ТЕХНОЛОГИЯ + ГОТОВЫЕ ПРОМТЫ

Идея продукта с ИИ: от боли до ТЗ для ИИ-агента

Нейросеть не придумает за вас хороший продукт, но с ней путь от «есть смутная мысль» до проверенной идеи и готового ТЗ, которое можно отдать ИИ-агенту на сборку, занимает вечер, а не месяц. Секрет в том, чтобы давать ИИ разные роли на разных этапах и не просить «придумай мне бизнес» одной фразой.

Второй мозг

Собирает ваш опыт, наблюдения и боли клиентов в одну картину, раскладывает по полочкам, находит закономерности и предлагает варианты. Он расширяет мышление: больше идей, больше углов зрения.

Критик

Ищет слабые места до того, как их найдёт рынок: почему идея провалится, кто уже это делает, за что люди не заплатят. Он сужает мышление и экономит деньги и месяцы работы.

Оформитель

Превращает выжившую идею в понятную упаковку: ценностное предложение, Lean Canvas, одностраничник, текст лендинга, питч — и в ТЗ, по которому ИИ-агент соберёт первую версию.

Как пользоваться раздаткой

- Идите по шагам по порядку: каждый следующий промт опирается на результат предыдущего. Ведите весь проект в **одном чате**, чтобы ИИ помнил контекст.
- Копируйте промт целиком и заменяйте всё, что в **[квадратных скобках]**. Чем конкретнее подставите, тем точнее ответ.
- Не соглашайтесь с первым ответом: просите «ещё 5 вариантов», «смелее», «проще», «для другой аудитории». Это нормальная работа, а не ошибка.
- Критика лучше всего работает в **другой нейросети** или в новом чате: модель хуже критикует то, что сама же и придумала.

Технология: 8 шагов

Схема собрана из проверенных методов продуктовой работы. Каждый метод даёт ИИ рамку: вместо «придумай что-нибудь» модель работает по понятной структуре, и ответы получаются глубже и полезнее.

ШАГ	ЧТО ДЕЛАЕМ	РОЛЬ ИИ	НА КАКОМ МЕТОДЕ СТОИТ
0	**Карточка контекста**: кто вы, что умеете, какие ресурсы	Второй мозг	Промт-интервью; «второй мозг» Тьяго Форте: знания в одном месте
1	**Боли и «работы»** целевой аудитории	Второй мозг	Jobs To Be Done (Клейтон Кристенсен): люди «нанимают» продукт, чтобы сделать работу в своей жизни; эмпатия из дизайн-мышления
2	**Генерация идей** широким веером	Второй мозг	«Как мы могли бы...» (IDEO), SCAMPER (Боб Эберле), правило «сначала количество» мозгового штурма
3	**Отбор** 2–3 лучших идей	Второй мозг + критик	Скоринг ICE (Шон Эллис): влияние, уверенность, лёгкость
4	**Стресс-тест** идеи-финалиста	Критик	Стратегия Уолта Диснея (Мечтатель, Реалист, Критик), pre-mortem Гэри Клейна
5	**Проверка у живых людей**	Критик + оформитель	The Mom Test (Роб Фитцпатрик): спрашивать о прошлом поведении, а не о мнении про идею
6	**Упаковка**: ценность, канва, одностраничник, питч	Оформитель	Value Proposition Canvas и Lean Canvas (Остервальдер, Мауря), формула позиционирования Джеффри Мура
7	**ТЗ для ИИ-агента**: что собрать в первой версии	Оформитель + критик	PRD и пользовательские истории, приоритизация MoSCoW: «обязательно / желательно / не сейчас»

Пять правил работы с ИИ

- **Сначала контекст, потом задача.** Без карточки шага 0 ИИ выдаёт средние идеи «для всех».
- **Просите вопросы.** Фраза «задай мне вопросы, прежде чем отвечать» повышает качество сильнее любой магии.
- **Просите варианты, а не ответ.** Выбирать из 10 проще и полезнее, чем исправлять один.
- **Совет моделей.** Прогоните ключевой результат через 2–3 разные нейросети и сравните: где они сходятся, там надёжнее.
- **Факты проверяйте.** Цифры рынка, названия конкурентов и цены ИИ может выдумать. Перепроверяйте поиском.

Чего не отдавать нейросети

- Персональные данные клиентов и учеников: ФИО, телефоны, переписки. Обезличивайте: «клиент А, 35 лет, бухгалтер».
- Коммерческую тайну работодателя и закрытые документы.
- Финальное решение. ИИ помогает думать, но решаете и отвечаете за продукт вы, а проверяют идею живые люди на шаге 5.

