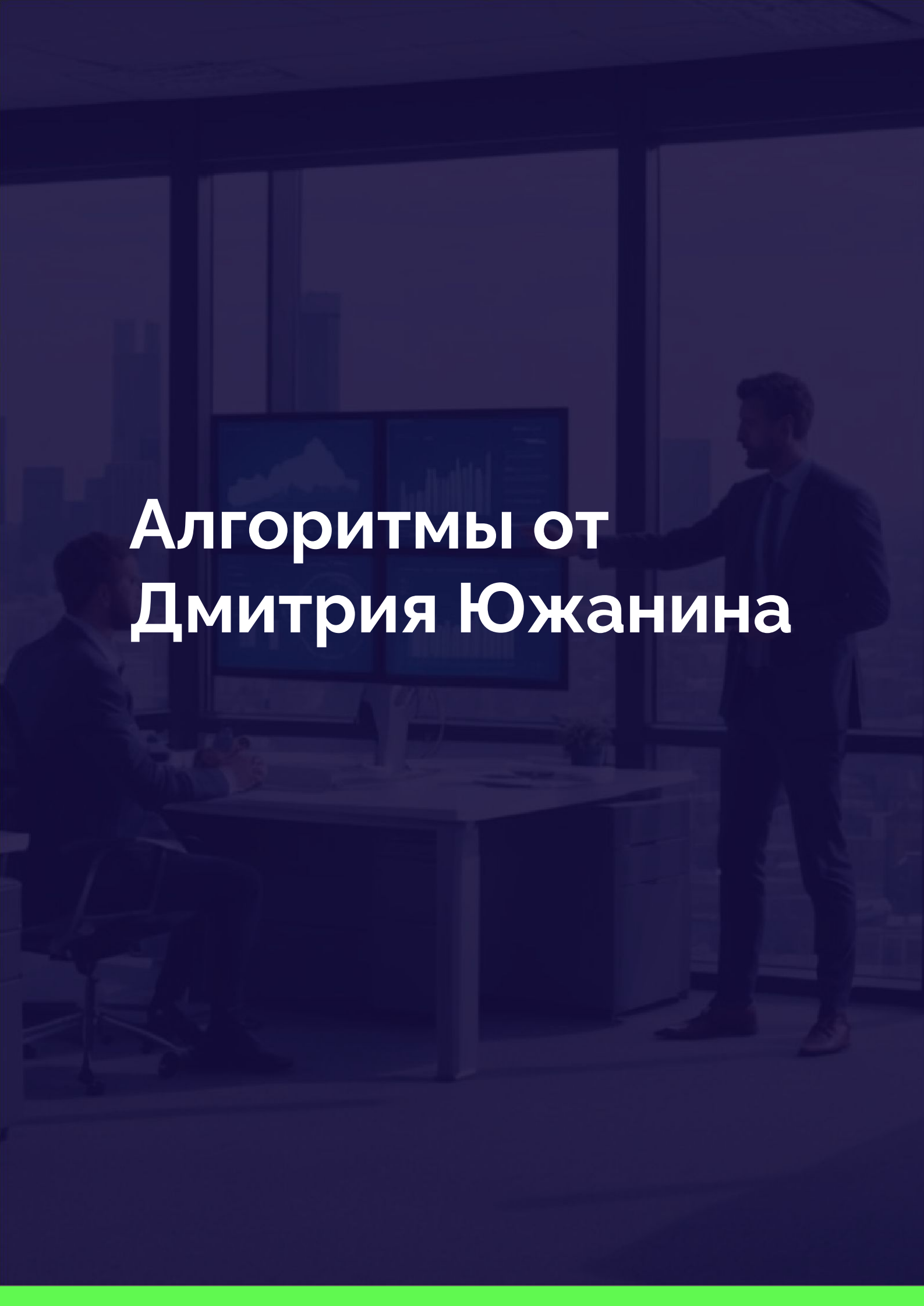


A man in a dark suit and tie stands on the right, pointing his right hand towards a large computer monitor. The monitor is on a desk and displays two side-by-side charts: a line graph on the left and a bar chart on the right. Another man, also in a suit, is seated on the left, facing the monitor. The office has large windows in the background, showing a city skyline. The entire image is overlaid with a dark blue tint.

Алгоритмы от Дмитрия Южанина

1. Как составить справочник по новой теме?

