй эту же иллюстрацию, перенеси действие в лес и добавь закатное солнце*».

9. Большинство промтков в этой главе направлены на создание иллюстраций, однако если есть задача создать нейрофото, то необходимо заменить слово «иллюстрация» на «фотография» и добавить элемент: «*Сделай фото максимально реалистичным, в высоком разрешении*».

Создаем нейроиллюстрации

Общая формула промта для создания нейроиллюстрации выглядит следующим образом:

1. Ролевой промт. Подумайте, кто обычно занимается иллюстрациями, подобными той, которая необходима. Примеры: иллюстратор, бренд-дизайнер, дизайнер социальных сетей.
2. Сюжет и композиция. Например: отец с сыном играют в футбол на поле (такой сюжет может быть использован для рекламы спортивной школы для детей).
3. Необходимые размеры (соотношение сторон или размер в пикселях). По умолчанию DALL-E рисует квадратную иллюстрацию.
4. Формат: иллюстрация, фото, чертеж, карандашный набросок, инфографика.
5. Референсы по стилю: реалистичная иллюстрация, в стиле китайской каллиграфии, в поп-арт-стиле.
6. Дополнения: предзакатное время суток, эмоционально, темные цвета, теплый свет.

Далее я приведу ряд примеров использования этого шаблона для конкретных задач.

Начнем с универсального метапромта для работы с DALL-E 3.

1. Создаем метапромт для генерации изображений

Метапромт — понятие в промт-инжиниринге, характеризующее промт, с помощью которого нейросеть сама создает нужный нам промт под конкретную задачу. Расшифрую. Мы можем дать ChatGPT основную идею иллюстрации, и он подготовит подробный промт для DALLE-3, учитывающий множество деталей, характеристик стиля и т. д. И по этому промту DALL-E 3 нарисует иллюстрацию.

Ты — промт-инженер :: Твоя задача — создать следующую иллюстрацию: [описываем идею иллюстрации, например: «альпинисты завтракают в горах】 :: Напиши подробный промт для DALLE-3, укажи детали композиции, проработай художественные особенности, опиши стилистику, атмосферу и настроение иллюстрации.

После того как промт будет написан, DALLE-3 сразу же нарисует иллюстрацию. Она будет отличаться детальной проработкой и стилистической выверенностью.

Иллюстрация практически идеальна (жалко, что черно-белая печать не передает деталей горного альпийского света и его отблесков), за исключением, возможно, апельсина у лап собаки.

Может возникнуть вопрос: а зачем тогда самим писать какие-либо промты, если ChatGPT с этим справляется? В первую очередь для того, чтобы DALL-E 3 учитывал наши пожелания, акценты, стиль, который мы передаем через промты. Если же особых пожеланий нет, то это вполне рабочая схема создания эффектных иллюстраций.



2. Создаем иллюстрацию к посту

С этим промтом нам не нужно подробно описывать требования к иллюстрации, ChatGPT подберет сюжет и стилистику самостоятельно. Если результат по каким-то причинам вас не устроит, просто напишите «нарисуй еще одну», при необходимости уточните необходимые корректировки, например: «сделай иллюстрацию реалистичнее и светлее» или «добавь эмоциональности».

Ты – профессиональный иллюстратор :: Создай иллюстрацию к посту, который я пришлю следом :: Иллюстрация будет опубликована в социальных сетях, размер иллюстрации 1:1 :: Иллюстрация должна отражать основные идеи поста в визуальном формате, должна быть выполнена в стиле лучших примеров журнальной иллюстрации :: Не используй текст в иллюстрации, только визуальные элементы.

Следующим сообщением присылаем текст поста.

3. Создаем иконку для сайта

Ты – профессиональный веб-дизайнер :: Создай иконку для сайта с изображением [описание изображения, например: «лупы»] :: Иконка должна быть двухцветной: [описание цветов, например: «сине-белой»], размер 1:1, flat design.

4. Создаем сет иконок для «Актуального» в Instagram

Ты – дизайнер для социальных сетей :: Нарисуй сет иконок для Instagram Highlights [характеристика аккаунта, например: «аккаунта бара»] :: Иконки должны быть круглыми :: Не используй текст в иллюстрации, только визуальные элементы.



