

— БЕСПЛАТНЫЙ МАТЕРИАЛ

Библиотека промптов «Запуск бизнеса»

12 готовых промптов по этапам запуска — ниша, конкуренты, тексты, финмодель — с правилами применения, по которым нейросеть выдаёт рабочий результат, а не воду.

ДЛЯ КОГО ЭТОТ ДОКУМЕНТ

Тем, кто выбирает нишу и хочет проверить идею до первого вложенного рубля

Тем, кто сам делает тексты, рекламу и финмодель — и хочет снять недели черновой работы

Тем, кто уже пробовал нейросети и получал «воду» вместо результата

01 Правила работы + Этап 1: проверка ниши

5 правил, без которых промпты не работают

☐ Дайте модели роль и запретите комплименты

правило №1

«Выступи инвестором, который теряет свои деньги» даёт жёсткий разбор; «помоги оценить идею» — похвалу. Хвалебный ответ бесполезен.

☐ Заполняйте все [скобки] цифрами: город, население, метраж, бюджет

перед каждым промптом

Промпт без конкретики возвращает «среднее по интернету». Чем точнее вход, тем полезнее выход.

☐ Требуйте формат: таблица, список, 3 варианта

в каждом промпте

Иначе получите эссе, из которого нечего скопировать в работу.

☐ Первый ответ — черновик: дожимайте уточнениями

2–3 итерации

«Углуби пункт 4», «на чём основан вывод?», «дай контрпример» — 2–3 итерации заметно поднимают качество ответа.

☐ Каждую цифру проверяйте руками — модель уверенно выдумывает статистику

критично

Спрос — Вордстат, цены — сайты и тайный звонок конкуренту, законы — ФНС и Госуслуги, локация — ногами в субботу днём. У нас перед каждым запуском город проходит и через промпты, и через объезд торговых центров с подсчётом трафика: промпт даёт каркас, ноги дают факты.

ПРОМПТ 1 • КРИТИК НИШИ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Выступи инвестором, который вкладывает собственные 10 млн руб и не хочет их терять. Я планирую открыть [формат бизнеса] в городе [город, население, средняя зарплата]. Назови 5 главных причин, почему проект провалится именно здесь: спрос, конкуренция, сезонность, аренда, команда. Для каждой причины — как проверить риск за 7 дней без бюджета и какой результат проверки означает «стоп». В конце: при каких 3 условиях ты бы всё-таки вложился. Без комплиментов и общих слов.

ПРОМПТ 2 • КАРКАС ИССЛЕДОВАНИЯ СПРОСА

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Составь план проверки спроса на [нишу] в [городе] за 2 недели: 15 поисковых запросов для Вордстата (wordstat.yandex.ru) с разбивкой на «горячие» (готов купить) и «информационные»; по горячим — как оценить цену клика через «Прогноз бюджета» Яндекс Директа; как посчитать конкурентов в радиусе 3 км по Яндекс Картам и 2ГИС и что значит их количество; 5 площадок, где сидит аудитория (VK-сообщества и Telegram-каналы города, форумы); анкету из 8 вопросов для опроса 30 человек — без навязывающих вида «купили бы вы»; и 3 признака, по которым я пойму, что спроса нет и нишу надо менять.

01 Правила работы + Этап 1: проверка ниши — продолжение

ПРОМПТ 3 · СЕГМЕНТЫ КЛИЕНТОВ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Опиши 3 сегмента клиентов для [формата] в городе [население, особенности]. Для каждого: кто он, повод визита, кто принимает решение и кто платит (это бывают разные люди — например, ребёнок и мама), какой чек «комфортно» и какой «дорого», в каких каналах его ловить (поиск Яндекса, карты и навигаторы, VK-сообщества города, Telegram-каналы, чаты родителей, HR компаний для корпоративов), главное возражение перед покупкой. В конце — какой сегмент брать первым и почему.

02 Этап 2: конкуренты и позиционирование

Сначала соберите сырьё — промпты работают только на реальных данных

01 Выпишите 5–7 конкурентов из Яндекс Карт и 2ГИС 30 мин

Берите не только прямых: за досуг семьи конкурируют кино, батуты и фудкорты — клиент выбирает между всеми. Заодно зафиксируйте их рейтинг и число отзывов.

02 Скопируйте по 20–30 свежих отзывов на каждого 40 мин

Сортировка «сначала отрицательные» — там сырьё для карты жалоб; отзывы старше двух лет пропускайте. Перед запуском одного из наших центров самой частой жалобой у соседних площадок оказалось не «дорого», а «непонятно, что входит в день рождения — доплаты выясняются на месте». Эта находка ушла прямо в оффер: фиксированные пакеты с полным составом на сайте — и в заголовки Директа.

