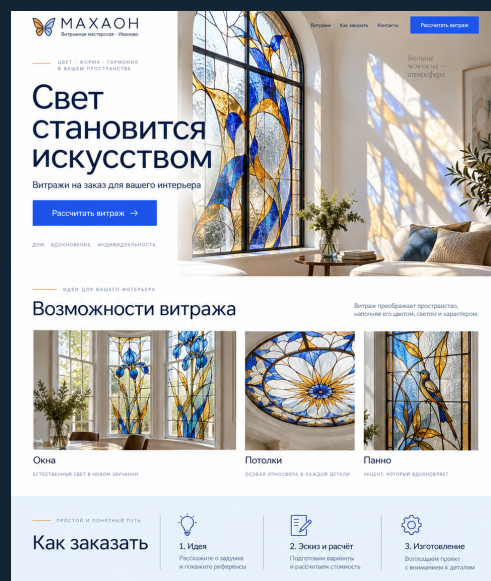
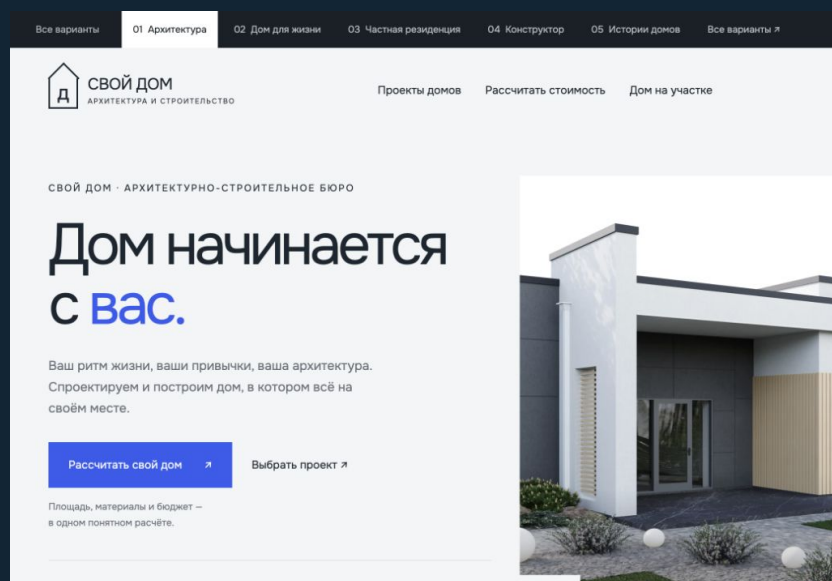


ИИ в работе

Что мы сделали в Иванове

Сайты, дизайн, SEO-планы
и реальные рабочие задачи



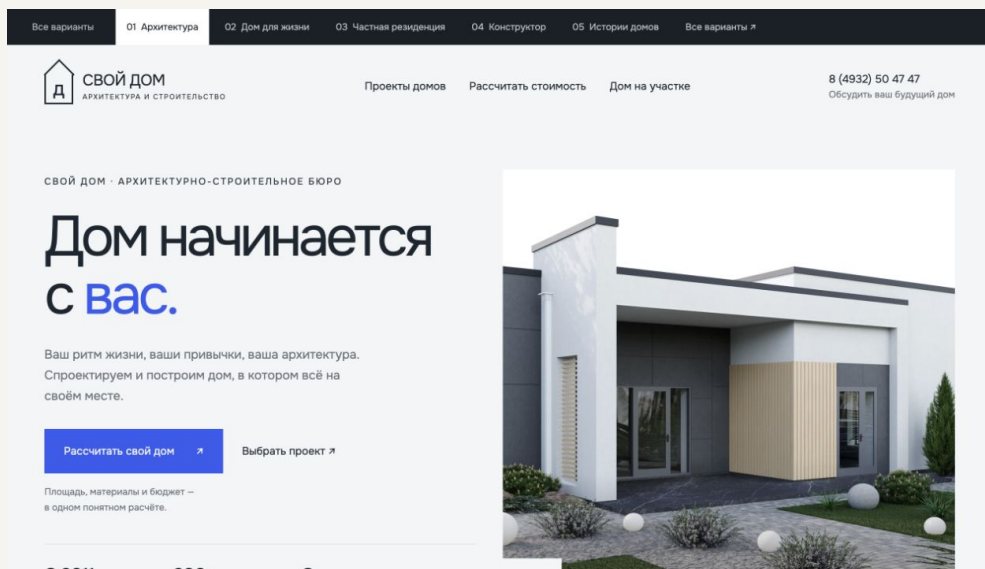
10 разборов · 25 вариантов веб-дизайна
Сохранённые результаты и шаги для повторения

Павел Пресняков

По материалам семинара «ИИ-агенты:
другие правила работы и бизнеса»

Рабочий день, который можно показать

Почему мы разбирали конкретные задачи бизнеса



Опубликованный дизайн-прототип «Свой дом». Снимок страницы сделан при подготовке статьи.

Сегодня, 25 сентября, в Иванове прошёл семинар «ИИ-агенты: другие правила работы и бизнеса». Для меня его главный смысл — показать путь от устной задачи к результату, который можно открыть на экране, изучить и проверить. В такой работе быстро становится видно, где ИИ уже полезен, какие исходные данные ему нужны и в какой момент решение должен принять человек.

Эта статья собрана по рабочим чатам и сохранённым результатам за последние четыре часа перед подготовкой материала. Здесь есть сайты, визуальные варианты, исследовательские таблицы, технические задания и одна выполненная рассылка. Это выборка проектов, а не поминутная расшифровка выступления и не полный протокол семинара.