Если промт не помещается или модель «забывает» начало, попросите её: «Сделай краткое резюме нашего проекта на полстраницы» и начните новый чат с этого резюме.

ВТОРОЙ МОЗГ

0 Карточка контекста

Первый промт превращает нейросеть в интервьюера. Она не начинает фантазировать, а сначала узнаёт, с чем вы приходите: опыт, навыки, деньги, время, ограничения. Ответы складываются в карточку, которую вы потом вставляете в начало любого нового чата.

ПРОМТ 1 · ПРОМТ-ИНТЕРВЬЮ

Ты опытный продуктовый наставник. Я хочу придумать свой продукт (услугу, курс, сервис, онлайн-продукт). Прежде чем предлагать что-либо, проведи со мной интервью.
Задавай вопросы по одному, жди моего ответа и только потом задавай следующий. Узнай:
— мой профессиональный опыт и сильные навыки;
— что мне интересно и за что меня уже благодарят люди;
— каким людям я хочу и могу помогать;
— сколько времени в неделю и какой бюджет я готов вложить;
— каких форматов я точно не хочу (например, офлайн, продажи по телефону);
— какой результат через 3 месяца я посчитаю успехом.
После 8–10 вопросов собери «Карточку контекста»: 10–12 пунктов, коротко и конкретно. Ничего не придумывай сверх моих ответов.

ВТОРОЙ МОЗГ

1 Боли и «работы» аудитории

Хорошие продукты растут из чужой проблемы, а не из собственной идеи. Метод Jobs To Be Done смотрит не на «кто клиент», а на «какую работу он пытается сделать и что ему мешает». ИИ здесь выступает вторым мозгом: раскладывает ваши наблюдения и добавляет те, о которых вы не подумали.

ПРОМТ 2 · КАРТА БОЛЕЙ ПО JTBD

Вот моя карточка контекста: **[вставьте карточку]**
Целевая аудитория, которую я рассматриваю: **[например, начинающие репетиторы английского]**.
Составь карту по методу Jobs To Be Done:
1. 7–10 «работ», которые эти люди пытаются сделать (функциональные, эмоциональные, социальные).
2. Для каждой работы: ситуация, когда она возникает («Когда я..., я хочу..., чтобы...»).
3. Что они используют сейчас и чем недовольны.
4. Насколько сильна боль по шкале 1–5 и платят ли за её решение уже сейчас.
Оформи таблицей. Отметь знаком (?) всё, что является твоей гипотезой, а не общеизвестным фактом.

ПРОМТ 3 · ДОБАВИТЬ СВОИ НАБЛЮДЕНИЯ

Вот что я сам видел и слышал от людей из этой аудитории: **[3–10 реальных фраз, жалоб, ситуаций, обезличенно]**.
Сопоставь с картой болей: какие боли подтверждаются живыми примерами, какие нет, что новое появилось. Выдели 3 боли, которые выглядят самыми острыми и при этом за их решение готовы платить.

ВТОРОЙ МОЗГ

2 Генерация идей широким веером

На этом шаге задача — количество, а не качество. Отбирать будем потом. Сначала переформулируем боли в вопросы «Как мы могли бы...» (приём IDEO: вопрос задаёт направление, но не диктует решение), затем гоняем их через разные генераторы.

ПРОМТ 4 · ВОПРОСЫ «КАК МЫ МОГЛИ БЫ...»

Возьми три самые острые боли из нашей карты. Для каждой сформулируй 4 вопроса в формате «Как мы могли бы...» разной широты: от очень узкого до смелого. Пример узкого: «Как мы могли бы сократить подготовку репетитора к уроку до 10 минут?» Пример смелого: «Как мы могли бы сделать так, чтобы репетитору вообще не нужно было готовиться?»

ПРОМТ 5 · 20 ИДЕЙ БЕЗ ЦЕНЗУРЫ

Выбери 3 самых сильных вопроса «Как мы могли бы...». Предложи 20 идей продукта, которые их решают, в разных форматах: услуга, консультация, курс или интенсив, шаблоны и чек-листы, сообщество, сервис или бот, продукт «сделано за вас».
Для каждой идеи одна строка: название-ярлык — что это — для кого — почему это лучше текущего решения.
Минимум 5 идей должны быть неожиданными, почти странными. Не оценивай и не отсеивай.

