

Дмитрий Зверев

7 продвинутых техник Claude для экспертного копирайтинга



ZVERINFO.RU

7 продвинутых техник Claude для экспертного копирайтинга

Приветствую!

Меня зовут Дмитрий Зверев.

Классно, что вы решили освоить продвинутые возможности Claude для создания продающих текстов и иных элементов копирайтинга.

За последние три года я протестировал десятки нейросетей и могу с уверенностью сказать – Claude показывает лучшие результаты в этой сфере.

Сначала – пара ссылок на мои ресурсы, где много материалов по работе с нейросетями и инфомаркетингу:

- канал в Telegram <https://t.me/zverinfo>
- канал на Youtube <http://www.youtube.com/user/zverinfo>

Почему именно Claude? В отличие от других нейросетей, Claude лучше понимает контекст, может работать с большими объемами информации и создает более естественные, убедительные тексты.

Особенно это заметно при создании продающих материалов, где важны эмоции и психология.



Почему обычные промпты не работают для экспертов

Большинство пользователей относятся к Claude и другим нейросетям как к улучшенной версии поисковика – задают простые вопросы и получают посредственные ответы. Такой подход дает тексты уровня "для галочки", которые не продают и не вовлекают.

Проблема в том, что эксперты пытаются решать сложные задачи простыми промптами.

Разница между базовым и экспертным использованием Claude – как между использованием калькулятора для сложения и программированием собственного приложения. Одни и те же инструменты, но совершенно разные результаты. Продвинутое использование техник позволяет создавать тексты, которые реально продают, вовлекают аудиторию и выделяют вас среди конкурентов.

Поговорим об этом в данном файлике.

Техника 1: Создание детального профиля аудитории через диалог

Большинство экспертов знают свою аудиторию поверхностно.

Claude может помочь создать максимально детальный портрет клиента через специальную технику диалогового интервью.

Суть метода: Вы просите Claude сыграть роль вашего идеального клиента и проводите с ним подробное интервью. Нейросеть задает уточняющие вопросы, рассказывает о болях и потребностях так, как это сделал бы реальный человек.

Практический совет: Проведите такое интервью на 15-20 вопросов.

Сохраните диалог и используйте цитаты клиента в продающих текстах – это повышает их убедительность в разы.

Пример промпта:

Ты – мой идеальный клиент.

Тебе 35-45 лет, ты эксперт в своей области и хочешь монетизировать знания через написание своих книг и проведение курсов/тренингов.

У тебя есть экспертиза, но нет опыта в продажах и маркетинге.

Я буду задавать тебе вопросы, а ты отвечай как реальный человек – с эмоциями, сомнениями, конкретными примерами из жизни.

Можешь задавать встречные вопросы и уточнять детали.

Первый вопрос: Что больше всего пугает тебя в процессе создания и продажи курса?

Результат: Вместо сухого описания "целевая аудитория 35-45 лет" вы получаете живой портрет со всеми страхами, возражениями и мотивами. Эта информация становится основой для всех текстов.



Техника 2: Метод "слоеного промпта" для сложных текстов

Когда нужно создать сложный текст – например, лендинг или email-последовательность – обычные промпты дают поверхностный результат.

Метод "слоеного промпта" позволяет создавать многоуровневые тексты с глубокой проработкой.

Суть метода: Вы разбиваете задачу на слои и прорабатываете каждый отдельно.

Сначала структура, потом логика аргументации, затем эмоциональные триггеры, и только в конце – финальный текст.

| 1 | 2 | 3 |
|--|---|---|
| <p>Слой 1 – Анализ задачи</p> <p>Мне нужно написать продающий текст для лендинга курса по проведению вебинаров. Аудитория – эксперты 35-45 лет без опыта в онлайн-продажах.</p> <p>Проанализируй эту задачу и предложи:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ключевую боль, на которую нужно давить2. Главное желание аудитории3. Основное возражение4. Эмоциональный крючок для заголовка | <p>Слой 2 – Структура</p> <p>Теперь создай детальную структуру письма с указанием:</p> <ul style="list-style-type: none">- Какую эмоцию должен вызывать каждый блок- Какие конкретно аргументы приводить- Где размещать социальные доказательства- Как усиливать желание к концу письма | <p>Слой 3 – Финальный текст</p> <p>Используя анализ и структуру выше, напиши полный продающий текст.</p> <p>Длина – 2000 слов.</p> <p>Стиль – доверительный, без агрессивных продаж.</p> |

Результат: Вместо шаблонного письма вы получаете продуманный текст с четкой логикой воздействия.

Практический совет: Сохраняйте каждый слой в отдельном документе.

Это позволит дорабатывать структуру без переписывания всего текста.

Техника 3: Реверс-инжиниринг успешных текстов

Эта техника позволяет "расшифровать" чужие успешные тексты и создать собственные по тем же принципам.

