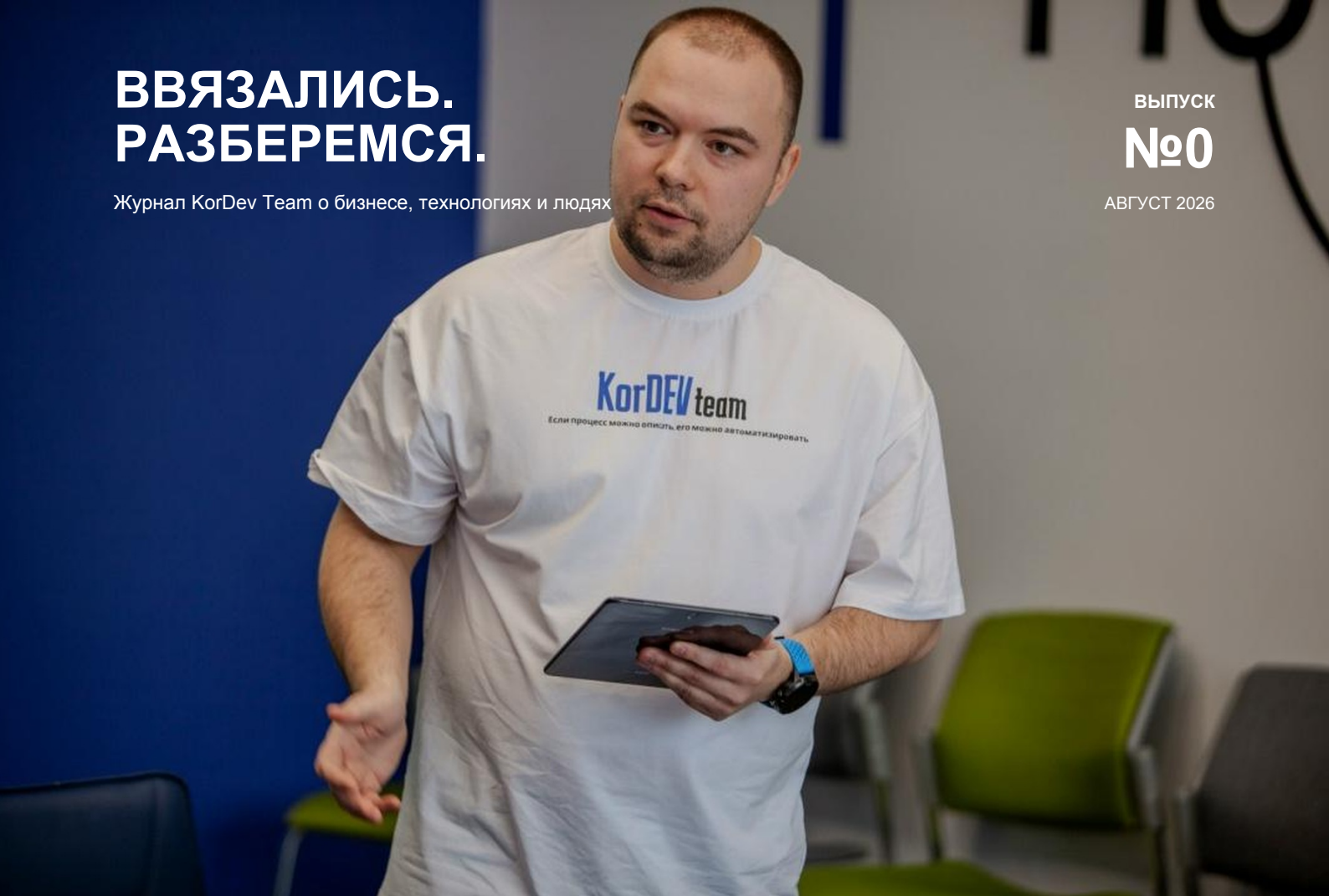




ТЕМА ВЫПУСКА

Разработка стала доступнее.

Что ИИ дал малому бизнесу?

Кроме картинок, видео и риска утечки данных: где ИИ уже приносит малому бизнесу реальные деньги.

ГДЕ ИИ ДАЕТ ПРИРОСТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ?

ПОЧЕМУ КЛИЕНТЫ НЕ ВОЗВРАЩАЮТСЯ

НУЖНА ЛИ АВТОМАТИЗАЦИЯ?

7 МОНОЛОГОВ О БИЗНЕСЕ

KorDev Team / выпуск №0 / август 2026

О чем этот выпуск

Не про нейросети. А про жизнь с ИИ.

ИИ стал доступен не только корпорациям: сегодня предприниматель может спросить у ChatGPT совет, собрать аналитическую информацию по бизнесу, сделать агента или оцифровать бизнес-процесс - и не продавать почку за услуги IT-специалистов.

Но сама технология не возвращает клиентов, не объясняет сотруднику его задачу и не создает доверие перед заказчиком. Не строит партнерские

отношения, не производит искусство, не делает бизнес уникальным. Она работает только внутри понятного процесса, где известно: что происходит, кто отвечает и какой результат нужен.

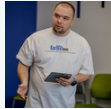
Поэтому этот выпуск - не инструкция по нейросетям. Это разговор о том, где ИИ уже полезен, когда нужна автоматизация, как не терять клиентов и почему люди остаются главным активом малого бизнеса.

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

ИИ - это мощное средство для ускорения процессов, которым нужно научиться пользоваться.

Оглавление

Выпуск №0: ИИ, процессы, клиенты и люди, которые все это держат.