ПРОМТ 6 · SCAMPER ДЛЯ ЛУЧШЕЙ ИДЕИ

Возьми идею **[номер или название]** и прогони её через SCAMPER. Для каждой буквы дай 2 варианта:
S — что заменить (Substitute)
C — с чем объединить (Combine)
A — что позаимствовать из другой отрасли (Adapt)
M — что увеличить или уменьшить (Modify)
P — как применить для другой аудитории (Put to another use)
E — что убрать (Eliminate)
R — что перевернуть или сделать наоборот (Reverse)
В конце назови 3 самых интересных варианта, которые получились.

ПРОМТ 7 · АНАЛОГИИ ИЗ ДРУГИХ МИРОВ

Как похожую задачу решают в **[3 далёкие отрасли, например: фитнес, игры, доставка еды]**? Найди по 2 механики из каждой и покажи, как перенести их в мой продукт.

Совет: если идеи звучат банально, добавьте в промт «Избегай очевидных решений, которые первыми приходят в голову. Каждая идея должна чем-то удивлять». И попросите ещё раз в другой нейросети: у моделей разный «характер» фантазии.

КРИТИК

3 Отбор: скоринг ICE

Из 20–30 идей оставляем 2–3. ICE — быстрая оценка по трём шкалам от 1 до 10: Impact (насколько сильно решает боль и сколько можно заработать), Confidence (насколько мы уверены, что это нужно людям), Ease (насколько легко запустить первую версию вашими силами).

ПРОМТ 8 · ОЦЕНКА ICE

Оцени идеи из списка: **[вставьте 8–12 идей-кандидатов]** по ICE с учётом моей карточки контекста.
Таблица: идея | Impact 1–10 | Confidence 1–10 | Ease 1–10 | итог (произведение) | обоснование в одну фразу.
Будь строгим: высокий Confidence ставь только там, где люди уже платят за похожее решение. В конце — топ-3 и чем они отличаются друг от друга.

Оценки ИИ — это черновик. Поправьте их своими руками: вы знаете аудиторию лучше.

КРИТИК

4 Стресс-тест финалиста

Теперь включаем критика. Лучше всего — в новом чате или другой нейросети. Стратегия Диснея разводит три позиции, которые в голове обычно смешиваются: Мечтатель видит, каким продукт может стать, Реалист прикидывает, как его сделать, Критик ищет, где он сломается.

ПРОМТ 9 · СТРАТЕГИЯ ДИСНЕЯ

Вот идея продукта: **[описание в 3–5 предложениях + для кого + цена, если есть]**.
Разбери её в три захода, строго по очереди:
МЕЧТАТЕЛЬ: каким этот продукт может стать в лучшем случае через 2 года? Что в нём самое ценное?
РЕАЛИСТ: что нужно для первой версии за 2–4 недели, по шагам? Какие ресурсы, сколько денег и времени?
КРИТИК: 7 самых серьёзных рисков и слабых мест. Не смягчай. Для каждого риска — как его проверить быстро и дёшево.

ПРОМТ 10 · PRE-MORTEM

Представь, что прошёл год. Продукт **[название]** запустили, и он полностью провалился. Напиши 5 разных правдоподобных историй, почему так случилось: про клиентов, деньги, конкурентов, меня как автора, сам продукт. Затем выдели 3 причины, которые можно предотвратить уже сейчас, и что для этого сделать.

ПРОМТ 11 · АДВОКАТ ДЬЯВОЛА

Ты скептичный инвестор, который видел сотни таких проектов. Задай мне 10 неудобных вопросов про эту идею. Затем назови: кто уже решает эту проблему (отметь (?), если не уверен, что компания существует), почему клиенту может быть проще ничего не менять, и за что он точно не будет платить.

КРИТИК ОФОРМИТЕЛЬ

5 Проверка у живых людей

Самый важный шаг, который нельзя отдать ИИ. Нейросеть не знает ваших будущих клиентов, а её «ответы от лица клиента» — это фантазия о среднем человеке. Зато ИИ отлично готовит интервью и разбирает его результаты.

Главное правило The Mom Test

Не спрашивайте «Вам бы понравилось?» и «Купили бы вы?» — люди из вежливости скажут «да». Спрашивайте о прошлом и конкретном: «Когда это было в последний раз? Что вы сделали? Сколько потратили? Что пробовали до этого?» Прошлое поведение не врёт, мнения о будущем — врут.

ПРОМТ 12 · СЦЕНАРИЙ ИНТЕРВЬЮ

Помоги подготовить проблемное интервью по методу The Mom Test для проверки идеи: **[идея]** и аудитории: **[аудитория]**.
Нужно:
1. 10–12 вопросов о прошлом опыте и реальном поведении человека, без упоминания моего продукта.
2. Для каждого вопроса — зачем он нужен и какой ответ будет сигналом «боль настоящая».
3. 5 вопросов-ловушек, которые задавать НЕЛЬЗЯ, и как их переформулировать.
4. Короткий текст приглашения на 20-минутный разговор для мессенджера, без продажи.