Суть метода: Вы даете Claude успешный текст конкурента и просите проанализировать все приемы воздействия, а затем создать аналогичный текст для вашей ниши.

Результат: Вы получаете не копию чужого текста, а собственный материал, построенный по проверенным принципам.

Практический совет: Создайте коллекцию из 10-15 сильных текстов в вашей нише.

Регулярно анализируйте их через Claude – это прокачает ваше понимание копирайтинга.

Пример промпта:

Проанализируй этот продающий текст и выдели: [ВСТАВЛЯЕТЕ ТЕКСТ КОНКУРЕНТА]

1. Структуру аргументации
2. Эмоциональные триггеры
3. Техники создания доверия
4. Способы работы с возражениями
5. Приемы усиления желания

После анализа создай аналогичный текст для моего продукта: [ОПИСАНИЕ ВАШЕГО ПРОДУКТА]



Техника 4: Создание персональных стилевых шаблонов

Один из главных секретов экспертов – узнаваемый стиль.

Claude может помочь создать и зафиксировать ваш уникальный стиль для разных элементов вашего проекта: текстов постов, писем рассылок, продающих страниц и даже рекламных креативов, которые вы используете в ваших объявлениях.

Суть метода: Вы даете Claude несколько ваших текстов и просите создать подробное описание вашего стиля, а затем использовать его для новых материалов.



Анализ стиля

Проанализируй эти 3 моих текста и создай подробное описание моего стиля:

[ВСТАВЛЯЕТЕ СВОИ ТЕКСТЫ]

Опиши:

1. Характерные обороты речи
 2. Способы построения предложений
 3. Эмоциональную окраску
 4. Особенности аргументации
 5. Типичные примеры и метафоры
- Создай подробную инструкцию, как писать в моем стиле.



Использование шаблона

Напиши пост про важность email-маркетинга, используя мой стиль:

[ВСТАВЛЯЕТЕ ОПИСАНИЕ СТИЛЯ ОТ CLAUDE]

Длина – 2200 символов, тон – мотивирующий, с конкретным кейсом.

Результат: Все ваши тексты получают единообразный, узнаваемый стиль, что усиливает личный бренд и постепенно ведет к росту конверсии.

Попробуйте, обычно достаточно даже небольшой выборки. Но если вы сможете дать системе десятки ваших текстов, получится еще интереснее (например, можно выгрузить историю вашего Telegram-канала с вашими постами или взять подборку ваших писем, сохранив их из сервиса рассылок или напрямую из почтового ящика).

Практический совет: Обновляйте стилевой шаблон каждые 3-6 месяцев, добавляя новые тексты.

Стиль должен эволюционировать вместе с вами.

Техника 5: Метод итерационной доработки через критику

Большинство пользователей берут первый вариант текста от Claude. Но настоящая сила нейросети раскрывается через итерации – когда вы просите её критиковать и улучшать собственные тексты.

Суть метода: Claude создает текст, затем выступает в роли критика, находит слабые места и предлагает улучшения. Процесс повторяется 2-3 раза.

📌 Пример промпта:

Сначала напиши email для продажи консультации по написанию экспертных книг.

Аудитория – владельцы офлайн-практики, которые хотят уйти в онлайн.

После создания текста выступи в роли эксперта по копирайтингу и подвергни письмо жесткой критике:

- Где аргументы слабые?
- Какие эмоции плохо проработаны?
- Что может смутить читателя?
- Где можно усилить воздействие?

Затем перепиши письмо с учетом критики.

Результат: Каждая итерация делает текст сильнее.

Практический совет: Для важных текстов (лендинги, ключевые письма) делайте минимум 3 итерации. Экономия времени на доработке оборачивается потерей денег от слабых продаж.



Техника 6: Техника контекстных цепочек для больших проектов

Когда нужно создать серию связанных материалов (цепочка писем, контент-план на месяц, полный лендинг), важно сохранять единство стиля и логики.

Техника контекстных цепочек решает эту задачу.

Суть метода: Вы создаете "мастер-документ" с описанием всего проекта, а затем поэтапно создаете материалы, постоянно ссылаясь на общий контекст.

Мастер-документ

ПРОЕКТ: Запуск курса "Экспертная книга за 30 дней"

АУДИТОРИЯ: Эксперты, которые выходят в онлайн, возраст 45-50 лет, в онлайн чувствуют себя неуверенно

ГЛАВНАЯ БОЛЬ: Зависимость от офлайн-продаж, страх перед онлайн

ГЛАВНОЕ ЖЕЛАНИЕ: Стабильный пассивный доход через интернет

КЛЮЧЕВОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО: Готовая система запуска за 90 дней

СТИЛЬ: Доверительный, с кейсами, без агрессивных продаж

ПЛАН:

- Email 1: Актуализация проблемы
- Email 2: История успеха клиента
- Email 3: Описание системы
- Email 4: Работа с возражениями
- Email 5: Финальное предложение

Промпт для каждого письма

Используя мастер-документ выше, напиши Email 2 цепочки.

