ПРАКТИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ · 2026 · ЧАСТЬ 2

CLAUDE в деле

Первый миллион

Как зарабатывать на ИИ: от первой услуги и первых клиентов до продуктов, ретейнеров и стабильного дохода. Честный путь — без «миллиона за неделю».

РАСШИРЕННОЕ ИЗДАНИЕ · 20 разделов + приложения

Ниши и позиционирование · Услуги на ИИ · Лендинги · Автоматизация · Чат-боты · Клиенты · Цены и продажи · Ретейнеры

Направления дохода · вилки цен · как начать

Шаблоны · скрипты продаж · 30-дневный план запуска

Содержание

ЧАСТЬ I · ФУНДАМЕНТ

01 Реальность заработка на ИИ

02 Что вы на самом деле продаёте

03 Выбор ниши и позиционирование

ЧАСТЬ II · НАПРАВЛЕНИЯ ДОХОДА

04 Тексты и контент на ИИ

05 Лендинги и сайты через Claude Code

06 Автоматизация для малого бизнеса

07 Чат-боты и ИИ-ассистенты

08 Работа с документами и данными

09 Обучение, консалтинг и внедрение ИИ

10 Инфопродукты: гайды, шаблоны, книги

ЧАСТЬ III · КЛИЕНТЫ И ДЕНЬГИ

11 Где брать первых клиентов

12 Портфолио и кейсы с нуля

13 Ценообразование и упаковка услуг

14 Продажи и переговоры

15 Повторные продажи и ретейнеры

ЧАСТЬ IV · МАСШТАБ И ПРАКТИКА

16 От фрилансера к продукту

17 Делегирование задач ИИ-агентам

18 Деньги, налоги и приём платежей

19 12 ошибок новичков в заработке на ИИ

20 30-дневный план запуска дохода

ПРИЛОЖЕНИЯ

А Шаблоны сообщений клиентам

Б Скрипты ответов на возражения

В Как посчитать цену услуги

Г Чек-лист запуска за 30 дней

Д 50 ниш и услуг с Claude

Е Частые вопросы про заработок

Как пользоваться

Вторая часть серии. Первая учила **пользоваться** Claude — эта учит **зарабатывать** с его помощью. Читается подряд или как справочник по оглавлению.

Если только начинаете

Идите по порядку. Часть I задаёт фундамент (что продавать и кому), часть II — конкретные направления дохода. Этого хватит, чтобы выбрать нишу и стартовать.

Если уже что-то делаете

Ваш фокус — части III–IV: где брать клиентов, как считать цену, продавать, удерживать и масштабировать. И обязательно 30-дневный план в разделе 20.

Условные обозначения

Зелёное — совет, жёлтое — важное предупреждение, синее — пояснение, коралловое — ориентиры по деньгам. Серые блоки — готовые промпты и шаблоны, их можно копировать.

О цифрах и ценах

Вилки цен и цифры — ориентиры для рынка РФ на середину 2026 года. Они сильно зависят от ниши, региона и вашего опыта. Сверяйтесь с реальными объявлениями.

Отсылки к Claude Code, агентам, Проектам и API — это темы Части 1. Если её под рукой нет, короткие пояснения даны по ходу текста.

Реальность заработка на ИИ

Прежде чем считать деньги — трезвый разговор о том, что действительно работает, а что продают в рекламе «нейросети за 5 минут».

Хорошая новость и плохая

Хорошая: с Claude один человек делает работу, на которую вчера нужна была команда. Тексты, сайты, автоматизация, аналитика — всё это теперь доступно одиночке без больших вложений. Порог входа в «цифровые услуги» упал как никогда.

Плохая: ровно поэтому одного «доступа к ИИ» недостаточно. Им уже владеют миллионы. Платят не за то, что вы умеете нажать кнопку, а за **результат и ответственность** — за то, что вы решили задачу клиента и отвечаете за качество.

> **ВАЖНО**
>
> Забудьте про «пассивный доход на нейросетях за вечер». Это приманка инфоцыган. Реальный заработок на ИИ — это нормальная работа: находишь того, у кого есть проблема, решаешь её быстрее и дешевле конкурентов, берёшь деньги. ИИ здесь — усилитель, а не автопилот.

Формула, по которой это работает

> Доход = (ценность для клиента) × (число клиентов) − (ваши затраты времени). ИИ бьёт по всем трём: поднимает качество, ускоряет работу (успеваете больше клиентов) и снижает затраты.

Пример на пальцах. Раньше копирайтер писал 2 статьи в день. С Claude — черновики 8 статей, а сам занимается редактурой и смыслом. При той же цене за статью доход вырос вчетверо. Не потому что «ИИ пишет за него», а потому что он взял на себя роль редактора-постановщика и обслуживает больше клиентов.

> **ПОЯСНЕНИЕ**
>
> Ключевой сдвиг мышления: вы перестаёте быть «исполнителем, который делает руками» и становитесь «постановщиком, который управляет ИИ и отвечает за результат». Это и есть профессия будущего — и она уже здесь.

Три честных пути

Услуги

Делаете работу для клиентов (тексты, сайты, автоматизация). Быстрый старт, деньги уже на первой неделе. Потолок — ваше время.

Продукты

Упаковываете знание один раз и продаёте много раз (гайды, шаблоны, курсы). Медленный старт, но масштабируется.