Алгоритм

- **Описать текущий контекст.** Что изучаем, нашу роль и цель, какую тему изучаем
- **Запросить список экспертов по теме.** Можно добавлять самому, если знаем кого-то, кто создавал много контента
- **Составляем план своего обучения.** Каждого эксперта превращаем в роль учителя
- **Составляем методичку.** Подключаем роль методиста для составления плана и потом пошагово его заполняем
- **ПРОВЕРЯЕМ ИНФОРМАЦИЮ!!!** Особенно технические факты и цифры. В них часто врёт

Пример промта “Запрос списка экспертов по теме”

Я маркетолог. Устроился в бизнес в сфере продаж металлорежущего инструмента и оснастки. Меня интересуют только расходные материалы типа отрезных резцов, сменных пластин, фрез и т. д. Мне нужно быстро разобраться в структуре ассортимента и специфике работы с ним, чтобы я смог технически корректно готовить маркетинговые материалы. Составь список из 4 самых важных экспертов, к которым я могу обратиться.

Пример промта “Составить план своего обучения”

В роли каждого из экспертов составь детальный и структурированный список тем, которые мне стоит изучить.

Пример промта “Составить методичку”

Как методолог образовательных курсов составь детальный и структурированный план методички для обучения, который будет включать все необходимые материалы. Структурируй их по темам. Сделай акцент на изучении самого металлорежущего инструмента, его видах и классификациях

Пример промта “Составить материал”

Опираясь на опыт всех экспертов, создай детальный и структурированный материал по:

Модуль 1: Введение в мир металлообработки

- Итог:**
- Экономия от 8 до 30 часов
 - Готовый справочник для маркетологов и продавцов по продукту
 - Экспертам в продукте не нужно объяснять базу
 - Повышение экспертности в глазах заказчика

2. Как составить запросы на генерацию масок?

Пример промта “Прямой запрос семантики”

Медицинское оборудование (B2B):

Создайте детальный и структурированный список ключевых слов и фраз, который используют, медицинские учреждения при поиске поставщиков эндоскопического оборудования.

Учтите, что нас интересуют комплексные решения и оборудование высокого ценового сегмента.

Геосинтетические материалы (B2B):

Составьте список масок запросов для Key Collector, которые помогут собрать максимально полную семантику по геосинтетическим материалам для дорожного строительства. Учитывайте, что целевая аудитория – оптовые покупатели, строительные компании и подрядчики.

Пример промта “Запрос характеристик”

Я хочу получить структурированный список характеристик [ВИД ТОВАРА/ОБОРУДОВАНИЯ]. Для каждой характеристики нужно указать:

Основное название характеристики

Синонимы или альтернативные названия этой характеристики (если есть)

Популярные или распространённые значения характеристики.

Собери по каждой характеристики максимально полный перечень значений.

Не нужно добавлять ничего, кроме этого списка характеристик в требуемом формате. Не нужны описания, пояснения или контекст — только голый список.

Формат ответа:

- Характеристика: <название характеристики>
 - Синонимы: <синоним 1>, <синоним 2>, ...
 - Значения: <значение 1>, <значение 2>, <значение 3>, ...
- Характеристика: <название характеристики>
 - Синонимы: <синоним 1>, <синоним 2>, ...
 - Значения: <значение 1>, <значение 2>, <значение 3>, ...

Повторить для всех релевантных характеристик товара. Использовать только перечисления характеристик, их синонимов и значений, без лишнего текста.

3. Как собрать информацию по ЦА?

Что собирать о ЦА

Краткое описание

Как сейчас решают задачу Кто

именно ищет решение В каких

нишах работают Ключевая

мотивация Уровень теплоты

Проблемы

Ситуации, когда нужен продукт

Задачи

Как ищет решение

Критерии выбора

Сомнения, возражения

Фразы, термины Прочее

важное

Пример промта “Собрать сегменты”

Для продукта [название продукта/услуги] разработайте варианты сегментации целевой аудитории, опираясь на несколько подходов, рекомендованных ведущими экспертами:

Классическая маркетинговая сегментация (Филип Котлер):

Рассмотрите демографические (возраст, пол, доход, местоположение), психографические (интересы, ценности, стиль жизни) и поведенческие признаки (частота покупок, лояльность бренду, реакция на промоакции).

Предложите список 3–5 сегментов, каждый с чётко прописанными отличительными характеристиками.

Buyer Personas (Адель Ревелла и Тони Замбито):

Сформируйте сегменты на основе глубокой проработки пользовательских личностей: мотиваций, барьеров, триггеров и сценариев использования.

Создайте 2–4 персоны с именами, образами и контекстами применения продукта, отражающими реальные ситуации, в которых ЦА рассматривает покупку.