Обращу ваше внимание, что за один раз DALL-E 3 рисует только одну иллюстрацию. Получив этот промт, он предложит идеи для сета иконок и будет рисовать их последовательно, по одной иконке за генерацию.

5. Создаем маскота

Маскот — это персонаж-талисман вашей компании, который может использоваться для рекламы, на упаковке, может фигурировать в социальных сетях. Ну, вы знаете: «Честер любит “Читос”, конфетки M&M’s, олимпийский мишка и Ко.

Помимо прочего, создание маскота — распространенная услуга, которую заказывают у дизайнеров, а чаще у иллюстраторов. И стоит она совсем не символических денег.

Дадим задачу ChatGPT придумать идею и нарисовать маскота.

Ты – бренд-дизайнер :: Придумай идею маскота для компании, которая занимается [описание деятельности, например: «промышленным альпинизмом】 :: Маскот должен быть запоминающимся, в меру забавным, при этом он должен транслировать [описание ключевых сообщений бренда, например: «силу, ловкость, чистоту»].



В ответ на данный промт ChatGPT не только нарисовал отличного маскота, но и дал подробное описание его концепции.

6. Создаем эскиз инфографики

Ты – информационный дизайнер :: Создай инфографику на тему [описание темы, например: «Как витамины влияют на здоровье кожи лица»] :: В качестве ориентира по стилю используй лучшие мировые примеры инфографики.

Инфографика получилась максимально проработанной и эффектной, но, как я и говорил выше, нейросети плохо работают (пока) с текстом в визуальных элементах. Поэтому мы можем рассматривать ее как детальный референс для дизайнера. Давайте же дополним его ТЗ.



7. Создаем ТЗ дизайнеру на основе нарисованной инфографики

На основе этой инфографики создай детальное и подробное ТЗ для информационного дизайнера, который будет создавать эту инфографику.

На выходе получаем удивительно точное ТЗ — с описанием контента, требований к стилю, описанием конкретных дизайнерских элементов и даже с календарным планом и требованием к качеству и формату итоговых файлов.

8–9. Создаем логотип

Здесь будем использовать последовательные промты:

1. Создаем пять вариантов концепций логотипа.
2. Рисуем логотип на основе понравившегося варианта.

Первый промт — создаем концепции.

Ты — бренд-дизайнер :: Предложи 5 концепций логотипа [характеристика компании, например: «салон красоты»] :: Основные требования к логотипу: [перечисляем требования, например: «позитивный, яркий, трендовый, транслирующий стремление к красоте»].

Второй промт — рисуем логотип.

На основе предложенной тобой концепции №[номер и название концепции] нарисуй логотип :: Размер логотипа 1:1 :: Не используй текст в иллюстрации, только визуальные элементы.

10. Создаем рекламный баннер

Ты – рекламный дизайнер :: Создай эскиз баннера (только визуальные элементы, без текста), на котором будут изображены [характеристика изображения, например: «загородные дома в коттеджном поселке»] :: Стиль иллюстрации должен быть основан на лучших примерах рекламных баннеров :: Оставь место для текста, но сам текст не пиши :: Размер баннера 3:2.



Текст на баннер нужно будет вставить в любом редакторе (Canva, Photoshop и т. д.).

11. Создаем дизайн упаковки для продукта

DALLE-3 лучше любой другой нейросети работает с материальным дизайном – создание продуктов и их упаковки. Давайте рассмотрим конкретный кейс – создание упаковки для молока.

Ты – специалист по материальному дизайну :: Создай инновационный дизайн картонной упаковки для молока :: Вместимость – 1 литр :: Основные акценты – свежесть, трендовость, экологичность.



Удивительно, насколько детально он подошел к проработке упаковки. Текст — все еще слабое место, но в качестве концепта эта иллюстрация подходит отлично.

Работаем с функцией image to text

Интересно, что ChatGPT позволяет работать не только в формате *text to image*, но и в обратном — *image to text*. То есть мы можем загрузить в ChatGPT изображение, чертеж или фото (с помощью все той же скрепки, доступной в платной версии ChatGPT) и дать любую задачу на его основе.