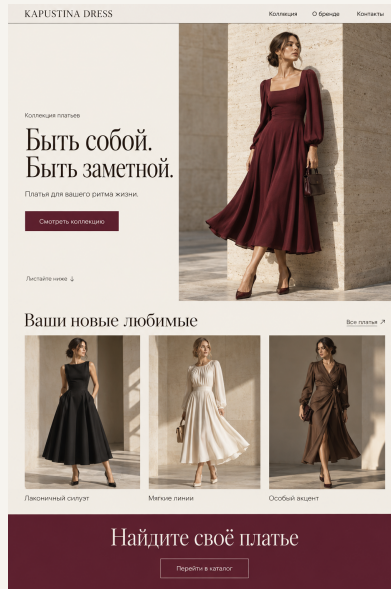
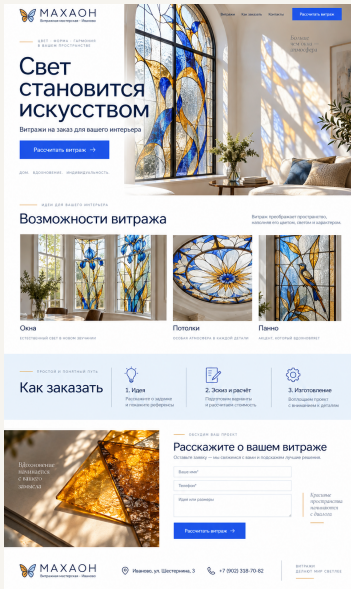
Задачи очень разные. Строительной компании нужен понятный расчёт дома. Витражной мастерской — выразительная подача продукта. Клиника хочет понять, какие страницы создавать для поиска. Юристу нужен помощник, который опирается на материалы практики. Общая точка у них одна: сначала приходится описать, что именно должно получиться и по каким признакам мы примем работу.

Я предлагаю смотреть на примеры как на последовательность решений. Где мы начали с нескольких направлений? Где понадобилась таблица? Что уже стало веб-страницей, а что пока существует в виде концепции? Эти различия помогают увидеть реальную пользу каждого результата и спланировать продолжение.

Полезный результат можно предъявить и проверить.

Что осталось после работы

Десять задач и разные уровни готовности



Три разных визуальных направления из сегодняшних задач. Все показанные здесь макеты — концепции.

В пяти веб-задачах подготовлено по пять вариантов: «Свой дом», «Махаон», Cutting Time, Kapustina Dress и концепции женского сообщества. Получается 25 вариантов веб-дизайна в разных форматах. Для первых двух направлений есть опубликованные веб-версии. В остальных трёх случаях в эту подборку вошли изображения макетов.

Отдельный блок — квартира под аренду: пять интерьерных концепций, альбом и таблица сметы. В SEO-задачах результаты имеют другой вид: для «Аниты» это техническое задание и Excel с 405 отобранными формулировками запросов; для строительного проекта — карта 324 запланированных страниц и ТЗ на 22 страницы.

В юридической задаче подготовлен перечень материалов для будущего помощника. Сам агент и подключения к внутренним системам ещё не созданы. В коммуникационной задаче результатом стала проведённая рассылка: 120 доставленных email и одно письмо, отправка которого была запрещена настройками подтверждения адреса.

Эти цифры описывают объём сохранённых результатов. Они не показывают рост продаж, число клиентов или посещаемость семинара. В частности, количество зарегистрированных людей в рассылке нельзя превращать в число людей в зале. Для бизнес-эффекта после запуска нужен отдельный период наблюдения и измерения.

Фиксируйте формат и статус рядом с каждым результатом.

«Свой дом»: выбор начинается с параметров

Пять вариантов сайта с общим калькулятором

Интерфейс калькулятора. Показанные суммы — демонстрационный ориентир, а не смета компании.

Исходная задача звучала предметно: сделать пять разных HTML-вариантов сайта и встроить расчёт дома. Посетитель должен выбирать площадь, этажность, стены, облицовку, крышу и фундамент. Под получившийся запрос нужны подходящие типовые проекты. Такой бриф сразу задаёт пользовательский сценарий, а не ограничивается пожеланием «сделать красиво».

В результате появились архитектурный минимализм, тёплая семейная подача, тёмный премиальный стиль, вариант с конфигуратором на первом экране и журнальное направление. Важный приём — сохранить одну функциональную основу. Так можно сравнивать оформление, не теряя уже выбранные параметры и не получая пять несопоставимых расчётов.