ИИ БЕЗ МАГИИ	Где ИИ дает прирост производительности? Как не потерять детали разговора и превратить расшифровку в...		04
ВЫБОР	Нужна ли автоматизация? Сначала понятный процесс. Потом ИИ, сервис или разработка.		08
КЛИЕНТЫ	Почему клиенты не возвращаются Не любой ценой, а вниманием после первого обращения.		15
РИСКИ	ИИ лазутчик: как не попасть на бабки Что нельзя отправлять в нейросети и почему ответственность...		24
СОБСТВЕННИК	В бизнесе - человек-оркестр Что делать, когда весь бизнес спрашивает у вас.		28
ЛЮДИ И ДОВЕРИЕ	Как найти нормального подрядчика Смотреть, как человек общается, рассуждает и держит слово.		32
ВСЕ МЫ ЛЮДИ	Идти своей дорогой в бизнесе Про выбор, ответственность и человеческое в...		35
НАПОСЛЕДОК	Какую мысль хотел передать этот журнал Технологии не заменяют человека, но могут вернуть ему время.		38
KORDEV TEAM	Кто мы и с чем к нам можно прийти Разбираемся в ситуации, находим процесс и выбираем...		39

Как читать: листать как журнал или переходить по ссылкам на оригинальные посты.

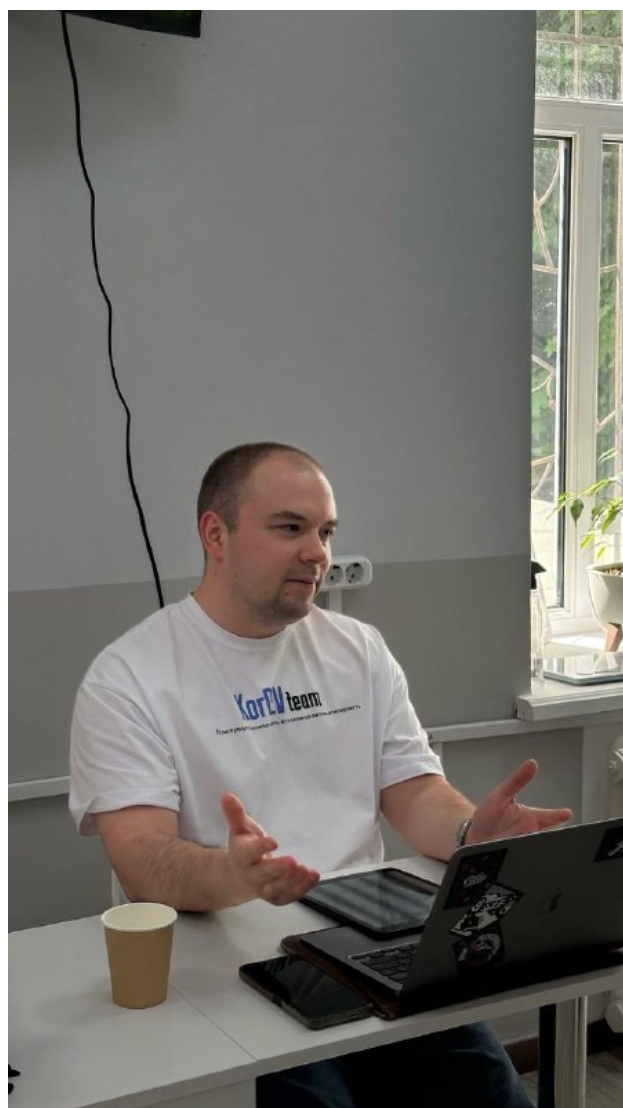
Жизненный кейс: как ИИ помогает не терять договоренности и превращать разговоры в понятные задачи.

Как сосредоточиться на сути разговора и не потерять детали.

01

В ЦЕНТРЕ РАЗГОВОРА

Слушать, думать, искать решение. А не пытаться удержать весь разговор в голове.



Потом запишу

Так обычно и теряются задачи, детали и обещания.

Есть такая мысль, которая постоянно звучит внутри, но регулярно не срабатывает: "Я все помню, потом запишу в список дел".

Так теряются задачи после звонков, детали после встреч и обещания, которые вроде бы все услышали, но никто не зафиксировал.

Когда работаешь с клиентами, партнерами или командой, особенно важно держать слово: сказал - сделал. На практике это не самая частая черта, поэтому она хорошо отличает человека от других.

Мы часто записываем рабочие созвоны с командой, клиентами и партнерами, а потом делаем расшифровку. Это сильно меняет качество разговора.

Ты не пытаешься одновременно слушать, думать и вести конспект. Ты находишься в диалоге и сразу ищешь решение.

Когда не занят конспектированием, можно сразу думать над решением. Собеседник видит, что ты не просто выслушал его, а понял задачу и начал ее раскладывать.

ГЛАВНОЕ В РАЗГОВОРЕ

Сказал - сделал.

Запись - не архив

Запись нужна не ради архива. Она нужна, чтобы не забыть детали, составить список задач, отправить резюме разговора.

Но есть два канала, где запись обычно не ведется: личный разговор и обычный телефонный звонок. И, конечно, собеседника о записи стоит предупредить заранее.

Личный разговор можно записать на диктофон. На маркетплейсах есть готовые решения за 10-20 тысяч рублей: они крепятся к телефону, записывают разговор и делают расшифровку. Обычно для этого нужна отдельная подписка на ИИ.

С телефонными звонками сложнее, поэтому мы сделали для себя небольшое Android-приложение. Оно находит запись звонка, расшифровывает ее через YandexGPT и позволяет отправить аудио и текст туда, где с ними удобно работать дальше: например, в CRM или на канбан-доску.

Это не история про приложение ради приложения. Это история про то, что бизнесу нужен способ не терять смысл разговора. Особенно когда клиент звонит на ходу, за рулем, между встречами или просто в момент, когда записывать неудобно.

ПРАКТИЧЕСКИЙ СМЫСЛ

Человек остается в фокусе разговора, а не пытается удержать детали в памяти.

От разговора к действию

Разговор должен закончиться не файлом, а понятным следующим шагом.

ЧТО ОСТАЕТСЯ ПОСЛЕ РАЗГОВОРА

КАК БЫЛО РАНЬШЕ

Вспомнить, о чем поговорили -> составить резюме -> отправить его собеседнику -> поставить задачи в таск-трекер -> выполнить задачу.

ПОСЛЕ РАСШИФРОВКИ

Выполнить задачу.

Один из примеров: клиент двадцать минут рассказывал, что нужно сделать по сайту. В обычной ситуации половина внимания ушла бы на мысли: "Как бы все не забыть?" А так можно было спокойно слушать и сразу думать, как это реализовать.