03 Зафиксируйте цены, офферы и рекламу со скриншотами 30 мин

Цена на сайте и по телефону часто различается — уточняйте как клиент. Вбейте горячие запросы в Яндекс и сохраните, кто и с какими заголовками рекламируется.

04 Позвоните 2–3 конкурентам под видом клиента 20 мин

Скорость ответа, скрипт, попытка допродажи — этого не видно ни в отзывах, ни на сайте.

ПРОМПТ 4 · ТАБЛИЦА КОНКУРЕНТОВ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Вот описания, цены, отзывы и рекламные заголовки конкурентов: [вставьте собранное]. Сделай сравнительную таблицу: оффер · цены · сильные стороны · слабые места из отзывов · как отстроиться. Отдельной строкой — чего не делает никто из них. В конце — 3 свободные ниши позиционирования и для каждой честный ответ: почему это место до сих пор никто не занял.

ПРОМПТ 5 · КАРТА ЖАЛОБ КЛИЕНТОВ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Проанализируй отзывы: [вставьте 60–100 отзывов]. Сгруппируй жалобы по темам, отсортируй по частоте. Для каждой темы: цитата-пример, что клиент хотел на самом деле, и как новый игрок закрывает эту боль на уровне процесса — регламентом, стандартом, чек-листом персонала, а не рекламным обещанием. Отдели жалобы «дорого» от жалоб «не за что платить» — это разные проблемы с разными решениями.

02 Этап 2: конкуренты и позиционирование — продолжение

ПРОМПТ 6 · ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

На основе слабостей конкурентов [список из таблицы промпта 4] сформулируй 3 варианта позиционирования для [формата]: формула «для кого · что получает · почему у нас», слоган до 6 слов, первый заголовок для Яндекс Директа (до 56 знаков) — и что придётся реально изменить в продукте, чтобы обещание не было пустым. Отбрось вариант, который любой конкурент скопирует за неделю.

03 Этап 3: имя, лендинг и первый трафик

ПРОМПТ 7 • НЕЙМИНГ И СЛОГАН

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Придумай 15 названий для [формата] в [городе]: 5 описательных, 5 эмоциональных, 5 коротких (до 8 букв) под домен и вывеску. К трём лучшим: слоган до 6 слов, проверка на негативные ассоциации и двусмысленности, варианты свободных доменов в зоне .ru. Исключи кальки с названий конкурентов и заезженные слова «мир», «планета», «империя». Затем предложи, как проверить каждое название на 10 живых людях за один день.

ПРОМПТ 8 • ТЕКСТЫ ЛЕНДИНГА

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Напиши структуру и тексты лендинга для [формата] в [городе]. Блоки: заголовок-оффер, повторяющий горячий запрос из Вордстата (человек из рекламы должен увидеть то, за чем кликал); 3 боли аудитории из карты жалоб → 3 решения с фактами; блок цен с самым продаваемым тарифом в центре; 5 вопросов FAQ, включая честный ответ на «почему так дорого»; карта с кнопкой «построить маршрут»; форма заявки с одним полем — телефон. Тон — как в этом примере: [вставьте 2–3 абзаца текста, который вам нравится]. Запрещены: «уникальный», «команда профессионалов», «широкий спектр», восклицательные знаки.

ПРОМПТ 9 • КОНТЕНТ-ПЛАН И ПОСЕВЫ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Составь контент-план на 30 дней для [формата] в [городе]: 3 поста в неделю в ротации польза → закулисье → соцдоказательство для сообщества VK, плюс 4 поста-посева для городских пабликов и Telegram-каналов (нативные, без «мы открылись — приходите») и 2 инфоповода для местных СМИ. К каждому посту: хук первой строки до 10 слов, идея визуала, который снимается на телефон за 15 минут, и призыв. Аудитория: [сегмент из промпта 3].

03 Этап 3: имя, лендинг и первый трафик — продолжение

Приёмка текстов и выход в каналы — порядок действий

- ☐ **Вычистите ИИ-штампы и прочитайте вслух** 20 мин на текст

«В современном мире», «не секрет, что», «погрузитесь в атмосферу» — маркеры генерации. Перепишите места, где спотыкаетесь: сырую генерацию понижают и читатели, и поисковики.
- ☐ **Сверьте каждый факт и каждое обещание с реальностью** критично

Цены, адреса, режим работы модель подставляет наугад. Написали «парковка у входа» — она должна быть: несоответствие превращается в низкие оценки, а рейтинг ниже 4,5, по нашему опыту, заметно режет поток с карт.
- ☐ **Название — через базу Роспатента (ФИПС) до заказа вывески** до вывески