12. Создаем текст на основе иллюстрации

Вы можете загрузить фотографию своего продукта (например, созданный стилистом лук) и дать задачу написать о нем пост.

Ты — копирайтер :: Проанализируй загруженную фотографию [название продукта, например: «новой коллекции женской одежды»] и напиши о нем пост для социальных сетей :: Объем текста — до 2200 знаков :: Охарактеризуй [ключевые признаки вашего продукта, например: «какому тренду в современной моде они соответствуют, цветовые решения, характеристики ткани, покрой»], расскажи об ассортименте, опиши, для кого будет актуален данный продукт :: Пиши в стиле [второй ролевой промт, например: «fashion-блогера»] :: Пиши максимально структурно, избегай шаблонных фраз, не ограничивайся простым перечислением характеристик, пиши глубоко, транслируй любовь к своему продукту.

13. Создаем решение для сложного визуального кейса

Этот промт довольно сложно стандартизировать, поэтому приведу конкретную задачу и ее решение с помощью ChatGPT.

Предположим, вы дизайнер интерьеров и вашим читателям будет интересна рубрика о том, как вы справляетесь со сложными задачами — например, дизайн крошечной (17 м) квартиры-студии.

Вы можете загрузить фотографию (или даже план-схему) пустой квартиры соответствующего размера в ChatGPT и дать ему следующий промт:

Ты – профессиональный дизайнер интерьеров :: Твоя задача – написать пост для социальных сетей об особенностях оформления небольших квартир-студий, подобных той, что изображена на загруженной иллюстрации :: Кратко опиши ключевые сложности, которые могут возникнуть при оформлении подобной квартиры, затем перейди к списку из 10 решений, которые позволят обойти основные ограничения :: Будь максимально конкретен, каждый тезис снажай примером :: Пиши тепло, слегка иронично, транслируй уверенность :: Избегай шаблонных фраз, будь оригинал, старайся удивить читателя :: После написания поста создай фотоконцепт квартиры-студии (на основе изначально загруженного фото), в котором данная студия оформлена и обставлена мебелью в соответствии с описанными тобой рекомендациями :: Дизайн на фотоконцепте должен создавать ощущение уюта, трендовости, делать помещение визуально больше :: Квартира на фотоконцепте должна быть площадью не более 17 м².

В результате за 10 минут работы мы получим крайне полезный и интересный экспертный пост, сравнение до и после и отличную иллюстрацию дизайна, созданную без многочасовой работы с профессиональными сервисами.

14. Подбираем косметику на основе фото

ChatGPT может по-настоящему удивлять. Этот промт как раз такой. Мы можем загрузить фотографию лица женщины (крупный план, без косметики и грима) и дать следующий промт:

Ты – профессиональный косметолог :: Опиши особенности кожи женщины с загруженной фотографии, дай рекомендации по уходу, подбери подходящую косметику, будь максимально конкретен, называй конкретные продукты.

Позвольте себе привести фрагмент получившегося результата:

На изображении женщина с кожей, которая кажется увлажненной, но есть признаки покраснения и возможной раздраженности или чувствительности, особенно в области щек и носа. Также видны легкие неоднородности текстуры кожи.

Для ухода за таким типом кожи я бы порекомендовал следующее:

1. Умывальный гель.

Пример: Cetaphil Gentle Skin Cleanser или La Roche-Posay Toleriane Hydrating Gentle Cleanser. Оба предназначены для чувствительной кожи и не содержат мыла.

2. Увлажняющий крем.

Пример: Cerave Moisturizing Cream или Aveeno Eczema Therapy Daily Moisturizing Cream. Эти кремы содержат церамиды и гиалуроновую кислоту для увлажнения и глицерин или коллоидный овес для смягчения кожи.

3. Солнцезащитный крем.

И далее еще четыре пункта.

На основе этой генерации можно сделать гайд для людей с определенным типом кожи. Можно сделать подробный разбор в тексте или в видеоформате для YouTube. Можно даже провести прямой эфир или использовать на вебинаре. И для того, чтобы получить такой предметный и масштабный текст, нам понадобилось лишь загрузить фотографию.