ИИ здесь не заменяет человека. Он убирает механическую часть, чтобы человек лучше делал свою работу: слушал, думал, уточнял и принимал решения.

Так расшифровка разговора превращается в основу технического задания.

Хорошая автоматизация начинается не с кнопки. Она начинается с вопроса: где у нас регулярно теряется важная информация? Если ответ - в звонках, голосовых, чатах или личных разговорах, сначала нужно выстроить путь: запись, расшифровка, резюме, задача, ответственный, дата следующего действия.

ВЫВОД

Чтобы решение с ИИ работало, нужны три вещи: исходные данные, понятный результат и контроль.

Нужна ли автоматизация?

Сначала нужно понять: в бизнесе четко описан процесс?

ЧЕК-ЛИСТ - ПОСЛЕ ЭТОЙ СТАТЬИ

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

ИИ ускоряет понятный процесс. Хаос он ускоряет тоже.

Сейчас все кому не лень кричат про ИИ: купи курс, внедряй, автоматизируй, сокращай расходы. Хочется спросить в ответ: «Ребята, вы вообще видели, как выглядит малый бизнес изнутри?»

ИИ действительно помогает, но не везде и не всем сразу. Он хорошо работает там, где есть повторяющаяся задача, понятные исходные данные и ожидаемый результат.

А если в работе никто не может объяснить, что происходит и кто за что отвечает, ИИ не наведет порядок. Он просто быстрее выдаст еще одну версию хаоса.

Деньги и договоры

Где ИИ помогает думать быстрее, но не берет на себя ответственность.

ГДЕ ИИ ПОМОГАЕТ

Самое простое применение - задавать вопросы своим же цифрам. Можно загрузить P&L, банковскую выгрузку или таблицу управленческого учета и спросить: почему упала маржа, где выросли расходы, что будет с кассой при снижении выручки.

Я регулярно использую ИИ как второй взгляд на договоры: прошу подсветить риски для обеих сторон, объяснить сложные формулировки человеческим языком и собрать список вопросов. Если добавить конкретные нормы или ГОСТы, ответ становится предметнее.

ГДЕ ОН НЕ ЗАМЕНИТ ЧЕЛОВЕКА

ИИ не несет ответственности за цифры и договор. Он может ошибиться в большой таблице или уверенно пропустить важное условие. Поэтому это не бухгалтер и не юрист, а быстрый аналитик и черновик: результат нужно проверять по первичным данным.

Не стоит загружать договоры, банковские выгрузки или персональные данные в сервис, пока не понятно, кто увидит эти данные и где они будут храниться.

ПРОСТОЕ ПРАВИЛО

ИИ классный аналитик, но может ошибаться.

Маркетинг, команда, смысл

ИИ может помочь с формой. Содержание и решение остаются у человека.

МАРКЕТИНГ И КОММУНИКАЦИИ

Контент, который раньше собирался неделю, теперь можно подготовить за пару дней: разобрать интервью с клиентами, выделить повторяющиеся боли, собрать идеи для постов, проверить письмо на тон и ясность.

Но ИИ не знает ваш бизнес лучше вас. Я, например, не поручаю ему писать посты целиком. Он помогает проверить текст: не потерялся ли смысл, не слишком ли жесткий тон, ложится ли материал на канал. Сам опыт, позиция и история остаются моими.

КОМАНДА И РЕГЛАМЕНТЫ

В малом бизнесе знания часто живут в голове у собственника. Процесс можно проговорить голосом или записать тезисами: что делает сотрудник, в какой последовательности, где может ошибиться, кому пишет, что считается готовым результатом.

ИИ превращает этот сырой материал в первый регламент, чек-лист для ввода в должность или понятную вакансию. Но он не поймет, подойдет ли человек команде и можно ли ему доверять. В найме и управлении он снимает рутину вокруг решения, но само решение остается за руководителем.

Если на входе дать абстракцию, на выходе будет такая же абстракция.

5 рутин, которые мы передали системе

Пять повторяющихся задач, которые больше не держатся только на памяти команды.

01

ДЕНЬГИ ИЗ БАНКА

Собираем движение денег из банка, чтобы быстрее видеть расходы и поступления, а не вручную сводить картину из разных выгрузок.

02

ВЫРАБОТКА КОМАНДЫ

Считаем выработанные часы сотрудников. Это дает основу для планирования загрузки, оценки проектов и понимания, куда уходит время команды.

03

ОТЧЕТЫ ДЛЯ КЛИЕНТОВ

Готовим еженедельные отчеты для клиентов автоматически. Клиент видит прогресс, а команда не собирает один и тот же документ руками.

04

CRM И АНАЛИТИКА

Разработали свою CRM с аналитикой, потому что в ней живет именно наш способ работы с задачами, клиентами и проектами.

05

ЗАПИСЬ ЗВОНКОВ

Записываем и расшифровываем рабочие разговоры, чтобы не терять договоренности и превращать их в понятные задачи.



Как мы используем вайбкодинг

Быстрее сделать первый вариант - не значит выпустить готовую систему.

Вайбкодинг для нас - не «одним промптом сделать всю задачу». Это способ быстро собрать и проверить небольшую внутреннюю идею вокруг уже понятного процесса.

Сначала формулируем ситуацию человеческим языком: что запускает действие, какие данные приходят на вход, какой результат нужен, кто отвечает за проверку. Потом с помощью ИИ быстро делаем MVP, прогоняем его на реальной работе и только после этого решаем, развивать ли его в полноценный инструмент.

Так можно быстрее прийти до первого рабочего варианта. Но в продакшен не должен попадать код, который никто не проверил.

ПРАВИЛО ДЛЯ ПРОДАКШЕНА

Скорость создания не равна готовому решению.

Где ИИ пока бесполезен или опасен

Честный разбор без обещаний «заменить всех».

ИИ бесполезен, когда нет исходных данных, не определен результат или никто не может объяснить, как задача делается сейчас. В ответ он даст аккуратно упакованную версию той же неопределенности.