ПРОМТ 13 · РАЗБОР ИНТЕРВЬЮ

Вот заметки по **[N]** интервью (обезличены): **[вставьте заметки или расшифровки]**.
1. Какие боли подтвердились, сколько людей о них говорили, приведи цитаты.
2. Где сигналы готовности платить (уже тратят деньги, время, ищут решение)?
3. Что опровергает мою гипотезу? Не сглаживай.
4. Как нужно изменить идею продукта с учётом услышанного?
Отдели факты (что люди сказали и сделали) от интерпретаций.

ПРОМТ 14 · ТЕСТ СПРОСА ДО ПРОДУКТА

Предложи 5 способов проверить спрос на **[идея]** за 7 дней и бюджет до **[сумма]** ₽ до того, как я сделаю продукт: лендинг с предзаказом, пост в соцсетях, бесплатная консультация, ручная версия «за кулисами» и другие. Для каждого — что сделать по шагам и какая цифра будет означать «идём дальше».

Минимум — 5–7 разговоров с людьми из целевой аудитории. Если после них идея изменилась, вернитесь к шагам 2–4: это не провал, а ровно то, ради чего всё затевалось.

ОФОРМИТЕЛЬ

6 Упаковка: ИИ-оформитель

Идея прошла критику и людей — теперь её нужно объяснить так, чтобы понял человек, который слышит о ней впервые. Оформитель собирает всё, что вы наработали в чате, в стандартные форматы.

ПРОМТ 15 · ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

На основе всего нашего обсуждения и результатов интервью составь ценностное предложение по Value Proposition Canvas:
профиль клиента: задачи, боли, желаемые выгоды; карта ценности: продукт, что снимает боли, что создаёт выгоды.
Затем сформулируй позиционирование по формуле:
«Для **[кого]**, которые **[проблема]**, **[название]** — это **[категория]**, который **[ключевая выгода]**. В отличие от **[альтернатива]**, мы **[главное отличие]**».
Дай 3 варианта формулировки: деловой, тёплый, дерзкий.

ПРОМТ 16 · LEAN CANVAS

Заполни Lean Canvas для продукта **[название]** по нашему обсуждению: проблема (топ-3), сегменты клиентов и ранние последователи, уникальное ценностное предложение, решение, каналы привлечения, источники дохода и цена, структура затрат, ключевые метрики, скрытое преимущество.
Пиши кратко, 1–3 строки на блок. Блоки, где данных не хватает, отметь «ПРОВЕРИТЬ» и напиши, как узнать.

ПРОМТ 17 · ОДНОСТРАНИЧНИК

Собери одностраничное описание продукта для партнёра или первых клиентов: название и подзаголовок; проблема (с цифрой или живым примером из интервью); решение и как это работает в 3 шага; для кого; что человек получает в итоге; формат и цена; почему я; следующий шаг (куда написать). Без канцелярита и штампов вроде «уникальный», «инновационный», «под ключ». Объём — одна страница.

ПРОМТ 18 · НАЗВАНИЕ

Предложи 15 названий для продукта **[описание]**: 5 описательных, 5 образных, 5 игровых. Проверь каждое: легко ли произнести и написать на слух, нет ли неудачных ассоциаций. Отметь 3 лучших. Не утверждай, что домен или товарный знак свободен — это я проверю сам.

ОФОРМИТЕЛЬ

ПРОМТ 19 · ТЕКСТ ЛЕНДИНГА

Напиши текст лендинга для **[продукт]** по структуре: первый экран (заголовок про результат клиента, подзаголовок, кнопка); узнаваемые ситуации-боли (3–4); как это работает (3 шага); что входит; для кого подходит и для кого нет; обо мне; цена и что будет после оплаты; 5 вопросов и ответов; финальный призыв.
Пиши языком клиента, используй фразы из интервью: **[вставьте 3–5 цитат]**.

ПРОМТ 20 · ПИТЧ НА 60 СЕКУНД

Сделай устный питч продукта на 60 секунд (около 130 слов): зацепка-история, проблема, решение, доказательство (что уже проверено), просьба. Затем сократи до 15 секунд — чтобы рассказать в лифте или в сторис.