15. Создаем подборки на основе загруженных фото

Мы можем сфотографировать наш ассортимент и дать задачу ChatGPT сделать на его основе пост с тематической подборкой. Возьмем пример с книжным магазином. Фотографируем столик с бестселлерами и пишем следующий промт:

Ты – литературный критик журнала «Афиша» :: Изучи книги на загруженном фото и выбери 7 из них для создания подборки для социальных сетей «Семь книг, которые стоит взять с собой в отпуск в 2024 году» :: Пиши воодушевленно, с любовью к каждой книге, с интеллектуальной иронией, используй грамотный язык, избегай шаблонных формулировок :: Лаконично (до 300 знаков на каждую книгу) опиши, почему каждая из этих книг скрасит ваш отдых.

Ключевое преимущество такого подхода, что эта и другие подборки будут создаваться именно на основе ассортимента вашего магазина и от вас не требуется ничего, кроме обычной (из требований по качеству только видимость названия) фотографии на телефон. Вам не придется выбирать книги, а затем вводить ChatGPT их названия и авторов, всю нужную информацию он возьмет с фотографии. По этому же промту можно создавать подборки посуды, одежды, аксессуаров, ювелирных изделий и любых других визуальных товаров, а в некоторых случаях и услуг.

16–17. Создаем ТЗ для дизайнера на основе понравившегося визуала, например лендинга, инфографики, сложной иллюстрации

Предположим, вам понравился дизайн конкретного лендинга и вы хотели бы, чтобы ваш дизайнер при работе над вашим лендингом использовал схожую стилистику, детали, шрифты (разумеется, без точного копирования). В этом случае делаем серию скриншотов дизайна, загружаем их в ChatGPT и даем следующий промт:

Ты – профессиональный дизайнер, специализирующийся на лендингах :: На основе загруженных файлов с дизайном лендинга сформируй ТЗ для дизайнера на создание похожего по структуре и стилю лендинга :: Обращай внимание на цветовые решения, расположение графических элементов, структуру, переходы между блоками, общую стилистику, шрифты, соотношение текста и визуала, общую визуальную концепцию :: Преобразуй это в понятное ТЗ на дизайн по общепринятой структуре :: Избегай полного копирования, этот лендинг должен быть референсом, а не образцом для копирования :: Будь максимально структурен.

В результате вы сможете передать дизайнериу внятное и понятное ТЗ, с конкретными характеристиками и названиями стилей, шрифтов, цветовой палитры, а не ссылку на лендинг и абстрактное «Сделай похоже».

Также можем загрузить несколько разных примеров и указать следующий промт:

Ты – профессиональный дизайнер, специализирующийся на лендингах :: Я загрузил дизайн лендингов, которые мне нравятся :: На их основе сформируй ТЗ для дизайнера на создание лендинга...

Дальше копируем вторую часть предыдущего промта.

18. Создаем промт для DALL-E 3 на основе понравившейся иллюстрации для использования стиля

Ты – профессиональный иллюстратор :: Проанализируй загруженную иллюстрацию, выдели ключевые стилистические решения, подход иллюстратора, необходимые референсы, художественные особенности :: Не описывай композицию и сюжет иллюстрации, только стиль :: На основе этого стиля сформируй фрагмент промта для DALL-E 3, который при добавлении описания сюжета генерирует максимально похожую иллюстрацию.

Обратите внимание, что здесь мы копируем не конкретную композицию (с персонажами, интерьером и т. д.), а лишь стилистику иллюстрации. В дальнейшем мы можем на ее основе создавать любые иллюстрации в похожем стиле.

ChatGPT не распознает конкретных людей на фотографиях (эх, а какой пост с обзором игроков российской сборной мог бы получиться). И не потому, что не умеет, а из соображений безопасности — распознавание лиц с помощью ChatGPT могло бы быть использовано для слежки, мошенничества на основе фотографий из социальных сетей и т. д. В общем, есть двери, в которые лучше не заходить. Даже Чату.

Ну что же, мне кажется, раздел получился информативным. Очень надеюсь, что с помощью этих промтов вы создадите немало интересных нейроиллюстраций и нейрофотографий. Добавлю, что это одна из самых увлекательных частей работы с нейросетями.