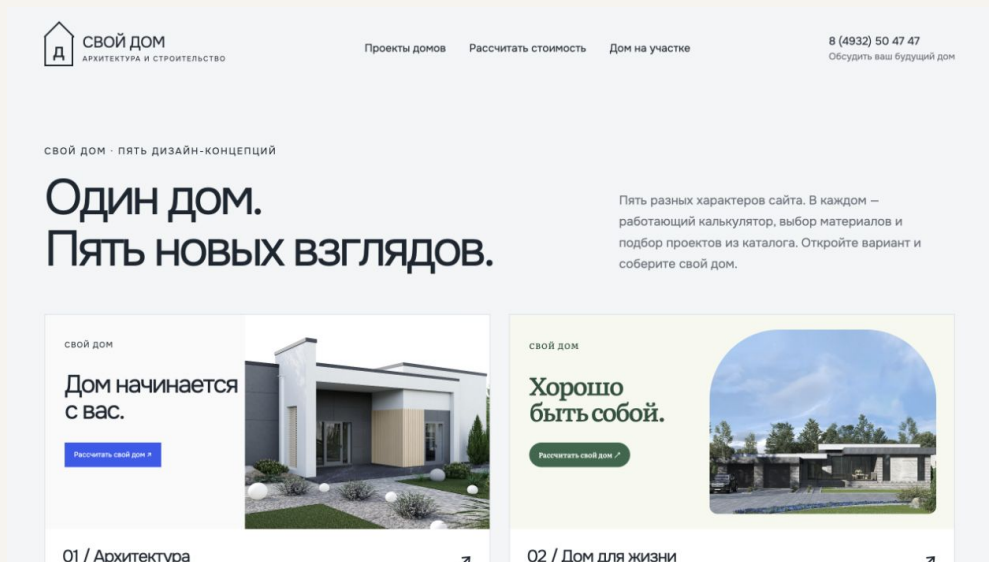
Калькулятор меняет ориентир бюджета и показывает разбивку. Подбор проектов использует площадь и этажность. Это помогает перейти от абстрактного интереса к конкретному обсуждению с компанией: какой дом нужен, какие материалы рассматриваются и какие вопросы остаются. Пользователь может скачать расчёт и вернуться к нему.

Все пять вариантов опубликованы на presnyakovpavel.ru/dom-ivanovo/. В отчёте проекта зафиксированы проверка калькулятора, сохранения параметров и мобильного отображения. При этом цены в текущей версии демонстрационные. Чтобы сделать инструмент коммерческим, компания должна утвердить ставки, состав комплектаций и правила изменения стоимости.

Общий расчёт позволяет честно сравнивать разные дизайны.

Где заканчивается текущая версия

Как оставить следующему этапу понятные границы



Галерея пяти вариантов. Опубликованные страницы доступны для сравнения.

В том же запросе появилась идея: человек загружает фотографию участка, а выбранный дом размещается в его окружении. Для будущего сервиса это сильный сценарий, потому что он помогает представить результат. Но в опубликованной версии загрузка и генерация такого изображения не подключены. На странице этот блок прямо назван следующим этапом.

Такая фиксация границ полезна заказчику и команде. Обсуждать можно широкий замысел, а принимать — конкретную работающую версию. В данном случае мы можем проверить параметры, пересчёт, скачивание и переходы. Нельзя принять визуализацию на участке только по наличию заголовка и красивого описания на странице.

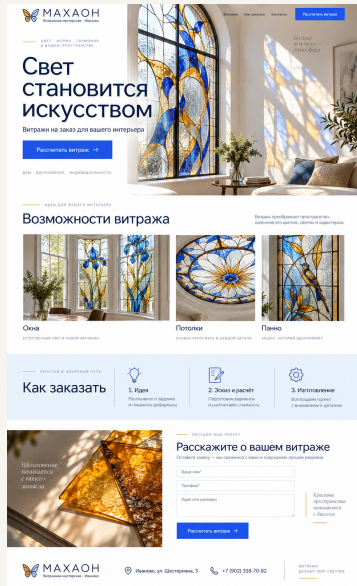
Для продолжения проекта стоит отдельно описать загрузку фотографии, допустимые форматы, обработку ошибок и способ получения изображения. Понадобится определить, что пользователь увидит при ожидании и неудачной генерации. Отдельно нужно объяснить статус результата: эскиз помогает представить вид, а точную посадку дома проверяет профильный специалист.

Урок этого кейса легко перенести на другие задачи. Просите ИИ перечислять реализованные действия и будущие функции отдельно. Тогда демонстрация остаётся убедительной, а ожидания — проверяемыми. Хороший прототип показывает направление и даёт возможность принять следующий шаг с меньшим количеством догадок.

Принимайте функцию по действию, которое можно выполнить.

«Махаон»: один продукт, пять характеров

От визуальных направлений к опубликованным страницам



«Светлая галерея» и «Вечерний свет». Сгенерированные визуальные идеи витражей.

Витражная мастерская — хороший пример бизнеса, где изображение объясняет продукт быстрее длинного описания. В задаче «Махаона» подготовлены пять направлений: «Светлая галерея», «Вечерний свет», «Цветная мастерская», «Архитектура стекла» и «Живое ремесло». Они меняют настроение, композицию и смысловой акцент, сохраняя тему витражей.

Светлая галерея показывает, как цветной свет работает в интерьере. Вечернее направление строится на более камерной атмосфере. Архитектурный вариант помогает увидеть стекло как часть пространства, а ремесленный — обратить внимание на процесс и детали. Такой выбор полезнее, когда заказчик сравнивает не отдельные оттенки, а способы представить свою работу.