Усилители для любого промта

- «Сначала задай мне уточняющие вопросы».
- «Дай 3 варианта, разных по подходу».
- «Объясни, почему ты так решил».
- «Что я упускаю? Какой вопрос я забыл задать?»
- «Перепиши проще, как для друга без опыта в теме».
- «Оформи таблицей / списком / в одну страницу».
- «Отметь (?) всё, в чём ты не уверен».

Чек-лист: идея готова к запуску

- [ ] Я могу назвать конкретного человека, у которого есть эта боль.
- [ ] Минимум 5 людей рассказали о ней на интервью сами, без подсказок.
- [ ] Люди уже тратят на решение деньги или время.
- [ ] Я знаю, чем отличаюсь от того, что они используют сейчас.
- [ ] Первую версию можно собрать за 2–4 недели.
- [ ] Есть цена и понятный следующий шаг для клиента.
- [ ] Одностраничник понятен человеку со стороны с первого прочтения.

Частые ошибки

- **«Придумай мне бизнес» одной фразой.** Без контекста ИИ выдаёт идеи для среднего человека, а не для вас.
- **Влюбиться в первую идею.** Пропуск шагов 3–4 — самый дорогой: ошибку потом находит рынок.
- **Спрашивать ИИ вместо людей.** «Представь, что ты мой клиент» полезно для подготовки, но не заменяет 5 настоящих разговоров.
- **Верить цифрам ИИ.** Объём рынка, конкуренты и цены — только как гипотезы для проверки.

ОФОРМИТЕЛЬ КРИТИК

7 Из идеи в ТЗ для ИИ-агента

Мост к вайбкодингу. ИИ-агент (Kimi, Codex, Claude Code, Cursor и аналоги) собирает ровно то, что вы описали, а пробелы додумывает сам. Поэтому из одностраничника делаем короткое ТЗ (PRD): что строим, для кого, что входит в первую версию, а что откладываем.

ПРОМТ 21 · ТЗ (PRD) ДЛЯ ПЕРВОЙ ВЕРСИИ

На основе всего нашего обсуждения составь ТЗ для ИИ-агента, который будет собирать первую версию продукта. Структура:
1. Цель в одном предложении: какую проблему решает и для кого.
2. Пользователь и главный сценарий: «Пользователь открывает… делает… получает…» — 3–5 шагов.
3. Пользовательские истории в формате «Как **[роль]**, я хочу **[действие]**, чтобы **[результат]**» — 5–8 штук.
4. Функции по MoSCoW: ОБЯЗАТЕЛЬНО (только то, без чего продукт не работает), ЖЕЛАТЕЛЬНО, НЕ СЕЙЧАС.
5. Экраны: список и что на каждом.
6. Данные: что вводит пользователь, что хранится, есть ли персональные данные.
7. Ограничения: **[например: один HTML-файл, работает без установки и регистрации, на русском, адаптивно для телефона]**.
8. Критерии готовности: 5–7 проверок, по которым я пойму, что версия работает.
Пиши кратко и однозначно, без маркетинга. Это текст для исполнителя, а не для клиента.

ПРОМТ 22 · КРИТИК ПРОВЕРЯЕТ ТЗ

Ты опытный разработчик, тебе только что передали это ТЗ: **[вставьте ТЗ]**.
1. Задай 10 вопросов, без ответов на которые нельзя начинать работу.
2. Найди противоречия и места, где можно понять по-разному.
3. Урежь функции так, чтобы первую версию можно было собрать за один вечер, и объясни, что вынес в «НЕ СЕЙЧАС».
После моих ответов выдай исправленное ТЗ целиком.

ПРОМТ 23 · ПЕРВОЕ СООБЩЕНИЕ АГЕНТУ

Прочитай ТЗ ниже. Ничего не создавай сразу.
1. Перескажи своими словами, что мы делаем, и задай вопросы, если что-то неясно.
2. Предложи план сборки из 4–7 небольших шагов, после каждого из которых можно открыть результат и проверить.
3. Дождись моего «ок» и делай по одному шагу. После каждого шага коротко напиши, что сделано и как это проверить.
ТЗ: **[вставьте исправленное ТЗ]**

Как устроить проект

- Заведите папку проекта и сохраните ТЗ в файл **brief.md** или **README.md**: агент будет к нему возвращаться.
- Одна задача — один шаг. Проверили глазами, тогда следующий.
- Поменялась идея — сначала правим ТЗ, потом код.

Признаки хорошего ТЗ

- [ ] Список «НЕ СЕЙЧАС» длиннее, чем «ОБЯЗАТЕЛЬНО».
- [ ] Человек со стороны понимает его за 2 минуты.
- [ ] Каждый критерий готовности можно проверить кликом.