Заключение

Книга завершена. Для меня было огромной честью стать для вас проводником в мир использования ChatGPT для бизнеса и маркетинга. И я очень надеюсь, что, прочитав эту книгу, вы не только решите насущные задачи, но и отправитесь в долгое и продуктивное путешествие по захватывающей вселенной нейросетей и мои промты будут вашими помощниками и «рабочими лошадками» на этом пути.

Хочу сказать, что и для меня как автора это было крайне увлекательное и познавательное путешествие. За полгода работы над книгой я бесконечно много тестировал, оценивал и улучшал каждый из 333 промтов, чтобы получить эталонный результат. В моем ChatGPT появилось 2500+ новых генераций. И сколько же раз в процессе я говорил, обращаясь к ChatGPT: «Ого! Ты правда спрavился даже с **ТАКОЙ** задачей?!» И каждый раз убеждался, что возможности ChatGPT безграничны. Особенно в tandemе с безграничными возможностями человека.

Ну что же, теперь мы с вами снабжены промтами практически на все случаи жизни. Уверен, вы будете возвращаться к страницам этой книги снова и снова, по мере появления новых задач. Я буду крайне благодарен любой обратной связи от моих дорогих читателей. Делитесь успешными примерами реализации промтов, а также обязательно сообщите, если каких-то промтов вам

не хватило. Писать можно мне напрямую в мой Telegram @DamirKhalil.

Однако готовыми промтами работа с нейросетями не ограничивается. И в заключение я хочу дать вам векторы дальнейшего развития в теме нейросетей. А в том, что именно работа с нейросетями становится самым важным навыком современности, я абсолютно уверен, а после прочтения этой книги, думаю, не сомневаетесь и вы.

Итак, что еще важного есть в мире нейросетей?

Промт-инжиниринг. Понимание ключевых правил работы с различными категориями промтов, их сочетание, спецификации, формулы идеального промта позволит вам создавать собственные промты, которые будут максимально прицельно решать любую актуальную задачу в бизнесе и в жизни.

GPT-агенты. Удивительное явление современного ChatGPT. Технически GPT-агенты (они же GPTs) представляют собой небольшого чат-бота в интерфейсе ChatGPT, в котором сохранен промт, в который загружены все необходимые документы, и в соответствии с ним он и действует. Но на деле это универсальные AI-помощники. Например, вы можете создать AI-копирайтера, который будет писать для вас идеальные тексты по заданной теме. А специалист по онбордингу поможет каждому новому сотруднику адаптироваться в компании, обучит его всему необходимому и проэкзаменует на знание конституции компании.

У меня даже есть GPT-агент «Неуловимый Дамир», который обучен на всех моих постах, письмах, книгах, расшифровках Zoom-переговоров и к которому мои

сотрудники могут обращаться с вопросами, когда я недоступен.

Чтобы вы могли начать использовать GPT-агентов уже сейчас, я подготовил для вас подборку пяти моих лучших GPT-агентов. Вы можете скачать их по QR-коду. Это бесплатно, однако уточню, что GPT-агенты доступны только владельцам платной версии ChatGPT.



Цифровые аватары. Цифровой аватар — ваша полная AI-копия. Обычно при этих словах у всех возникает ассоциация с нелепыми, дергаными, анимированными фотографиями, говорящими металлическим голосом без выражения. Забудьте. Современный цифровой аватар умеет говорить вашим голосом практически на любом языке мира, умеет повторять вашу мимику, интонации, умеет эмоционировать. Его крайне сложно отличить от видео настоящего человека. С помощью цифрового аватара можно записывать Reels, YouTube-видео, проводить стримы и даже уроки. Создаются они с помощью специальных сервисов, которые не требуют никаких знаний 3D-моделирования, монтажа и других специфических навыков.



Работа с видео. Представьте, как заманчиво звучит мысль о том, что вы не только создаете с ChatGPT идеи и сценарии для ваших Reels и других форматов видео, но и за считанные минуты превращаете их в готовые эффектные, профессиональные видео. Для этого есть специальные нейросети: Sora, Runway, InVideo и ряд других. Здесь также есть свои особенности промт-инжиниринга, готовые решения, возможности и подводные камни.