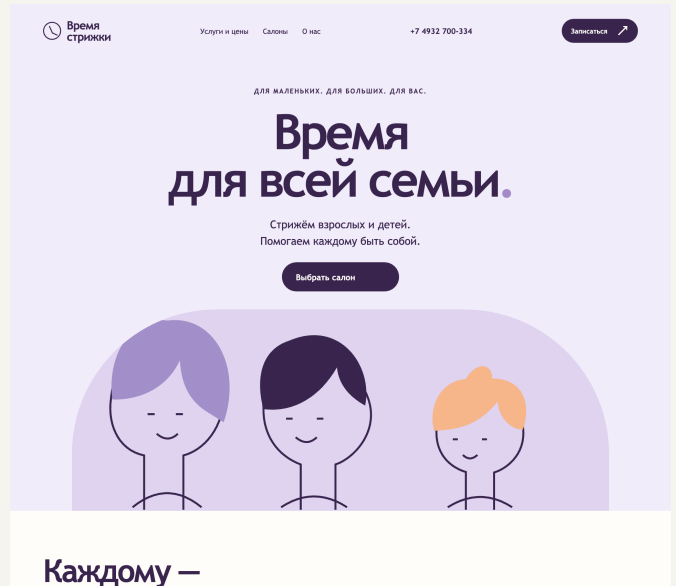
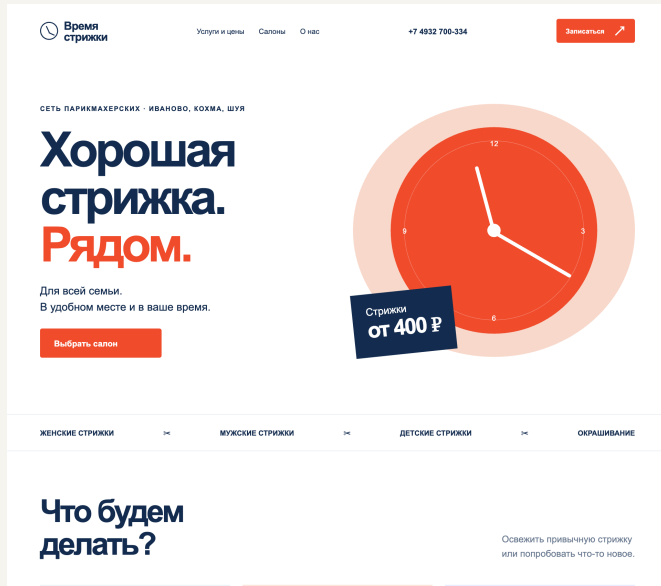
Затем появились пять веб-версий на домене Павла Преснякова: основная /mahaon/ и ещё четыре варианта /mahaon1/–/mahaon4/. В документах проекта описаны формы, сохранение обращений и источник заявки для каждого дизайна. Проверки проводились локально; тестовые обращения через публичные формы не создавались.

Изображения витражей созданы для концепций. Они не являются документальным портфолио мастерской. Перед полноценным коммерческим продвижением важно согласовать предложение, заменить нужные иллюстрации реальными работами и определить, кто получает и обрабатывает обращения. Подключение внешней CRM и уведомлений в этом пакете не заявлено.

Сравнивайте способы объяснить ценность продукта.

Cutting Time: структура раньше деталей

Пять полных макетов для выбора направления



Фрагменты верхней части двух полных макетов Cutting Time.

Для Cutting Time задача состояла в подготовке пяти лендингов в формате изображений. На выходе получились полные PNG-макеты — от первого экрана до подвала. Направления получили названия «Новый фирменный», «Для всей семьи», «В ритме города», «Время для себя» и «Твой новый образ». Вместе с изображениями сохранена галерея для сравнения.

Здесь удобно обсуждать порядок блоков, характер текста и то, какое впечатление создаёт страница. Семейная подача и городской ритм могут обращаться к разным ожиданиям посетителя. Даже если услуга остаётся одной, меняются визуальные приоритеты и способ приглашения к записи. Несколько вариантов помогают увидеть эти различия до вёрстки.

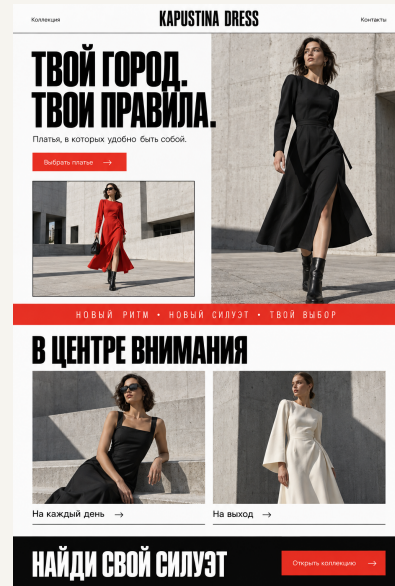
В концепциях использована оригинальная графика без фотографий. Это самостоятельное дизайнерское решение: образ строится на типографике, цвете и композиции. Оно позволяет оценивать общую систему, не принимая качество случайной фотографии за качество всего сайта.

Следующий шаг — выбрать направление и превратить его в адаптивную страницу с реальным содержанием. PNG не подтверждает работу кнопок, записи, телефона или мобильного меню. Для приёмки будущего сайта понадобятся отдельные проверки этих сценариев. Макет уже решает задачу выбора, но ещё не заменяет реализацию.

Макет должен облегчать выбор до начала реализации.

Karustina Dress: примерка визуального языка

Пять гипотез для бренда одежды



Концепции Karustina Dress. Модели и одежда сгенерированы; ассортимент не подтверждён.

Для Karustina Dress созданы пять разных концепций: журнальный минимализм, городской контраст, романтическое направление, вечерний тёмный стиль и спокойная подача ателье. В каждом случае важна связь между типографикой, композицией, образом модели и способом показать коллекцию.

У этого кейса есть существенное ограничение источников: указанную страницу VK не удалось изучить. Поэтому предположение о бренде женской одежды использовалось как основа творческого поиска. Ассортимент, реальные фотографии и соответствие фирменному стилю не подтверждены. Эту пометку нужно сохранять, когда показываешь результат дальше.