Он опасен, когда ему без проверки доверяют расчеты, договоры, юридические выводы, оценку людей или важные решения для клиента. Особенно если в сервис отправляют персональные данные, банковские выгрузки, договоры или внутреннюю информацию, не понимая, где и кем они будут храниться.

Еще один риск - принять красивый черновик за готовый результат. ИИ умеет уверенно звучать, но не несет ответственности за последствия. Поэтому у каждого автоматизированного процесса должен быть владелец, а у каждого ответа - проверка человеком.

И ваш креатив ИИ не заменит. Он может предложить варианты, отредактировать и ускорить черновик, но идеи, тексты и угол зрения все равно придется искать вам. Именно они делают бизнес не похожим на остальных.

ВЫВОД ПО ИИ

Думать своей головой - никто не отменял.

Стоит ли автоматизировать задачу?

КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ

Ответьте на шесть вопросов. Если большинство ответов «да», задачу стоит брать в автоматизацию.

01 Задача повторяется регулярно?

Появляется ежедневно, еженедельно или при одном и том же событии. Разовую работу обычно дешевле выполнить вручную.

☐ Да ☐ Нет

02 В задаче есть четкий алгоритм?

Хороший кандидат описывается так: «если происходит А - делаем Б». Если каждый раз нужно думать, автоматизация будет ненадежной.

☐ Да ☐ Нет

03 Сколько времени она занимает в месяц?

Меньше часа - скорее всего, не стоит. Больше трех часов - уже стоит посчитать, окупится ли настройка.

☐ Да ☐ Нет

04 Она влияет на скорость или качество работы с клиентами?

Если клиенты ждут дольше, заявки теряются или менеджеры отвечают с задержкой, автоматизировать стоит в первую очередь.

☐ Да ☐ Нет

05 Процесс уже работает нормально?

Автоматизировать стоит то, что уже работает. Сломанный процесс после автоматизации начнет ломаться быстрее.

☐ Да ☐ Нет

06 Есть ресурс на настройку?

Первая автоматизация требует 2-4 часа на сценарий, настройку и проверку. Если этого ресурса нет, задачу лучше отложить.

☐ Да ☐ Нет

КАК ПРИНЯТЬ РЕШЕНИЕ

0-2 «да»

Оставьте задачу ручной или сначала исправьте процесс.

3 «да»

Посчитайте эффект и запустите маленький пилот.

4-6 «да»

Задача - хороший кандидат на автоматизацию.

Следующий шаг: опишите событие, 3-7 действий и выберите один маленький сценарий.

Как удержать клиента?

Не любой ценой, а вниманием после первого обращения и обязательным следующим теплым касанием.

Самая обидная трата денег в малом бизнесе выглядит так: реклама сработала, лиды пошли, выручка пошла - и опять затишье.

В такой момент хочется срочно опять заливать бюджет, менять подрядчика, запускать акцию или писать всем подряд с предложением о скидках.

Но часто проблема начинается раньше. Клиент уже был: пришел, спросил, купил, записался, получил услугу или сказал: «Я подумаю». А дальше с ним просто никто не связался.

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

Клиент часто уходит не потому, что у вас плохой сервис. Просто в другом месте его больше любят и о нем заботятся.

Почему клиенты не возвращаются

3 из 4 новых клиентов, за привлечение которых вы заплатили — рекламой, скидками и временем администраторов, — больше никогда не возвращаются.

Вы тратите деньги, чтобы привести человека в салон.

Он приходит один раз, возможно, что-то покупает — и исчезает.

Потом снова реклама, снова скидки, снова надежда, что в этот раз «залетит».

На практике так живёт большинство салонов. Именно поэтому прибыль постоянно приходится «догонять» — вместо того чтобы расти органически.

По статистике, в сфере услуг (салоны, студии, центры красоты) 70–75% клиентов не возвращаются после первого визита, если с ними не работать целенаправленно.

То есть из четырёх человек, которых вы привели рекламой и временем команды, трое уходят навсегда.

Базу клиентов сегодня хранить не проблема. CRM есть почти у всех.

Проблема в другом — с этой базой почти никто системно не работает.

Повторные клиенты приносят в среднем на 67 % больше денег.

Для сравнения: даже в масс-маркете и e-commerce повторные покупки в среднем составляют 15–30%. Но в салонном бизнесе потенциал выше — при правильно выстроенной системе лояльности возврат может достигать 40–50%.

При этом повторные клиенты приносят в среднем на 67% больше денег, чем новые.

Они уже знают вас, доверяют мастеру и покупают с меньшим сопротивлением — без скидок и уговоров.

Без магии, но за счёт отлаженной системы, ну и конечно с помощью Красотули-CRM

Что происходит после продажи

Быстрая диагностика: что после продажи?

Прежде чем строить систему, давайте посмотрим правде в глаза.

Посчитайте возврат клиентов.

Формула простая: (количество клиентов, записавшихся повторно / общее количество уникальных клиентов) $\times$ 100%

Пример: из 100 новых лиц за месяц только 12 пришли снова -> возврат = 12%.

Как понять результат

Если ваш показатель ниже 20–25% — вы работаете не на свою базу, а на рекламу.

Если ниже 15% — вы почти не удерживаете людей.

Клиенты, которых вы уже привели и которым успели понравиться, просто исчезают без следа.

И давайте без прикрас: скорее всего, цифра вас не порадует. Это нормально. У большинства салонов так.

Ненормально — видеть это и ничего не менять.

12%

ПРИМЕР ВОЗВРАТА

Ладно, выдохнули. Идем дальше.

Потому что если ничего не делать — через полгода цифра останется той же. А хочется не остаться, а вырасти.

Почему вообще клиенты уходят? Часто думают: не вернулся -> не понравилось.

Но на деле причина почти всегда проще и обиднее.

С ними перестали говорить!

Мастер сделал работу, администратор взял деньги — и тишина до следующей акции.

Клиента вспоминают только тогда, когда снова нужно что-то продать.

Он это чувствует. И молча уходит к тем, кто помнит о нём между чеками.