Аналитически-ориентированная сегментация (Авинаш Каушик):

Опирайтесь на данные веб-аналитики, источники трафика, поведенческие метрики и воронку продаж.

Сформируйте 2–3 сегмента, основанных на поведении в онлайне: от новичков, случайно пришедших из поискового трафика, до постоянных клиентов, взаимодействующих через e-mail и ретаргетинг.

Jobs To Be Done (Клейтон Кристиensen):

Разделите аудиторию по «работам», которые продукт «выполняет» для клиентов. Учтите функциональные, эмоциональные и социальные задачи, которые люди стремятся решить.

Предложите 2–3 сегмента, каждый из которых отражает уникальную «работу», ради которой пользователь «нанимает» продукт.

Сформируйте итоговый список сегментов, сгруппированный по указанным подходам, и кратко прокомментируйте, чем каждый подход к сегментации может быть полезен при планировании PPC-кампаний.

Пример промта “Составить подробное описание”

Исходя из следующего выбранного сегмента целевой аудитории: [вставьте название или краткое описание сегмента из ранее сформированного списка], опишите этот сегмент максимально детально, используя следующие принципы и шаги:

Buyer Personas (Адель Ревелла, Тони Замбито):

Опишите ключевые характеристики выбранного сегмента: демографические и психографические особенности, мотивацию, цели и приоритеты.

Выявите основные «боли» (проблемы и неудобства), с которыми сталкивается сегмент, а также «триггеры» (события или ситуации, побуждающие к поиску решения). Определите факторы выбора продукта: какие характеристики, ценности или свойства товара наиболее значимы для принятия решения?

Зафиксируйте специфическую терминологию, язык и фразы, которые этот сегмент использует при описании своей проблемы или при поиске решений.

Jobs To Be Done (Клейтон Кристиensen):

Определите главную «работу», которую продукт выполняет для этого сегмента. Постарайтесь охватить функциональный, эмоциональный и социальный аспекты. Опишите, как понимание этой «работы» поможет позиционировать продукт в рекламных сообщениях, делая их более релевантными и чёткими.

Аналитика и поведение (Авинаш Каушик):

Оцените, как этот сегмент взаимодействует с цифровыми каналами. Какие каналы используются для поиска информации, как ведут себя на сайте, какие страницы или контент наиболее интересны?

Определите поведенческие паттерны: на каком этапе воронки продаж они обычно находятся, сколько времени уделяют поиску, сколькими касаниями с брендом пользуются, прежде чем принять решение.

На выходе сформируйте целостный портрет выбранного сегмента ЦА, в котором чётко отражены его боли, триггеры, факторы выбора, ключевые слова и выражения, а также функциональные и эмоциональные задачи, которые этот сегмент стремится решить с помощью продукта.

Ваша цель – создать детальное, реалистичное описание, которое поможет настраивать более точный таргетинг, улучшать креативы и оптимизировать PPC-кампании.

4. Пример промта “Обработка отзывов”

Выше представлен блок с отзывами о продукте.

Проанализируй их и выдай следующие результаты:

1. Ключевые сильные стороны продукта, которые ценят клиенты.
2. Основные недостатки или жалобы, отмеченные пользователями, и рекомендации по их нейтрализации в рекламе.
3. Характеристики или функции продукта, которые чаще всего вызывают позитивный отклик.
4. Возможные уникальные торговые предложения (УТП), сформулированные на основе полученных инсайтов. Подай результат в формате списка с чёткой иерархией: сначала сильные стороны, затем недостатки с рекомендациями, далее ценные характеристики и в конце потенциальные УТП.

5. Как собрать вопросы для кастдева

экономия от 30 мин до 3 часов

Используем ChatGPT 4.5 или o1

Алгоритм

- Даём вводные: контекст о компании и целях интервью
- Из роли эксперта по custdev просим составить вопросы
- Из роли Steve Blank, Eric Ries и Rob Fitzpatrick. проверяем вопросы
- Просим скорректировать вопросы под нашу ЦА
- Проверяем вопросы на соответствие принципам кастедвов

Как улучшить качество проведения интервью?

экономия ≈1-2 часов

Используем Gemini 2.5 Pro или ChatGPT o1

https://aistudio.google.com/app/prompts/new_chat

Алгоритм

- Загружаем транскрипт
- Просим подсветить сильные и слабые стороны интервью

Пример промта “Анализ кастдевов”

Действуй, как эксперт по маркетингу с опытом проведения custdev. Я предлагаю выделить два сегмента: регулярные закупки и под проект. Составь по каждому сегменту подробное, детальное и структурированное описание. В описание обязательно включи: ключевые факторы выбора, инструменты поиска поставщиков, основные выводы. Используй только информацию из интервью. Вытаскивай факты.