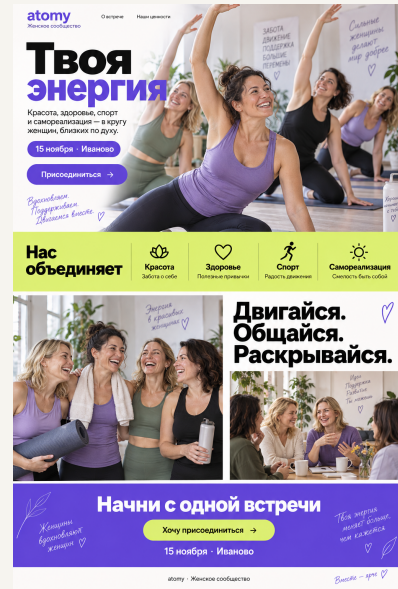
Фотографии моделей и платьев сгенерированы. Они помогают обсуждать настроение и композицию, но не могут служить каталогом товаров. Для следующего этапа нужно получить реальные изделия, размеры, условия заказа, материалы бренда и права на фотографии. После этого выбранное направление можно пересобрать уже вокруг настоящего предложения.

Практическая ценность кейса — быстрое сравнение визуальных гипотез. От заказчика требуется не угадывать идеальный цвет, а сказать, какой образ ближе его клиентам и как он соотносится с продуктом. Чем понятнее критерии выбора, тем проще превратить красивую концепцию в полезную страницу.

Называйте гипотезу гипотезой, пока не получили данные бренда.

Женское сообщество: сначала мотив встречи

Как дизайн меняет приглашение



Две концепции отдельной встречи сообщества. Изображения и содержание иллюстративные.

Ещё одна задача была посвящена лендингу встречи женского сообщества в Иваново. В исходных материалах название звучало неоднозначно; в подготовленных концепциях использовано Atomy («Атоми»). Визуальные варианты строятся вокруг близкого общения, заботы о себе, энергии, развития и самореализации.

Пять направлений — «В кругу своих», «Время для себя», «Твоя энергия», «Расцветай» и «Больше, чем встреча». Их удобно сравнивать по эмоциональному обещанию. Где важнее спокойствие и доверие? Где — динамика? Где — возможность найти близких по духу людей? Ответ определяет не только цвет, но и композицию страницы.

В макетах указано 15 ноября без года. Это дата отдельного проектируемого мероприятия, а не дата сегодняшнего семинара 25 сентября. Адрес, время начала, стоимость и программа встречи требуют подтверждения. Люди на иллюстрациях не представлены как реальные участницы или приглашённые эксперты.

Этот пример хорошо показывает, почему перед публикацией лендинга нужен короткий паспорт события. В нём должны быть организатор, точное название, дата с годом, место, условия участия и способ регистрации. Визуальная концепция помогает выбрать настроение, а достоверные сведения позволяют превратить приглашение в рабочую коммуникацию.

Дата на макете другого события не относится к нашему семинару.

Квартира под аренду: увидеть варианты

Пять концепций и основа для дальнейшего расчёта



Два из пяти интерьерных эскизов. Концепции требуют проверки размеров и технической реализуемости.

В задаче квартиры под аренду результатом стали пять интерьерных направлений: светлый дуб, оливковый, графит с орехом, мягкая классика и терракота. К изображениям подготовлены альбом и таблица сметы. Это позволяет рассматривать интерьер не изолированно, а вместе с последующей организацией работ.

Визуальные концепции помогают сравнить общую атмосферу, сочетание материалов и характер мебели. Для арендной квартиры важен вопрос повторяемости решения: можно ли подобрать похожие отделочные материалы и предметы, насколько легко их обслуживать и заменить. Эти вопросы лучше зафиксировать до обсуждения отдельных декоративных деталей.

Изображения в альбоме — концептуальные визуализации, а не фотографии выполненного ремонта. Их нельзя использовать как подтверждение точных размеров, конструктивной возможности или окончательной комплектации. Перед закупкой необходимы обмеры, проверка инженерных решений и актуализация наличия материалов.

Сметная таблица полезна как структура обсуждения: что входит в работы, какие позиции нужно уточнить и где есть допущения. Итоговую стоимость подтверждают после проверки объёмов и предложений исполнителей. Сильный результат на этой стадии — согласованное направление и список проверок, с которыми можно идти к профильной команде.

Визуализация помогает выбрать направление ремонта.

«Анита»: от запросов к структуре сайта

405 отобранных формулировок Wordstat по Иванову

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	АНИТА / карта сайта							
2	Иваново - 25.09.2026 - P1 — 26 страниц при подтверждении услуг; P2 — 11; R — 14 условных. Врач: N реальных профилей.							
3	Страниц P1 (расчёт по текущей карте)					26		
4	Объём P1, знаки без пробелов (без N врачей)					61,200	93,200	
5	Диапазоны — редакционная оценка, не условие топа. S и T не добавляют фиксированное число SEO-страниц.							
6	ID	Этап	Тип	Страница	URL	Мин. знаков	Макс. знаков	Перед публикацией
7	P01	P1	Основная	Ветеринарная клиника	/	2,500	4,000	Город подтверждён макетом и публичной карточкой
8	P02	P1	Хаб	Ветеринарные услуги	/uslugi/	1,200	2,200	Состав направлений согласовать
9	P03	P1	Основная	Цены на ветеринарные услуги	/ceny/	600	1,200	Нужен утверждённый прайс
10	P04	P1	Основная	Ветеринарные врачи клиники «Анита»	/vrachi/	800	1,500	Нужен текущий штат; старые биографии не переносить
11	P05	P1	Основная	О ветеринарной клинике «Анита»	/o-klinke/	1,800	3,000	Год основания и оснащение подтвердить

Фрагмент реальной карты страниц из Excel «Аниты».

SEO-задача для ветеринарной клиники «Анита» начиналась с вопроса о большом сайте: какие страницы нужны, какие запросы они должны раскрывать, как описать требования разработчику и редактору. На выходе получились подробное ТЗ и Excel с семантикой, картой страниц, метатегами, исходными замерами и планом работ.