Внедрение

Помогаете бизнесу встроить ИИ в процессы. Дороже всего, но нужен опыт — сюда приходят из первых двух.

Эта книга ведёт вас по всем трём — начиная с самого быстрого (услуги) и заканчивая самым масштабируемым.

> **СОВЕТ**
>
> Начните с одного направления, которое ближе всего к тому, что вы уже умеете. Маркетолог — берите контент и автоматизацию. Кто работал с документами — разбор данных. Не распыляйтесь: один навык, доведённый до денег, лучше пяти начатых.

Что вы на самом деле продаёте

Главная ошибка новичка — продавать «работу с нейросетью». Клиенту это не нужно. Разберём, за что он платит на самом деле.

Клиенту всё равно, чем вы пользуетесь — Claude, ChatGPT или пишете руками. Он покупает **решённую проблему**: больше заявок с сайта, разгруженную голову, сэкономленное время, готовый документ. ИИ — это ваша кухня, а клиент ест блюдо.

> **ВАЖНО**
>
> Никогда не позиционируйтесь как «делаю тексты нейросетью» или «промпт-инженер». Это обесценивает вас в глазах клиента («а, так это ИИ, значит должно быть бесплатно») и ставит в один ряд с тысячами таких же. Продавайте результат, а не инструмент.

Переупаковка: от инструмента к результату

Не так (про инструмент)	А так (про результат)
«Пишу тексты с помощью ИИ»	«Тексты, которые приводят заявки»
«Делаю сайты в Claude Code»	«Лендинг под ключ за 3 дня»
«Настраиваю ИИ-автоматизацию»	«Освобождаю вам 10 часов в неделю»
«Анализирую данные нейросетью»	«Отчёт с выводами для директора»

Ваше настоящее конкурентное преимущество

Раз ИИ доступен всем, ценность создаёт не он, а то, что вокруг него:

- **Вкус и суждение** — вы отличаете хороший результат от плохого и доводите до хорошего.
- **Понимание задачи клиента** — вы переводите размытое «хочу продающий сайт» в конкретное ТЗ.
- **Ответственность** — вы отвечаете за сроки и качество, клиенту есть с кого спросить.
- **Экономия времени клиента** — он не хочет разбираться в ИИ сам, ему проще заплатить вам.

> **ПОЯСНЕНИЕ**
>
> Отсюда парадокс: чем лучше вы разбираетесь в предметной области (маркетинг, юриспруденция, продажи), тем больше зарабатываете на ИИ. Claude умножает вашу экспертизу, а не заменяет её. У кого экспертизы нет — тот конкурирует ценой и проигрывает.

«А клиент не сделает сам?»

Некоторые сделают — и это нормально, они не ваши клиенты. Ваши — те, у кого нет времени, желания или навыка разбираться. Владелец кофейни не будет осваивать Claude Code ради одного

лендинга; ему проще заплатить вам 30 тысяч и получить готовое. Вы продаёте не доступ к технологии, а избавление от возни с ней.

> **СОВЕТ**
>
> Проговорите вслух: «Я помогаю [кому] получить [какой результат] быстрее и дешевле». Если в этой фразе нет слова «нейросеть» — вы на верном пути.

Выбор ниши и позиционирование

«Специалист по ИИ на все руки» зарабатывает мало. «Тот, кто делает X для Y» — много. Разберём, как выбрать связку.

Широкое позиционирование убивает доход. «Помогаю бизнесу с ИИ» — звучит солидно, но клиент не понимает, придёте ли вы именно с его задачей. **Узкая ниша** снимает это сомнение и позволяет брать дороже: специалист всегда стоит больше «универсала».

Формула ниши: услуга × сегмент

Возьмите одно **направление** (что делаете) и один **сегмент** (для кого). На пересечении — ваша ниша.

Услуга	× Сегмент	= Ниша
Лендинги	Мастера бьюти-сферы	«Лендинги для мастеров маникюра и бровистов»
Контент	Онлайн-школы	«Контент и рассылки для инфобизнеса»
Автоматизация	Небольшие интернет-магазины	«Автоматизация отчётов для селлеров WB/Ozon»
Разбор документов	Юристы и риелторы	«Быстрый анализ договоров для риелторов»

> **ПОЯСНЕНИЕ**
>
> Узкая ниша не значит «мало клиентов». Наоборот: в «лендингах для бровистов» вы легко станете заметным и будете получать рекомендации по сарафану, а в «сайтах вообще» утонете среди тысяч. Нишу всегда можно расширить позже.

Как выбрать свою

1. Выпишите, в чём у вас уже есть опыт или к чему лежит душа (сфера, где вы понимаете клиента).
2. Выберите одно направление из части II этой книги, которое к этому ближе.
3. Проверьте спрос: есть ли эти люди во фрилансе, чатах, на Авито, в объявлениях «ищу».
4. Убедитесь, что у ниши есть деньги: бьюти, стройка, медицина, e-commerce, инфобизнес платят; «начинающие поэты» — нет.

> **ВАЖНО**
>
> Ошибка — выбирать нишу «где мало конкурентов». Часто их мало, потому что там нет денег. Лучше зайти в прибыльную нишу с конкуренцией и выделиться качеством, чем быть единственным там, где никто не платит.