- Итог:**
- Экономия 10-20 часов на каждом кастдеве
 - Повышение качества проводимых интервью
 - Скорость проведения кастдевов увеличилась на ≈15-20%

6. Алгоритм работы с постами в соцсетях

- Задать нужный контекст
- Загрузить референсы
- Дать название этому стилю
- Загрузить фактуру или расшифровку аудио
- Даём промт на написание текста на основе фактуры в нужном стиле

7. Создание текста для объявлений

Какие тексты создаём с ИИ?

- Тексты рекламных объявлений
- Структура и текст для лендингов
- Контент для соцсетей
- Структуру и тексты для презентаций

Пример промта “Текст для объявления”

Изучи описание ЦА и продукта в файле. Выступай в роли копирайтера текстов для контекстной рекламы с опытом более 5 лет.

Составь тексты объявлений для контекстной рекламы в Яндекс Директ.

Текст в объявлении не должен превышать количественные ограничения: заголовок — 56 знаков (включая пробелы и знаки препинания), одно слово не более 22 символов;

дополнительный заголовок — 30 символов и 15 знаков препинания, одно слово не более 22 знаков. Показ дополнительного заголовка не гарантирован; текст объявления — 81 символ и 15 знаков препинания, одно слово не более 23 знаков (текст объявления может быть обрезан в зависимости от места показа).

Сделай сильные объявления. Используй факты, цифры и конкретику. Делай акцент на ключевые проблемы и факторы выбора ЦА

8. Алгоритм работы с изображениями

- В ChatGPT загружаем описание ЦА, текст оффера и просим дать идеи для изображений. Ограничиваем существующими объектами
- В MidJourney создаём по описанию и быстро тестим идею

На случай, если MidJourney не справляется:

- Ищем референс (Например в <https://www.pexels.com/>)
- В ChatGPT просим описать
- Просим изменить в описании то, что хотим исправить
- В Gemini (<https://gemini.google.com/>) создаём уникальное изображение

- Итог:**
- Экономия от 6 до 15 часов в месяц
 - Можем тестить то, что раньше было невозможно или слишком дорого
 - Нет затыка по креативности и зашоренности при долгой работе с проектом

9. Как автоматизировать подведение итогов? Пример промта

В файле автоматический транскрипт созвона с клиентом маркетингового агентства «Сделано».

Сохраняй детали и факты в задачах. Выдели:

1. Какие решения были приняты
2. Кто и что должен сделать

Эти итоги Анна (наш аккаунт) будет отправлять клиенту в мессенджер

Сделай это лаконично и структурированно

10. Ищем бутылочное горлышко с помощью ТОС

— Загрузите данные для составление НЖЯ (переписки, транскрипты, данные из систем управления проектами)

Промт:

Вы — старший аналитик ТОС.

Задача: на основе исходных материалов построить Дерево текущей реальности (ДТР) для поиска корневого ограничения.

Ниже будет блок START_SOURCE — END_SOURCE.

Проанализируй всё внутри блока: это могут быть отчёты, письма, Jira-тикеты, аудио-транскрипты, интервью.

Правила работы:

1. Читай дословно, не пропуская «мусор».
2. Не теряй ссылок на оригинальные фразы (нумеруй).
3. Будь готов к русскому и английскому тексту.

START_SOURCE

(сразу после этой строки вставьте ваши материалы одним куском)

END_SOURCE

— Составляем список НЖЯ

Промт:

Используй материалы из блока START_SOURCE.

1. Найди все высказывания, факты или метрики, которые описывают проблемы, симптомы, конфликты.
2. Сконденсируй каждый пункт до одной чёткой формулировки в форме «Существительное + глагол + дополнение».
3. Выведи НЖЯ нумерованным списком (№, цитата-ссылка).

Проверки (сделай до вывода):

- Явление описывает *реальность*, а не пожелание.
- Отсутствуют дубли.
- Нет скрытых причин («потому что»).

Ответ только в виде:

НЖЯ-1 «...»

НЖЯ-2 «...» ...

— Кластеризация НЖЯ по смысловым блокам

Промт:

На основе списка НЖЯ сгруппируй их в 3-7 логических кластеров — «пучков».

Формат вывода:

Кластер А — «Название»

НЖЯ-3, НЖЯ-7, НЖЯ-11

Кластер В — «Название»

НЖЯ-1, НЖЯ-2, ...