В исследовании сохранены 405 уникальных отобранных формулировок Wordstat по городу Иваново. Основной период в сервисе — 25 августа–23 сентября 2026 года, дата сбора — 25 сентября. Это рабочая выборка запросов. Число строк не означает число будущих страниц, клиентов или визитов: похожие формулировки объединяются по задачам пользователей.

Первая очередь включает 26 содержательных страниц при подтверждении услуг. Затем запланированы ещё 11 материалов и до 14 дополнительных услуг в резерве; персональные страницы врачей зависят от текущего штата. Такой подход позволяет запускать сайт поэтапно, не публикуя неподтверждённые услуги ради объёма.

У карты есть практическая польза для команды: для каждой страницы можно увидеть адрес, заголовки, ориентир содержания и сведения, которые нужно получить у клиники. Владелец утверждает факты, редактор раскрывает вопросы пользователей, разработчик создаёт шаблоны. Документ связывает эти роли в одну последовательность работ.

Запросы становятся заданиями на страницы через смысловую группировку.

Что означает SEO-T3

Данные, редакционные ориентиры и проверка фактов

[illegible]

Фрагмент семантической таблицы. Данные относятся к исследованию от 25 сентября 2026 года.

В ТЗ «Аниты» отдельно объясняется, как читать частотности. Замер относится к конкретному региону, периоду и формулировке. Широкие запросы могут пересекаться, поэтому их нельзя просто складывать и называть суммой потенциальных клиентов. У каждой цифры должно оставаться понятное происхождение.

Для первой очереди сайта дана оценка 61–93 тысячи знаков без пробелов. Это ориентир трудоёмкости редакции, а не требование поисковой системы и не гарантия позиции. Если пользовательский вопрос полно раскрывается более коротким текстом, растягивать его ради объёма бессмысленно. Содержание должно помогать принять решение и записаться.

Отдельный слой работы — подтверждение услуг, цен, состава врачей, адреса и режима приёма. Старые сведения из открытых источников могут не совпадать с текущей работой клиники. Поэтому в таблице есть условия публикации, а спорные направления вынесены в резерв. Это делает документ пригодным для согласования с администрацией.

Урок кейса состоит в том, что хороший SEO-план сохраняет различие между измерением, предложением и неизвестным фактом. Измерение можно повторить, предложение — обсудить, неизвестное — запросить у владельца. Когда эти слои смешаны, команда получает внешне убедительный текст, который трудно использовать без повторной проверки.

У каждой цифры должны быть источник, дата и понятный смысл.

Строительный сайт: масштаб через карту

324 запланированные страницы и требования к каталогу

	A	B	C	D	E	F
1						
2	Карта страниц сайта строительства домов					
3	Всего	324	P1	78	P2	129
4	План от 25.09.2026. P1 — запуск; P2 — развитие; P3 — резерв. Частотности не измерены. G0–G4 описаны в ТЗ.					
5						
6	ID	Очередь	Раздел	URL	Title	H1
7	S001	P1	Основа	/	Строительство домов под ключ в Иваново — проекты и цены	Строительство домов под ключ в Иваново и Ивановской области
8	S002	P1	Основа	/proekty-domov/	Проекты домов в Иваново — планировки и цены строительства	Проекты домов с планировками в Иваново
9	S003	P1	Основа	/doma/	Технологии строительства домов — сравнение материалов и цен	Технологии строительства домов в Иваново
10	S004	P1	Технологии	/doma/kamennye/	Каменные дома в Иваново — проекты и цены под ключ	Каменные дома под ключ в Иваново
11	S005	P1	Технологии	/doma/iz-blokov/	Дома из блоков в Иваново — проекты и цены под ключ	Дома из блоков под ключ в Иваново
12	S006	P1	Технологии	/doma/iz-gazobetona/	Дома из газобетона в Иваново — проекты и цены под ключ	Дома из газобетона под ключ в Иваново

Фрагмент плана строительного сайта. Строки описывают будущие страницы.

В строительной задаче ориентиром стали сайты stroyles37.ru и ivanovo-stroydom.ru. Они использовались как конкуренты для исследования. Это не названия заказчика нового сайта. Запрос охватывал строительство домов в Иваново и области, а затем был расширен на основные направления, представленные у конкурентов.

В итоговом ТЗ зафиксированы 4 327 адресов из sitemap и содержательная проверка 42 страниц. Это разные уровни анализа: реестр показывает состав доступных адресов, а выборочная проверка — содержание конкретных страниц. Количество URL в sitemap не равно количеству страниц в индексе и само по себе не показывает качество сайта.

Собственная карта содержит 324 запланированные страницы с URL, Title, H1, объемом текста, приоритетами и условиями публикации. ТЗ охватывает каталог, фильтры, карточки проектов, цены, комплектации, формы, аналитику и критерии приёмки. В отдельном документе удобно обсуждать зависимость содержания от реальных возможностей компании.

Для старта предложены 78 основных страниц, 80 проектов и 8 кейсов при наличии собственных материалов. Это план работ, а не уже созданный сайт. Наличие подтверждённых проектов, смет и выполненных объектов определяет, какие части карты можно публиковать первыми и что нужно подготовить до разработки.

Большой сайт начинается с согласованной структуры и реальных материалов.