Создание презентаций с помощью AI. В книге я упоминал специальные нейросети, предназначенные для создания презентаций под ключ: Tome.app, SlidesAI и ряд других. Навык работы с ними позволит вам в десятки раз сократить время, которое вы тратите на подготовку одной презентации в Keynote и PowerPoint.

Работа с нейроиллюстрациями. Мы затронули лишь один сервис создания нейроиллюстраций и нейрофото — DALLE-3. Его функционал и набор стилей несколько ограничены. С помощью нейросети Midjourney вы сможете создавать иллюстрации в любых стилях, с любыми сюжетами, указывать свет, план, угол съемки, особенности камеры, миксовать разные стили и реализовывать еще десятки важнейших функций, с помощью которых сможете получать иллюстрации уровня топовых мировых иллюстраторов.

Новые профессии. AI-эпоха принесла с собой целый ряд новых профессий: промт-инженер, нейросетолог, нейроиллюстратор, нейрофотограф, нейровидеограф, специалист по созданию AI-сотрудников, консультант по AI, создатель AI-автоворонок. Каждая из этих профессий помогает бизнесу усилить продажи, повысить

лояльность сотрудников, оптимизировать трудовые и финансовые затраты, внедрять тренды в свою деятельность.

Следовательно, эти профессии востребованы и хорошо оплачиваются. А уж как они интересны и как позволяют всегда быть на самом острие трендов...

AI-агентство. Один из важнейших бизнес-трендов современности. AI-агентства помогают бизнесу эффективно использовать все вышеперечисленные инструменты нейросетей. Это отличный бизнес — экологичный, рентабельный, не требующий значительных инвестиций. И главное, с понятным и прогнозируемым потоком клиентов.

Как мы можем продолжить взаимодействие?

Если книга оказалась полезной, то, возможно, у вас возник вопрос: «А как еще мы можем взаимодействовать?» Коротко расскажу о наших бесплатных и платных форматах работы с AI.

Канал «Промт дня». Вот уже полтора года, как я публикую свои лучшие промты в специальном Telegram-канале «Промт дня». Чтобы всегда быть в курсе новинок нейросетей, а также на постоянной основе получать новые эффективные промты для маркетинга, бизнеса, саморазвития и творчества, подпишитесь на канал, отсканировав QR-код.



Наши бесплатные мероприятия. Периодически я провожу бесплатные вебинары, на которых даю новейшие практические AI-инструменты, провожу воркшопы по работе с нейросетями и обучаю монетизации этих навыков.



Подпишитесь на нашу email-рассылку, чтобы всегда быть в курсе новостей нейросетей и получать информацию о наших мероприятиях.

Наша помощь во внедрении AI в ваш бизнес. Я уже говорил о том, что являюсь создателем первого российского AI-агентства Clockwork Agency. В рамках агентства мы помогаем компаниям автоматизировать все ключевые задачи бизнеса, сократить время сотрудников, затраты на ФОТ и бюджет на подрядчиков. Ссылка на агентство <http://clockwork-agency.com>.

Наш большой курс «AI-профессионал. Незаменимые бывают». Это мой курс (я не только его создатель, но и сам веду все 60 занятий), в котором я передаю свой навык максимально эффективной работы в ключевых нейросетях. Не буду говорить много, отмечу только, что он позволяет под ключ овладеть всеми необходимыми навыками: от создания AI-сотрудников и генерации сверхреалистичных нейрофотографий до создания цифровых аватаров и бизнес-плана AI-агентства. Это курс для предпринимателей, для людей, которые хотят использовать нейросети в своей работе, и, конечно же, для тех, кто хочет овладеть новыми востребованными профессиями. На сегодняшний день курс прошли уже более 1100 учеников. Для вас как для читателей моей книги мы подготовили дополнительную 10%-ную скидку.



Рекомендации наших лучших выпускников, специалистов по AI. Всем нужны специалисты по AI для бизнеса. Причем прошедшие практическое, комплексное обучение, отточившие свои навыки на сотнях конкретных задач,

идеально владеющие промт-инжинирингом. И мы можем порекомендовать вам своих лучших выпускников, которые точно знают, что и как внедрить в ваш бизнес. Напишите нам в телеграм @EleKhalilova, и мы подберем для вас оптимального сотрудника или подрядчика. Услуга бесплатная. Рекомендуем только лучших.