— Построение первичных причинно -следственных связей

Промт:

Составь пары «причина → следствие» между НЖЯ, начиная с самых частых причин.

Правила Голдратта:

- Причина всегда хронологически/логически предшествует следствию.
- Формулировки без модальных глаголов («может», «должен»).
- Избегай циклов.

Вывод:

CAUSE (НЖЯ-Nº) → EFFECT (НЖЯ-Nº) #фраза-переход

...

— Сборка дерева и логическая проверка

Промт:

1. Объедини пары в одно дерево.
2. Проверь каждое ребро по 5 категориям обоснованности («Categories of Legitimate Reservations»):
 - а) Ясно ли?
 - б) Существует ли причина?
 - в) Хватает ли причины?
 - г) Приведёт ли всегда?
 - д) Нет ли замкнутого круга?
3. Поправь слабые связи, пометь их *звёздочкой*.

Вывод: обновлённый список рёбер.

— Поиск корневого ограничения

Промт:

Используя дерево:

1. Найди узлы, у которых только исходящие стрелки (net outflow > 0, inflow = 0).
2. Сведи их до одного-двух «ядерных ограничений» (If ... then...).
3. Проверь, что устранение ядра устраняет ≥ 80 % НЯ.

Вывод:

Корневое ограничение: «...»

Пояснение (2–3 предложения).

Список НЯ, закрываемых этим ограничением.

Построй Mermaid-код итогового дерева реальности

11. Чистка минус слов

Проанализируй ключи которые получилось выше
На основе этих ключе составь список минус слов для
поисковой кампании в Яндекс Директ.

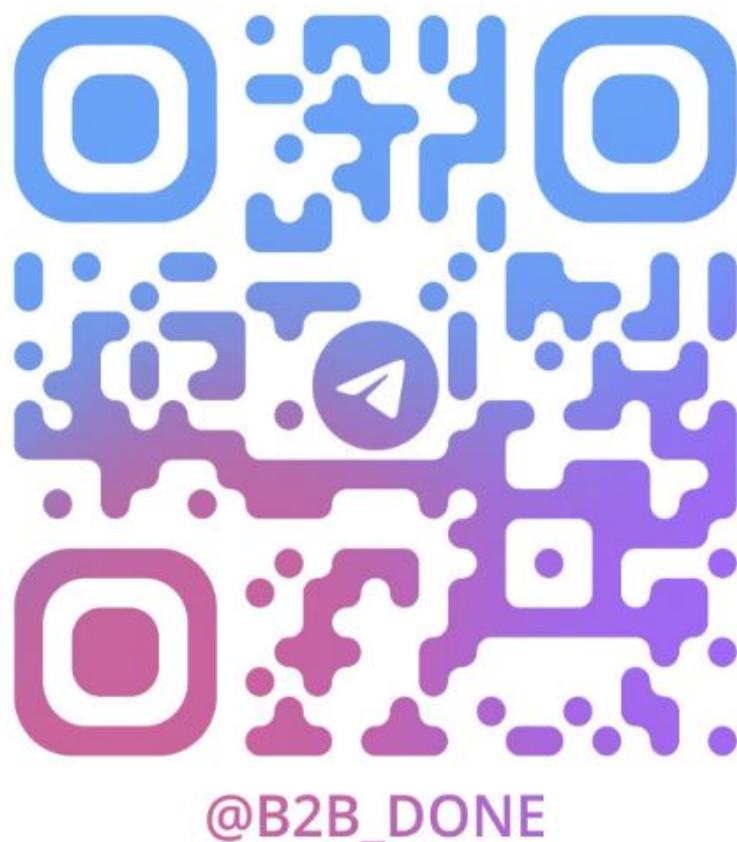
Учитывай описание ЦА и продукта.

Важно отсеять:

- розничный спрос и частников
- информационные запросы
- Важно сохранить
- запросы от профессиональных закупщиков с характеристиками и единицами измерения

Минуса сгруппируй по смысловым группам, чтобы их было
проще проверить на корректность

12. Подписывайтесь на меня в ТГ ↓



Инструменты ИИ



Fireflies — <https://fireflies.ai/>

- Транскрипт созвонов в ZOOM, GMeet и т.д. а также аудио- и видеофайлов



Gemini — <https://aistudio.google.com/app/prompts/>

- Формирует итоги созвона на основе транскрипта
- Отлично подходит для построения персонального учебника по новой теме.



NotebookLm — <https://notebooklm.google/>

- Для поиска цитат



Perplexity — <https://www.perplexity.ai/>

- Ускоряет сбор данных в интернете