Как оценивать конкурентов без самообмана

Наблюдение должно вести к проверяемой задаче

	A	B	C	D
1				
2	Аудит выборки конкурентов			
3				
4	42 HTML-страницы. Прямое публичное чтение 25.09.2026. Это выборка, не полный краул и не проверка позиций.			
5				
6	Сайт	Источник URL	Фактический title	Фактический H1
7	stroyles37.ru	https://stroyles37.ru/	Строительство домов под ключ в Иваново - проекты и цены	Строительство домов под ключ в Иваново и Ивановской области
8	stroyles37.ru	https://stroyles37.ru/proekty/	Проекты загородных домов и коттеджей - каталог с планировками в Иваново	Проекты загородных домов и коттеджей в Иваново
9	stroyles37.ru	https://stroyles37.ru/proekty/odnoetajnyj/	Одноэтажные дома под ключ - проекты и цены на строительство в Иваново	Одноэтажные дома в Иваново
10	stroyles37.ru	https://stroyles37.ru/proekty/100-ky-m/	Проекты домов 100 кв м под ключ в Иваново	Проекты домов 100м2 в Иваново

Фрагмент выборочного аудита конкурентов из рабочей таблицы.

Фраза «обойти конкурентов» сама по себе не описывает критерий успеха. Нужно определить регион, набор запросов, способ отслеживания позиций и бизнес-результат, ради которого создаётся сайт. Иначе можно подготовить сотни страниц и всё равно не понимать, что именно изменилось после запуска.

В строительном ТЗ рабочий горизонт продвижения обозначен как 12–18 месяцев без гарантии даты обгона. Частотности и текущие региональные позиции ещё предстоит измерить. В статье мы сохраняем этот статус: исследование архитектуры и требований выполнено, а исходная точка для будущего сравнения нуждается в отдельном замере.

Сильные идеи из анализа превращаются в конкретные требования. Например: показать состав комплектации, объяснить изменение цены, добавить параметры проекта, связать выполненный объект с похожими предложениями. Такие задачи можно поставить дизайнеру, редактору и разработчику, а затем проверить по готовой странице.

На следующем этапе компании понадобится собрать собственные доказательства работы: фотографии, описание решений, характеристики объектов и условия строительства. Копирование объёма чужого каталога эту задачу не заменяет. Полезная карта помогает расставить приоритеты и понять, где создание страницы пока упирается в отсутствие материала.

Любое наблюдение из аудита превращайте в задачу с критерием приёмки.

Юридический помощник: подготовить основу

Начало работы с практикой «Константы»

В юридическом кейсе результатом стал перечень материалов для будущего агента по арбитражной практике. Анализ опирался на публичный профиль юридического бюро «Константа». Частные клиентские досье в эту статью не включены. Сам навык и подключения к внутренним системам на этой стадии ещё не созданы.

Перечень начинается с профиля практики: какие споры рассматривает команда, какие задачи повторяются и какой результат должен готовить помощник. Затем нужны образцы документов, методика юриста, реестр дел, полные досье и проверенные контрольные задания. Так формируется контекст, без которого трудно оценивать качество ответов.

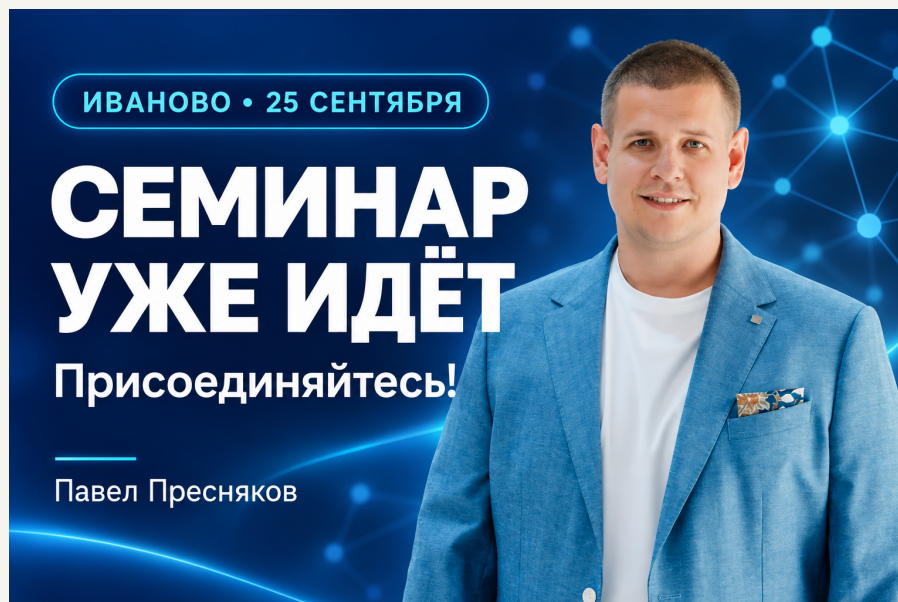
В подготовленном материале отдельно описаны правила работы, база знаний, текущие дела и внешние источники. Это помогает не смешивать шаблон документа с фактом конкретного спора. Для пилота можно выбрать одно полное дело и ограниченный набор задач, по которым опытный юрист способен оценить результат.

Практический вывод относится к любой профессиональной роли. Полезно начинать с одной повторяющейся операции, собрать её входные материалы и определить проверяющего. После этого становится понятно, чего не хватает в базе, как устроен контроль и какие действия действительно имеет смысл автоматизировать.

Сначала опишите работу специалиста и критерии качества.

Email: результат виден в статусах

Сообщение, изображение и проверка доставки



Баннер из отправленного письма. Исторический пример сообщения во время семинара.

Во время сегодняшней работы была подготовлена рассылка зарегистрированным на мероприятие в Иванове. В GetCourse нашли нужную группу, составили письмо о том, что семинар уже идёт, добавили баннер с фотографией Павла и запустили email-отправку. Текст и изображение были связаны с текущим событием.