Я крайне самокритичный автор, но признаюсь, что этой книгой я доволен на 10 из 10. В процессе работы концепция книги росла, развивалась, обрастала деталями. Изначально отдельные темы я хотел рассмотреть обзорно, но логика книги подсказывала, что они требуют глубокого погружения, большего количества промтов, примеров использования и пояснений. И я всегда следил за этой логикой.

Спасибо каждому читателю, кто инвестировал в эту книгу самую ценную валюту — свое время.

Спасибо всем, кто не просто прочтет ее, но и сразу же начнет использовать промты для собственных задач.

Впереди — новая эпоха. Рад, что мы вступаем в нее вместе.

Дамир Халилов

Благодарности

Хочу сказать спасибо:

Всем моим читателям, ученикам, коллегам, клиентам — ваши любовь, поддержка и обратная связь очень помогали и помогают мне в работе, в том числе и над этой книгой.

Издательству «Альпина Паблишер» и Марине Красавиной — за то, что уже вторую книгу мы делаем в любви и понимании. Радостно найти по-настоящему свое издательство.

Моей маме Галине Халиловой — за мудрость, безупречное чувство вкуса и любовь к книгам, которая передалась мне.

Моей супруге Елене Халиловой — за любовь и вдохновение, за веру в меня и мое дело, за твою ценную обратную связь.

Моему отцу Нариману Халилову — за пример и ценности. Ты всегда был и будешь для меня примером. Знаю, сверху (или откуда бы то ни было) ты все видишь и прочтешь эту книгу.

Моей бабушке Ане — надеюсь, и эту книгу, как предыдущие три, ты прочтешь «от корки до корки». Живи двести лет, бабуля!

Моим детям Альберту и Миа Лауре — за смех, улыбки и за наши разговоры.

Паше Кочкину — за беседы, которые я могу вести только с тобой, за глубину, за любовь к жизни.

Никите Кабардину — за то, что открываешь во мне двери, о которых я часто не знаю сам.

Всем участникам моего Литературного Клуба Аргентины — за то, что разделяете мою страсть к Борхесу и Кортасару.

Обнимаю. Всех вместе и каждого в отдельности.

Халилов Дамир

ChatGPT на каждый день

333 промта для бизнеса и маркетинга

Главный редактор Сергей Турко

Руководитель проекта Анна Василенко

Арт-директор Юрий Буга

Дизайн обложки Алина Лоскутова

Корректоры Елена Аксёнова, Татьяна Редькина

Верстка Кирилл Свищёв

Подписано в печать 15.07.2024. Формат 60×90 1/16.

Бумага офсетная №1. Печать офсетная.

Объем 19,5 печ. л. Тираж 2500 экз. Заказ №5969.

ООО «Альпина Паблишер»

123060, Москва, а/я 28

Тел. +7 (495) 980-53-54

e-mail: info@alpina.ru

www.alpina.ru

ООО «Альпина Паблишер»,
115093, г. Москва, вн. тер. г. муниципальный округ Замоскворечье,
ул. Щипок, д. 18, ком. 1; ОГРН 1027739552136

Знак информационной продукции
(Федеральный закон №436-ФЗ от 29.12.2010 г.)

12+

Отпечатано с готовых файлов заказчика
в АО «Первая Образцовая типография»,
филиал «УЛЬЯНОВСКИЙ ДОМ ПЕЧАТИ»
432980, Россия, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 14

«АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР» РЕКОМЕНДУЕТ



Метод скользкой горки

Сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей

Дамир Халилов

О чем книга

Каждую минуту больше трех миллиардов людей делятся в соцсетях сотнями миллионов видео, сообщений, твитов, аудиозаписей, фотографий и картинок. Когда контента так много, конкуренция между брендами за внимание пользователей становится все сильнее и успех маркетинговой кампании зависит от того, как быстро вы успеваете адаптироваться к изменениям и предсказывать тренды. Чтобы победить в битве за внимание, нужно научиться увлекательно рассказывать истории и вести читателя от первого взгляда на ваш контент к целевому действию, считает Дамир Халилов, один из ведущих специалистов по SMM в России. В своей книге он рассказывает о методе скользкой горки и других универсальных техниках сторителлинга, которые используют в своей практике «звездные» сценаристы, известные писатели и опытные рекламщики. Эта книга научит создавать захватывающий, вызывающий доверие контент для социальных сетей, который запомнится аудитории и широко разойдется благодаря ряда сарафа нному радио, подскажет, как получать максимальную отдачу от продвижения и увеличить монетизацию.

Почему книга достойна прочтения

- Автор — ведущий специалист в России по SMM, руководитель образовательного проекта «Школа Дамира Халилова», популярный блогер.
- Первая книга, в которой комплексно разбираются подходы к работе с социальными сетями и новейшие контент-форматы: Reels, Stories, TikTok-видео, голосовые чаты в Telegram, Instagram, Clubhouse и др.
- Конкретные методики с пошаговыми алгоритмами работы.
- Кейсы 80+ реальных кампаний.

Книги издательской группы «Альпина»
вы всегда можете купить на сайте* alpina.ru

Я прочел все книги Дамира и всякий раз поражаюсь тому, насколько они практически полезны и применимы, несмотря на уникальность структуры каждой из книг. В этой книге Дамир использует свой любимый формат «прочитал и сразу внедрил» — конкретно, по шагам, с примерами. Хотя книга и заточена больше под бизнес и маркетинг, вы сможете использовать полученные навыки и для всех остальных сфер вашей жизни.

Андрей Гавриков,
основатель маркетинговой группы
«Комплето» и эксперт по развитию
B2B-компаний

Книга Дамира — это не просто пошаговое руководство с инструкциями, как получить много пользы от ChatGPT в контексте маркетинга и бизнеса. Эта книга — вдохновитель и пропуск в мир экспериментов с промт-инжинирингом. Благодаря ей я узнала об интересных возможностях ChatGPT, о которых не подозревала ранее, и теперь очень хочу все их потестировать самостоятельно. В общем, если вы хотите погрузиться в то, как ChatGPT может помочь вашему маркетингу и бизнесу, — обязательно прочтайте: вы получите не просто готовые советы, но и огромный задел для самостоятельных экспериментов.

Светлана Берегулина,
эксперт в маркетинге цифровых
B2B-продуктов



ДАМИР ХАЛИЛОВ — один из ведущих специалистов по SMM в России. Основал первое российское SMM-агентство GreenPR. Владелец образовательного проекта «Школа Дамира Халилова». Преподаватель Высшей школы экономики, Государственного университета управления. Спикер TEDx. Популярный блогер.

Сразу после появления в 2023 году третьей версии ChatGPT начал внедрять его сначала в свой бизнес, а затем в бизнесы клиентов и учеников. Не менее 30% своих задач автоматизирует с помощью нейросетей. Открыл первое российское AI-агентство Clockwork Agency. Консультирует крупнейшие компании России относительно внедрения нейросетей.

Эта книга поможет вам понять, как эффективно использовать ChatGPT для развития своего бизнеса. Вокруг этого инструмента сейчас очень много «пены», а вам нужны реальные методики.

Александр Фридман,
эксперт-методолог по регулярному менеджменту

Мои предыдущие попытки поработать с ChatGPT сформировали у меня впечатление, что не стоит ждать от него большего, чем от умственно отсталого школьника. Однако в этой книге Дамир показывает, как с помощью правильной постановки задач (и даже используя готовые шаблоны) можно в нескольких сферах заставить ChatGPT выдавать результат, вполне сопоставимый с результатом среднего фрилансера — только в сто раз быстрее, чем работает фрилансер, и за смешные деньги либо даже совершенно бесплатно.

Александр Левитас,
эксперт №1 по партизанскому маркетингу
в СНГ и Израиле, http://t.me/alex_levitas

ISBN 978-5-9614-9782-3



9 785961 497823

АЛЬПИНА
ПАБЛИШЕР



vk alpinabook

alpinaru

alpina