Задача письма: показать историю успеха клиента, который перешел из офлайна в онлайн.

Требования:

- Конкретный кейс с цифрами -

Акцент на простоте системы

- Мягкий переход к следующему письму -
Длина 400-500 слов

Результат: Все материалы получаются в едином стиле и логично дополняют друг друга.

Практический совет: Создавайте мастер-документ для любого проекта больше 3 материалов. Это сэкономит время и повысит качество.

Технически это можно реализовать через функционал "Проектов", который сейчас есть и в Claude, и в ChatGPT.

По сути - вы создаете единую "базу знаний" для группы текстов, которая помогает делать все быстрее, глубже и интереснее для аудитории.

Техника 7: Техника многослойного сторителлинга

Суть метода: Claude создает не просто историю, а многоуровневую конструкцию с продуманной драматургией, эмоциональными пиками и скрытыми триггерами влияния.

1

Создание основной истории

Создай продающую историю для моего курса по онлайн-продажам.

ЗАДАЧА: Показать трансформацию клиента из офлайн-тренера в успешного онлайн-эксперта

СТРУКТУРА ИСТОРИИ:

1. Герой: тренер по фитнесу 38 лет, 2 зала, доход 300к/месяц
2. Проблема: рост конкуренции, снижение количества клиентов, выбор многих в пользу онлайн-тренировок, доходы сильно упали
3. Поиск решения: попытки уйти в онлайн, неудачи
4. Встреча с автором технологии онлайн-продаж: знакомство с моей системой
5. Трансформация: запуск онлайн-школы за 90 дней
6. Результат: 1,5 млн в месяц, свобода, новые возможности

2

Добавление слоев

Теперь создай 3 дополнительных слоя для этой истории:

СЛОЙ 1 - Эмоциональный:

Добавь внутренние переживания героя в ключевых точках.

Что он чувствовал? О чем думал ночью?

СЛОЙ 2 - Социальное доказательство:

Вплети в историю реакцию окружения - семьи, коллег, клиентов

СЛОЙ 3 - Скрытые продажи:

Усиль моменты, где естественно упоминается продукт, без прямых продаж

Продолжение на следующей странице

Продолжение.

Начало на предыдущей странице.

3

Создание серии историй

На базе основной истории создай 5 коротких историй для соцсетей:

1. История про то, как в конце месяца стало понятно, что клиентов стало в 2 раза меньше, чем еще совсем недавно (боль)
2. История про первый неудачный онлайн-урок (попытки решения)
3. История про нахождение технологии (поворотная точка)
4. История про первые деньги онлайн (успех)
5. История про новую жизнь год спустя (трансформация)

Каждая история - 200-300 слов, с крючком в начале и интригой в конце

Результат: Вместо сухих фактов вы получаете захватывающую историю, которая естественно подводит к покупке.

Практический совет: Создайте банк из 10-15 клиентских историй разного типа.

Используйте их для разных задач: письма, посты, лендинги, презентации. Истории можно адаптировать под любой формат.



Дополнительные приемы

Работа с длинным контекстом

Claude может удерживать в памяти большие объемы информации. Загружайте в начале диалога все материалы о продукте, конкурентах, кейсах – это повысит качество генерации.

Рольевые промпты

Просите Claude выступать в роли конкретных экспертов: "Ответь как топовый копирайтер с 10-летним опытом" или "Проанализируй как маркетолог, который запустил 50+ воронок".

Техника "температуры"

Для креативных задач просите Claude быть более творческим, для аналитических – более структурным и логичным.

Создание чек-листов

После создания любого текста просите Claude создать чек-лист для проверки качества. Это поможет находить слабые места.

Рассмотренные техники превращают Claude из простого генератора текстов в мощный инструмент для создания продающих материалов.

Главное – не использовать техники по отдельности, а комбинировать их для решения задач.

Помните: Claude – это не замена вашей экспертизы, а её усилитель. Нейросеть поможет структурировать мысли, найти нужные слова и проверить логику, но стратегию и позиционирование определяете вы.

Начните с одной техники, освоите её, затем добавляйте следующую. Через месяц регулярной практики вы будете создавать тексты, которые реально продают и вовлекают.

Подробнее про практику использования эффективных запросов для нейросетей [узнайте здесь](#)



Мини-тренинг Дмитрия Зверева

Конструктор промптов (запросов)

варианты, структура, элементы, приемы и фишки

генерация на конкретных примерах в ChatGPT, Claude, Mistral, Qwen, DeepSeek и др.

zverinfo.ru

Успехов!

Дмитрий