Проверка строк отправки показала 120 доставленных писем. Для одного адреса отправка была запрещена из-за требований подтверждения. Эти статусы важнее самого нажатия кнопки «Отправить»: они показывают, что произошло после действия. При этом доставка не означает открытие письма или присутствие человека на семинаре.

В подборке баннер показан как пример созданного материала. Формулировка «Семинар уже идёт» относится к моменту отправки. Для публикации итогов нужен другой текст — именно поэтому текущий пост и сторис описывают результаты дня, а не повторяют приглашение присоединиться прямо сейчас.

Этот кейс завершает общую последовательность: найти правильный сегмент, подготовить материал, выполнить действие и проверить результат. Для повторения важно сохранять содержание письма и итоги отправки. Так легко понять, что уже сделано, и не создавать дублирующую рассылку по тем же людям.

Действие считается выполненным после проверки его результата.

Как повторить этот подход

Рабочая последовательность для своей задачи

Начните с одного результата, который нужен на следующем шаге. Например: пять макетов для выбора, рабочая страница с формой, карта будущего сайта или список материалов для помощника. Формат результата влияет на весь процесс. Для сравнения дизайнов достаточно изображений; для проверки расчёта требуется действующий интерфейс.

Дайте исходные материалы и ограничения: сайт, примеры, аудиторию, реальные услуги, стиль, сроки и сведения, которые нельзя выдумывать. Попросите отдельно перечислить, чего не хватает. В сегодняшних кейсах именно это различие помогало не превратить иллюстративные платья в каталог, демонстрационные суммы — в смету, а старые сведения о клинике — в актуальный штат.

Затем попросите несколько осмысленно разных вариантов. Назовите признаки различия: композиция, смысл первого экрана, степень подробности, способ выбора и основное действие. После выбора направления задайте критерии приёмки. Что должно открываться? Какие параметры менять результат? В каком файле сохранится итог? Где проверяется источник цифры?

Завершайте работу коротким журналом: что создано, что проверено, где находится результат и какие вопросы остались. Такой журнал полезен и самому владельцу, и следующему специалисту. Он превращает длинную переписку в понятную передачу задачи и помогает продолжить работу без восстановления всех решений по памяти.

Одна задача → исходные материалы → варианты → реализация → проверка.

Что делать после семинара

Выбрать один процесс и довести его до использования

После насыщенного семинара легко захотеть автоматизировать всё сразу. Я предлагаю выбрать задачу, которая уже знакома и регулярно повторяется. У неё должны быть понятные входные данные, доступный результат для сравнения и человек, который примет работу. Тогда первый опыт можно оценить по делу, а не только по впечатлению.

Для сайта это может быть одна страница и один пользовательский сценарий. Для SEO — один кластер запросов и согласованное задание редактору. Для профессионального помощника — одна операция на подготовленном наборе материалов. Для контента — одна история, подкреплённая реальными примерами и понятной целью публикации.

К этой статье подготовлена учебная презентация на 50 слайдов. Она разворачивает те же кейсы в практикум: постановка задачи, выбор дизайна, работающий сайт, исследование для SEO, подготовка помощника и проверка результата. В заметках есть пояснения ведущего, вопросы и упражнения. Это новая учебная сборка по материалам дня, а не дословное восстановление выступления.

Главное, что мне хочется оставить после встречи в Иванове: ИИ становится понятнее, когда его работу можно рассмотреть по шагам. Есть исходная задача, есть сделанный файл, есть проверка и следующий шаг. Начните со своей задачи, которую вы готовы описать конкретно. Какой результат вы захотите открыть на экране уже после первой рабочей сессии?

Выберите одну задачу, для которой умеете отличить хороший результат от плохого.

На чём основан материал

Период отбора

Рабочие задачи 25.09.2026 примерно с 10:36 до 14:36 по Москве. Иллюстрации взяты из сохранённых результатов; снимки опубликованных сайтов сделаны при подготовке статьи.

Сайты «Свой дом» и «Махаон»

Отчёты dom-ivanovo-verification.md, VERIFICATION.md и README.md. Опубликованные демоверсии: presnyakovpavel.ru/dom-ivanovo/ и presnyakovpavel.ru/mahaon/ (также mahaon1/–mahaon4/).

Визуальные концепции

Cutting Time: guide.md и пять PNG. Kapustina Dress: design-prompts.md и пять PNG. Сообщество: concepts.md и пять PNG; название интерпретировано как Atomy. Квартира: design-album-ivanovo.pdf, пять PNG и smeta-ivanovo.xlsx.

«Анита»

Anita-SEO-TZ-2026-09-25.md и Anita-SEO-2026-09-25.xlsx. Данные Wordstat: Иваново, регион 5, сбор 25.09.2026. Основной период: 25.08–23.09.2026.

Строительный проект

«ТЗ_сайт_строительства_Иваново.docx» и «Карта_страниц_и_аудит.xlsx». Исследуемые конкуренты: stroyles37.ru и ivanovo-stroydom.ru. 324 страницы — план будущего сайта.

Профессиональный помощник и email

ruconst-materials-checklist.md: подготовка материалов, агент не создан. Рассылка GetCourse от 25.09.2026: письмо о текущем семинаре, 120 доставленных, 1 запрещено. Частные адреса и клиентские досье не включены.

Как читать изображения

Сгенерированные витражи, модели одежды, люди в концепциях сообщества и интерьеры — иллюстрации проектных идей. Они не свидетельствуют о реальных заказах, товарах, участниках или выполненном ремонте.