[Открыть оригинальный пост в Telegram](#)

Как навести порядок в базе клиентов

Давайте проверим. Отметьте пункты, которые похожи на вашу работу с клиентами:

- Пишете клиенту только тогда, когда нужно срочно выполнить план или закрыть кассу.
- Делаете массовые рассылки всем подряд, без учёта того, что они уже покупали и что им интересно.
- Каждый раз знакомитесь заново, потому что у вас нет истории визитов и услуг клиента.
- После того как клиент ушёл, не возвращаетесь к нему за обратной связью.
- Забываете предложить дополнительные услуги (уход, следующую процедуру, сопутствующие средства).
- Не напоминаете о себе между визитами — клиент вспоминает о вас только когда сам захочет записаться.
- Не сообщаете про сезонные акции на услуги, которые клиент уже заказывал раньше.

Есть хотя бы 2-3 пункта?

У вас просто нет системы общения с

клиентом после визита.

Что можно сделать в данном случае:

Навести порядок в базе

Если база клиентов живёт в Excel, мессенджерах, памяти администраторов или в CRM, где давно не прибирались — вы не понимаете, кто приносит деньги, а кто уходит в минус.

Хаотичная база = потерянная прибыль.

Перед тем как строить систему удержания, нужно разобраться, кто к вам приходил, что получал и вернулся ли снова.

Что сделать в первую очередь

1. Собрать контакты в одной системе
2. Разобрать «потерянных» клиентов
3. Сегментировать базу Разделите клиентов по трём простым признакам:

Дата последнего визита (были на этой неделе / в этом месяце / 3+ месяцев назад)

Количество визитов (разовые / 2–3 раза / постоянные)

[Открыть оригинальный пост в Telegram](#)

Как навести порядок в базе клиентов / продолжение

Средний чек

Этого достаточно, чтобы начать работать с базой осмысленно.

4. Автоматизировать рутину

Используйте автоматические сценарии, чтобы не держать всё в голове.

Через день после визита -> спросить про впечатления

За день до записи -> напомнить

Через 3 недели после услуги с периодичностью (например, коррекция бровей) -> предложить записаться

После двух пропущенных сообщений -> отправить персональное предложение

Идем дальше.

Как вернуть молчаливых клиентов

Оживить молчаливых клиентов

Клиенты игнорируют рассылки? Чаще всего им просто нечего ответить. Начинайте не с продажи, а с повода для диалога.

Простая схема:

Дайте ценность — короткая памятка по уходу после процедуры: «Удобно прислать в сообщении?»

Получите отклик — даже «спасибо» значит, что контакт восстановлен.

Задайте вопрос — как держится результат, всё ли комфортно.

Предложите решение — запись на коррекцию, продолжение курса, акция на то, что уже выбирали.

Сначала контакт и контекст, потом предложение.

Продавать новое старым клиентам

Лояльные клиенты — лучшие для тестирования нового. Но не пишите «Привет, новинка, покупай».

Как правильно:

Сегментируйте по прошлому опыту

СХЕМА ИЗ СЕРИИ ПОСТОВ



[Открыть оригинальный пост в Telegram](#)

Как вернуть молчаливых клиентов / продолжение

Продолжите прошлую активность:

«Вы были на консультации по уходу за волосами. Скоро день открытых дверей по новой линейке. Записать вас заранее?»

Дайте персональное предложение:

«Вы наш постоянный клиент — делимся первыми. Ссылка со скидкой, не пересылайте»

Вернуть «потеряшек»

Не спрашивайте сразу «почему ушли». Предложите логичный следующий шаг.

«Добрый день! Вы делали у нас процедуру N месяцев назад. По опыту, сейчас время повторить. Подобрать удобный день?»

Если молчит или сомневается:

«Подскажите, не планируете повтор или просто отложили на потом?»

Идея: сделать следующую покупку естественной, без давления. Получите либо повторную продажу, либо честную обратную связь.

Как автоматизировать общение с клиентами

Автоматизировать общение с клиентами

Пока клиентов мало — всё под контролем. Менеджер помнит, кому и что обещал.

Но как только база вырастает до сотни контактов, система рассыпается:

- сообщения теряются в мессенджерах
- клиенты ждут дольше, чем готовы терпеть
- сотрудники не помнят, кто что покупал
- повторные продажи — только если кто-то «вспомнил»

Выход — автоматизация.

- Это когда рутину делает система, а человек работает только там, где нужен человек.

Например: клиент давно не был — через месяц приходит напоминание. Запустили акцию — рассылка только тем, кому это интересно. Менеджеру не нужно держать в голове сотни таймеров.

Как Красотуля-CRM помогает возвращать клиентов

Проблема большинства салонов: диалоги, записи и история клиента живут отдельно.

Контекст теряется, сделки зависают.

Красотуля-CRM собирает всё в одном месте:

- Контекст под рукой — карточка клиента, история услуг, переписка. Больше никаких «напомните, кто вы?»
- Рассылки по сегментам — не всем подряд, а тем, кто уже делал похожую процедуру
- Задачи и воронки — видно, где клиент завис, пока не ушёл
- Онлайн-запись, Telegram-бот, склад — всё связано
- Прозрачность для руководителя — диалоги не прячутся в личных телефонах сотрудников

Сделайте так, чтобы клиенты возвращались сами. Повторные продажи не строятся на энтузиазме одного менеджера.

Красотуля-CRM связывает базу, записи и коммуникации в одно целое.

[Открыть оригинальный пост в Telegram](#)

Как автоматизировать общение с клиентами / продолжение

Без потерянных контактов и ручной переборки Excel.

Настройка под ваш салон занимает немного времени.

Дальше база работает как система, а не как архив контактов.

Клиенты возвращаются не случайно, а по понятной логике.

Когда база растёт, возвращение клиентов перестаёт держаться на памяти и энтузиазме одного человека. Нужна понятная система, чтобы о человеке помнили, понимали его историю и вовремя давали повод продолжить разговор.

ИИ лазутчик: как не попасть на бабки

Когда сотрудник отправляет рабочие данные в нейросеть, риск начинается раньше, чем кажется.