Если товарный знак занят, правообладатель вправе требовать компенсацию — по закону до 5 млн руб. Свободное имя регистрируйте: заявка подаётся онлайн через сайт ФИПС или Госуслуги.
- ☐ **Карточки в Яндекс Картах и 2ГИС — в день публикации лендинга** 0 руб

У нас карточки приносят первые заявки ещё до включения рекламы: люди ищут «чем заняться» прямо в навигаторе. Заполните всё — фото, цены, кнопку записи — и с первого дня собирайте отзывы по QR-коду на стойке.
- ☐ **Яндекс Директ — на горячие запросы из промпта 2** неделя 1-3

Старт через Мастер компаний, обязательно Метрика с целями на звонок и форму — без целей вы не увидите цену заявки. Вход от 300 руб в день, тест 2-3 недели; решение принимайте по цене заявки, а не по кликам.
- ☐ **VK Реклама — гео-таргет 3-5 км вокруг локации** неделя 2-4

Ведите в сообщения сообщества, а не на внешний сайт: конверсия в диалог выше, а диалог для локального бизнеса — почти заявка. Метрика — цена начатого диалога.

04 Этап 4: финмодель + что дальше

ПРОМПТ 10 • ПОЛНЫЙ СПИСОК ЗАТРАТ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Составь полный список статей затрат на запуск [формата] площадью [м²] в [городе]: разовые (ремонт, оборудование, вывеска и её согласование, онлайн-касса по 54-ФЗ, ПО, обучение команды, предзапусковый маркетинг — реклама включается за 3–4 недели до открытия, а не в день открытия) и ежемесячные (аренда, ФОТ со страховыми взносами ~30% сверху, маркетинг, эквайринг, коммуналка). Обязательно включи то, что забывают: оборотный капитал на 3 месяца, обеспечительный платёж по аренде, лицензии на музыку для публичного пространства (РАО/ВОИС), резерв 10% на форс-мажор. Отметь статьи, где новички ошибаются на 30% и больше.

ПРОМПТ 11 • СКЕЛЕТ ФИНМОДЕЛИ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Собери структуру финмодели в Google Таблицах для [формата]: лист юнит-экономики (средний чек, переменные затраты, маржинальная прибыль); лист маркетинга — сколько заявок в месяц нужно для плановой выручки при конверсии из заявки в визит [X%] и какой рекламный бюджет это требует при цене заявки [Y руб]; лист P&L на 24 месяца с сезонностью [опишите сезонность ниши]; точка безубыточности в выручке и в клиентах в день; срок окупаемости. Дай формулу для каждой ячейки и отметь 5 ячеек-допущений, к которым итог чувствительнее всего. Цифры не выдумывай — подставляю свои.

ПРОМПТ 12 • СТРЕСС-ТЕСТ МОДЕЛИ

СКОПИРУЙТЕ И ПОДСТАВЬТЕ СВОЁ

Вот моя финмодель: [вставьте допущения и цифры]. Найди нереалистичные допущения и проверь логику: сколько клиентов в день нужно для этой выручки и реально ли это при таком трафике локации и такой цене заявки. Посчитай 3 сценария: выручка -30%, аренда +20%, открытие позже на 2 месяца. Для каждого — в какой месяц наступает кассовый разрыв, сколько денег держать в резерве и какие 2 решения принять заранее, а не в момент кризиса.

04 Этап 4: финмодель + что дальше — продолжение

Что дальше

Цифры выручки из нейросети не бывают вашими

Модель усредняет интернет и всегда оптимистична. В финмодель ставьте либо факт с работающих объектов, либо пессимистичный сценарий из промпта 12 — не «средний».

граница ИИ

Обопритесь на бесплатную инфраструктуру

Центры «Мой бизнес» — консультации и субсидии; мсп.рф — подбор мер поддержки под регион; регистрация ИП онлайн через сервис ФНС или Госуслуги — без пошлины (на бумаге — 800 руб, актуальные условия проверьте на сайте ФНС); Т-Банк и Точка регистрируют бизнес и открывают счёт бесплатно, с выпуском электронной подписи — условия уточняйте на сайтах банков.

0 руб

Если ниша — развлекательный центр, черновики уже можно не делать

Мы запускаем центры под ключ: 15 действующих, 0 закрытий. Финмодель считаем на фактических цифрах своих объектов, а не на генерациях. Инвестиции 5–23 млн руб, окупаемость от 12 месяцев, запуск за 2–4 месяца. Пришлём расчёт под ваш город.

+7 977 715-71-18 ·
team-business.ru