ИИ сейчас применяют везде. Часто без какого-то согласования с руководством: сотруднику надо быстрее решить задачу, он открывает ChatGPT и сам решает, что туда отправить. Ему удобно, задача закрылась, все побежали дальше.

Но в этот момент туда легко может уйти клиентская база, договор, часть финансовой информации или внутренняя переписка. И уже потом возникает вопрос: где теперь лежат эти данные, кто их видит и можно ли вообще их оттуда убрать?

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

Риск часто начинается не с атаки на бизнес, а с обычной попытки сотрудника сделать свою работу быстрее.

Одна задача - одна утечка

Не потому, что сотрудники хотят навредить. Они просто хотят сделать быстрее.

Знакомая история: нужно быстро подготовить коммерческое предложение. Клиент прислал старое КП, таблицу с объемами, ценами и условиями. Сотрудник загружает все это в публичную нейросеть с просьбой: «Собери красивую версию, сократи, сделай убедительнее».

Через десять минут получается хороший черновик. Но вместе с ним во внешний сервис могли уйти названия компаний, контакты, объемы закупок, цены, скидки и то, о чем клиент не хотел бы рассказывать конкурентам.

Никто не хотел навредить бизнесу и никакой атаки не было. Человек просто пытался сделать работу быстрее. Но перед отправкой полезно остановиться и спросить: что именно я выгружаю, можно ли заменить реальные данные примером или обезличить, и кто отвечает за результат?

Главный вопрос не в названии нейросети. Сможете ли вы потом спокойно объяснить клиенту, зачем его документы и условия вообще ушли в этот сервис?

Быстро решить задачу - не всегда значит безопасно решить задачу.

Штрафы: что важно знать

- 152-ФЗ** Это базовый закон о персональных данных: что с ними вообще можно делать, а что нельзя.
- 421-ФЗ** Это уже уголовная ответственность за незаконный сбор, хранение, использование или распространение персональных данных в электронном виде.
- 420-ФЗ** С 2025 года он поднимает штрафы за нарушения 152-ФЗ и выделяет массовую утечку в отдельное нарушение.

Нарушение	За первичное нарушение	За повторное нарушение
Утечка ПД	3-20 млн рублей, зависит от того, сколько субъектов стали жертвой утечки	1-3% годовой выручки, не менее 25 млн и не более 500 млн рублей
Первичный сбор ПД в иностранной базе	1-6 млн рублей за первичное нарушение	До 18 млн рублей

Это общий ориентир: состав нарушения и сумма зависят от объема утечки и обстоятельств. Но для небольшого бизнеса даже 1% от выручки может быть не просто неприятностью, а историей, после которой долго собираешься обратно. А клиентам потом очень сложно объяснить, почему их данные оказались не там, где должны быть.

Как навести порядок в небольшой команде

Не запрещать ИИ, а дать людям понятные правила.

01

Разрешенные инструменты

Я бы начал не с запрета, а с простого решения: какими двумя-тремя сервисами команде вообще можно пользоваться. Для персональных данных - только разрешенные инструменты. А чувствительное лучше никуда не загружать без согласования.

02

Три категории данных

Дальше включаем здравый смысл. Публичное и обезличенное можно. Данные клиентов и сотрудников - только когда убрали все, по чему человека можно узнать. Паспорта, СНИЛС, ИНН, биометрию, геолокацию, медицину, договоры, финансы и исходный код - не отправляем.

03

Правило на одном листе

И все это надо собрать в короткую инструкцию человеческим языком: какие сервисы разрешены и что в них нельзя отправлять. Не нужен документ на 40 страниц. Его все равно никто не дочитает до конца.

ГЛАВНЫЙ ВЫВОД

Нейросети уже все равно есть в вашей компании. Вопрос только в том, это инструмент, с которым команда работает по правилам, или каждый просто тихо делает как ему удобнее.

В Marvel супер-герои: Мстители, Человек-паук, а в бизнесе - человек-оркестр

Алексей Иванович,
что делать? К вам обращаются по всем вопросам, а вы и рады: жизнь же кипит!

Когда на микробизнес, который должен умереть, добавили ИИ



ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

Бизнес платит вниманием собственника за отсутствие понятной инструкции.

Получается замкнутый круг

Чем больше вы решаете за других, тем меньше команда решает сама.

Получается замкнутый круг: у сотрудника проблем, он побежал к боссу, и получил готовое решение. Человек ничему не научился. Руководитель сделал чужую работу в ущерб себе и подумал, что нанял кого-то не того или еще хуже, получил ощущение нужности и «движа».

Хотя на самом деле он платит человеку деньги за решение этих проблем, но в итоге решает их сам.

Пока бизнес маленький, это может работать. Но чем больше клиентов, сотрудников и каналов общения, тем дороже становится каждая такая микропауза и переключение. Запас внимания собственника не бесконечный. Времени на развития бизнеса нет, а в наше время, мы даже если бежим, то все равно стоим на месте, а если стоять на месте это уже смерть.

Проблема не всегда в сотрудниках. Когда руководитель выдает готовый ответ, он не дает человеку раскрыться, убивает инициативу и отодвигает стратегические задачи ради мелкой текушки. У меня был такой опыт на военной службе, когда я приходил с готовым решением проблемы, но вместо того чтобы ее принять, мне говорили как надо сделать по другому, по «старинке». Естественно мотивации что то предлагать становится все меньше и меньше.

Со временем сотрудник привыкает, что за него все делает другой, и перестает думать сам. Кто-то просто повесит все на начальство. А более амбициозные могут уйти туда, где им дают расти. В минусе остаются и руководитель, и бизнес. Мой пример - я просто уволился из Росгвардии и пошел в свой бизнес, хотя мог принести огромную пользу войскам своими идеями, энергией.

Бизнес платит вниманием собственника за отсутствие понятной инструкции.

Сначала четко описанный бизнес-процесс, потом подбор решения

Автоматизация не должна начинаться с программы.

Поэтому задача руководителя - не работать за других, а поддерживать, подтолкнуть и направить. Но прежде чем требовать инициативы, нужно убедиться, что у человека есть навыки, знания и технические возможности.

Если инструкция спрятана в чате, голосовом, старом сообщении или в памяти руководителя, вопросы будут повторяться. Каждый раз они будут забирать внимание, которое могло бы уйти на клиента, деньги или развитие.

Автоматизация тоже не должна начинаться с программы. Сначала описываем повторяющуюся ситуацию: что запускает задачу, кто принимает решение, где лежит информация, кто отвечает за следующий шаг и где фиксируется результат.

Это может быть таблица, CRM, доска задач или внутренний регламент. Но сначала должна появиться логика.

Иначе можно внедрить любой сервис, а собственник все равно будет отвечать на один и тот же вопрос десять раз за день.

ГЛАВНЫЙ ВЫВОД

Неважно, таблица это, CRM, доска задач или внутренний регламент. Сначала должна появиться логика.

Не приходи с проблемой. Приходи с решением.

Сначала сотрудник должен сам подумать, а потом идти к руководителю.

ПЯТЬ ВОПРОСОВ ПЕРЕД РАЗГОВОРОМ С РУКОВОДИТЕЛЕМ

01 В чем заключается проблема?

02 Какие у нее последствия?

03 Какие есть ограничения: сроки, бюджет, ресурсы, полномочия?

04 Какие варианты решения существуют?

05 Какой вариант сотрудник считает наилучшим и почему?

Сначала сотрудник готовит этот разбор и сам предлагает решение.

Руководитель не решает задачу за него: он проверяет логику, уточняет ограничения и направляет, если нужно.

ГЛАВНЫЙ ВЫВОД

Чем больше времени и сил вы вложите сейчас, тем самостоятельнее команда будет через год. И тем больше свободного времени вернется вам.

Как найти нормального подрядчика

Суперсила бизнеса - быстро находить своих и вовремя расставаться с чужими.

В предпринимательских чатах регулярно всплывает одна и та же боль: нужен нормальный подрядчик, специалист, исполнитель.

ВНЕШНЕЕ

Опыт, контент, авторитет.

ВНУТРЕННЕЕ

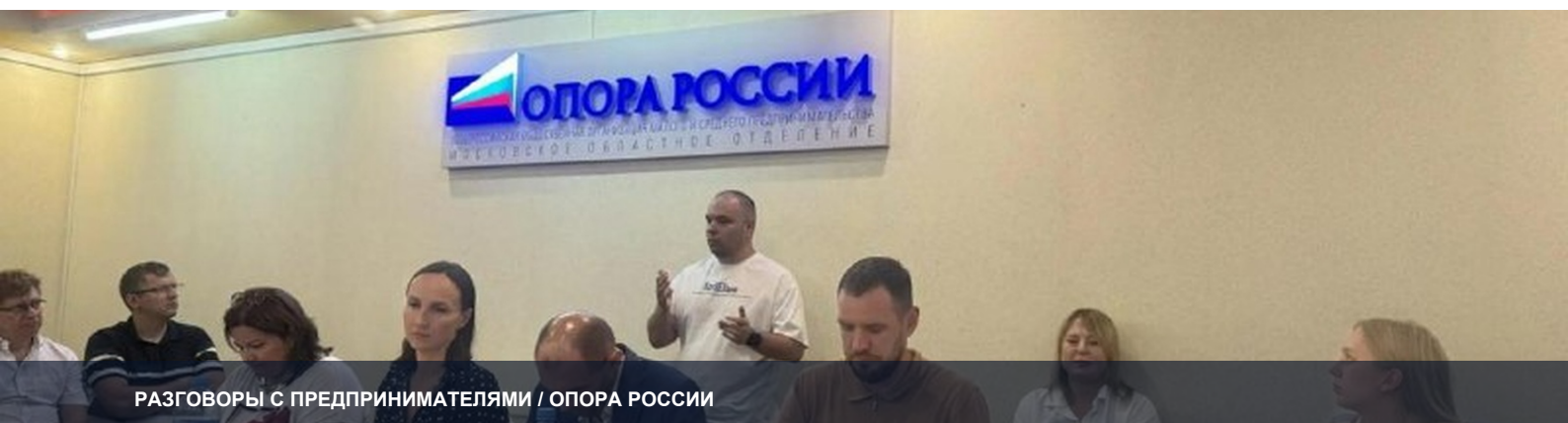
Совпадение по ценностям и ощущение «своего».

ВРЕМЯ

Самая честная проверка. И самая долгая.

СМОТРЕТЬ НЕ ТОЛЬКО НА ПОРТФОЛИО

Смотреть, как человек общается, рассуждает, держит ли слово.



РАЗГОВОРЫ С ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ / ОПОРА РОССИИ

Проверка без иллюзий

Время покажет, кто есть кто. Но до этого можно задать правильные вопросы.

ПЕРЕД ТЕМ КАК ДОГОВОРИТЬСЯ

- 01 Что человек уже делал похожего?
- 02 Кто может его рекомендовать?
- 03 Как он задает вопросы о задаче?
- 04 Понимает бизнес или сразу продает свое решение?
- 05 Готов объяснить, что не входит в работу и что будет, если что-то пойдет не так?

Как я это проверяю

Время покажет, кто есть кто. И, к сожалению, это самый надежный способ проверки.

Если есть возможность, на нескольких разных проектах поставить разных подрядчиков для проверки. Да, тут есть риск, что кто-то провалит свою работу, и для этого нужен человек, который ее подхватит.

Но, к сожалению, это то же самое, когда вы нанимаете сотрудника и он оказывается не тот. При подборе сотрудников мы тоже выбираем двух-трех, даем им реальные задачи и через некоторое время смотрим, как кто себя ведет, и оставляем лучшего.

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

Портфолио показывает, что человек умеет. Стрессовая ситуация показывает, как он работает, когда все идет не по плану.

Где искать своих людей

Надежность редко находится в поиске. Чаще она проявляется в отношениях.

01 Бизнес-клубы

Для меня бизнес-клубы и предпринимательские сообщества ценны не списком участников, а средой доверия. Ты видишь людей в динамике: как они общаются, держат слово, помогают другим и ведут себя не только в момент продажи.

02 Рекомендации хороших знакомых

Обычно по рекомендации приходят хорошие партнеры и сотрудники. Сам я также советую только тех, кто надежен, либо беру на себя ответственность.

03 HeadHunter

Если ищите сотрудника, тут, конечно, нужно создать вакансию, почитать резюме и из 100 выбрать 5. Но кандидаты там обычно качественнее, чем на сайтах фриланса или в бесплатных группах.

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

Подбор подрядчика - это не бесчеловечный поиск. Это маленький процесс построения отношений: умеет ли человек слушать, объяснять, держать слово и оставаться рядом, когда задача становится сложной.

Идти своей дорогой в бизнесе

Поговорим о человеческом.



Подарок Валентины Степановой

Автоматизация, бизнес, деньги, власть - это все хорошо, но что останется после нас? Что мы оставим и кем запомнимся в глазах других людей?

Я недавно прочитал книгу «Идти своей дорогой в бизнесе» Валентины Степановой.

Она подарила мне ее на встрече «Опоры» и оставила автограф.

Книга о ее опыте и о малом бизнесе, мне кажется, написана для зрелых и думающих людей, которым не наплевать на свою страну и людей, за которых мы ответственны.

Она написана опытом, потом, усталостью. В ней очень много про ответственность. Про важность найти опору. Про человечность.

Про жизнь в СССР в большой семье, когда старшие дети несли ответственность за младших и не нужно было объяснять, почему это важно.

И в этой книге я увидел свое отражение. Увидел подход к бизнесу, где бизнес и деньги важны, но не менее важно то, что ты отдаешь людям.

И отдаешь не потому, что «так надо», а потому что по-другому не можешь.

Но одну оставлю здесь

Там очень много умных мыслей. Если начну перечислять, это растянется на несколько страниц, поэтому просто рекомендую прочитать.

ОДНА МЫСЛЬ

«В новой экономической реальности опора на людей становится не слабостью, а необходимостью. Объединения, сообщества и профессиональные круги перестают быть дополнительным ресурсом и становятся средой - пространством, где можно оставаться человеком, а не исключительно функцией, где допустимо взять паузу, сомневаться и задавать вопросы.»

И ЕЩЕ ОДНА

«Когда мы прекращаем ожидать возврата к условной норме, у нас появляется возможность выстраивать жизнь и бизнес в существующих обстоятельствах - без иллюзий, без паники, с ясным пониманием того, что неопределенность является не врагом, а базовым условием, в котором отныне придется жить и работать.»

Поставлю книгу на полку

Некоторые главы точно еще перечитаю.

Наверное, поэтому книга и зацепила.

Потому что бизнес - это не только про рост, продажи, процессы и деньги. Это еще и про то, каким человеком ты остаешься, пока все это строишь.

Поставлю книгу на полку.

Некоторые главы точно еще перечитаю.

И вам рекомендую.

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ

Бизнес - это не только про рост, продажи, процессы и деньги. Это еще и про то, каким человеком ты остаешься, пока все это строишь.

А напоследок я скажу

Какую мысль я хотел передать?

ИИ, разработка, сервисы и автоматизация не решат за нас все проблемы.

Они не научат дисциплине и ответственности, не помогут держать слово, не выстроят доверие с клиентом и не возьмут на себя ответственность за команду.

Но они могут снять с нас лишнюю рутину: помочь не забыть обязательства, не потерять заявку, не держать все процессы в голове, быстрее увидеть проблему и вовремя сделать следующий шаг.

А освободившееся время можно вернуть туда, где оно действительно нужно: в работу с людьми, в качество, в идеи, в развитие бизнеса и для своей семьи.

Наверное, в этом и есть смысл прогресса. Не заменить человека, а дать ему возможность быть человеком чуть больше.

Спасибо всем, кто прочитал. Надеюсь, этот выпуск был для вас полезен.

ГЛАВНАЯ МЫСЛЬ ВЫПУСКА

ИИ, разработка, сервисы и автоматизация не решат за нас все проблемы.

Немного рекламы о себе

КТО МЫ?

KorDev Team - мы команда разработчиков.

Но обычно к нам приходят не со словами: «Нам нужна разработка».

Приходят с проблемой: сотрудники выполняют много повторяющихся действий вручную, хотя часть из них можно автоматизировать. Или уже работали с командой разработки, но результат не получился. Или получилось слишком дорого и долго.

ЧТО ДЕЛАЕМ?

Мы подходим к задаче как бизнес-архитекторы.

Сначала выясняем, как процесс устроен сейчас: смотрим смежные процессы, разговариваем с исполнителями, собираем их картину происходящего. Это состояние as is.

Потом вместе определяем, как процесс должен работать: что можно изменить, что убрать, где нужен контроль и какие инструменты действительно помогут. Это состояние to be.

Ищем место, где бизнес теряет время, деньги, заявки или внимание клиента.

Иногда достаточно изменить процесс или настроить готовый сервис. Иногда - связать несколько инструментов. А иногда сделать свою систему, которой команда действительно будет пользоваться.

Мы разрабатываем CRM, веб-сервисы, личные кабинеты, Telegram-ботов, мобильные приложения, интеграции и внутренние инструменты. Внедряем Битрикс24.

Но это не главное.

Главное - чтобы был результат: меньше рутины, больше ясности, а работа не держалась в голове у одного человека.

С ЧЕМ К НАМ МОЖНО ОБРАТИТЬСЯ?

С любой повторяющейся задачей, которая вас раздражает: заявки из разных мест, ручные отчеты, задачи в чатах, контроль сотрудников, работа с клиентами, документы, сервисы, которые не связаны между собой.

И с нестандартной задачей, за которую другие не хотят браться.

Возможно, читая этот журнал, вы узнали в какой-то истории себя. Вот с такой историей и можно прийти к нам.

Не обязательно иметь готовое ТЗ, понимать, нужна ли вам CRM или знать технические слова. Достаточно честно рассказать, что сейчас происходит. Разберемся.

СВЯЗАТЬСЯ

TELEGRAM



@ideamen51

MAX



ПРОФИЛЬ В MAX

Буду рад познакомиться и обсудить вашу историю.