



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

# Авторский контент стилиста с помощью ИИ

Ольга Ефанова, клуб стилистов Proобраз





## Ольга Ефанова

- Наставник стилистов и дизайнеров, арт-директор, эксперт с 30-летним опытом в fashion и медиа.
- **Основатель школы «Мастерская осознанного стиля»,**
- **Клуба стилистов Proобраз и Женского Стильного клуба.**
- Автор журнала Fashion Buzz, курса «Культура делового стиля» для менеджмента Института развития профессионального образования
- 150+ мастер-классов, 500+ клиентов, 300 фотосессий.



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Текст этой презентации я  
создала при помощи ИИ  
за 15 минут

95% этого времени работы заняло скопировать и расставить  
текст по шаблону презентации. И всего 5% времени заняло  
формулирование задачи для GPT-чата

Сегодня я покажу, что делать стилисту чтобы время на  
подготовку текстового контента занимало 5% от вашего  
рабочего времени



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

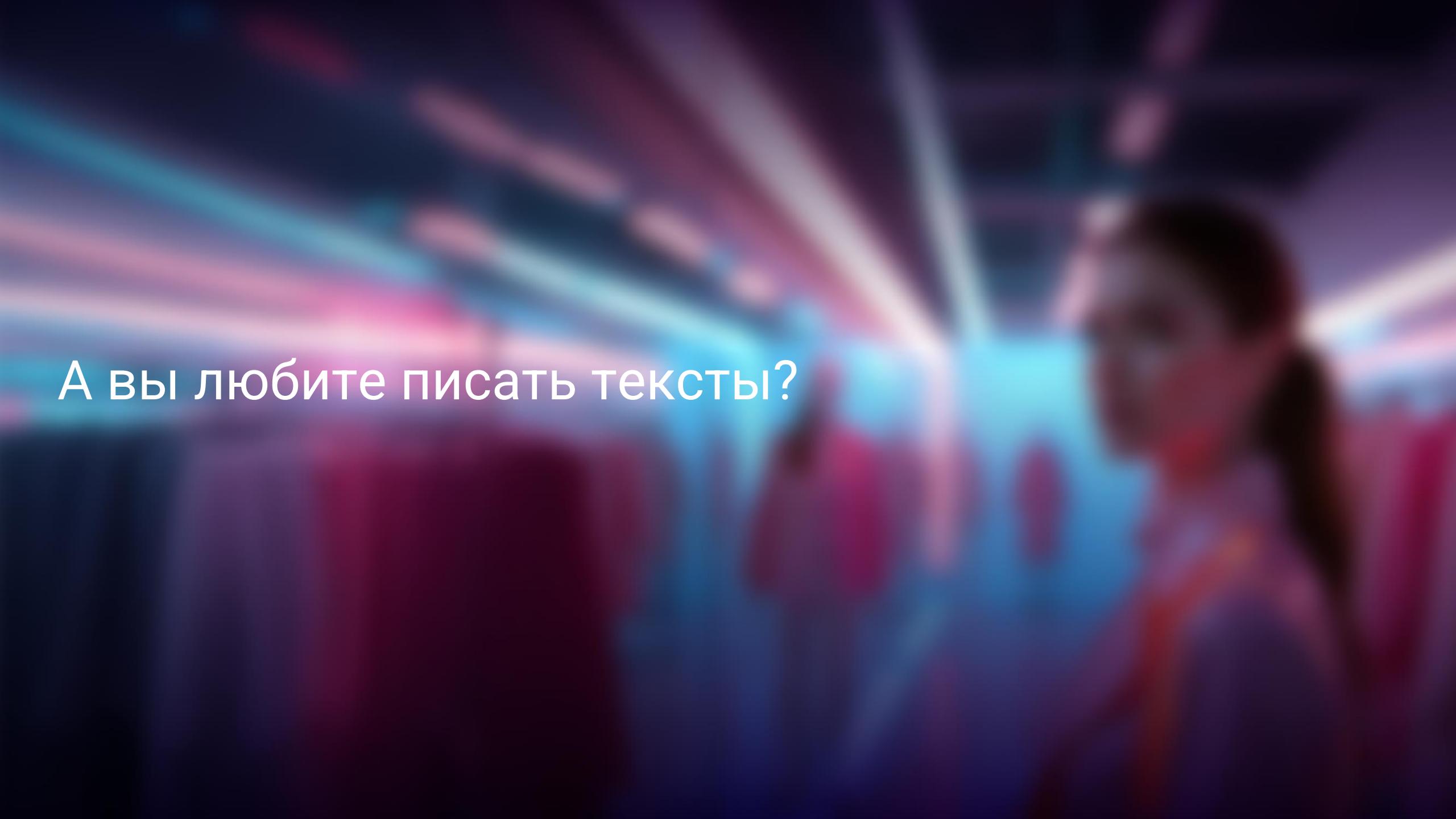
ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

“

Нужно бежать со всех ног, чтобы только  
оставаться на месте, а чтобы куда-то  
попасть, надо бежать как минимум вдвое  
быстрее!

*Люис Кэрролл*



А вы любите писать тексты?

# Каждый стилист сталкивается с этими затыками

1

**Сложно начать – белый лист,  
нет нужных слов**

*ИИ предлагает идеи текстов,  
помогает быстро  
сформулировать, редактирует и  
создает структуру*

2

**Нет времени писать –  
клиенты, съёмки, шопинги**

*ИИ превращает заметки и  
голосовые сообщения в  
готовые тексты в считанные  
секунды!*

3

**Контент не цепляет, не  
вовлекает, не продаёт**

*ИИ находит точные слова,  
вовлекающие  
формулировки*

# Чем конкретно помогает в контенте ИИ

1

4 месяца пишу все тексты с помощью ИИ

- Посты в соцсетях
- Анонсы мероприятий
- Письма клиентам и партнерам
- Описание услуг
- Поиск идей для контента и аналитика: потребностей ЦА

2

Время на подготовку единицы текста, включая структурирование и оформление сократилось с 1-2 часов до 5-30 минут

3

ИИ заменяет работу платных специалистов: СММ-ка, копирайтера, контент-маркетолога

# Пример работы с ИИ

Пост для моего Телеграм-канала

От постановки задачи (промта) до получения  
готового текста всего

1 минута

Привет, Ольга! Вот статья о корсетах,  
выстроенная от истории костюма к  
современной моде – с акцентом на  
эволюцию, символику и знаковые моменты в  
20–21 веках.

века, самыми значимыми  
корсетами в знаменитых  
домах моды и  
актуальными трендами

15:15 6.11.2023

ChatGPT

**XX век: освобождение и  
возвращение**

Начало XX века – время перемен. Коко Шанель, Пауль Пуаре и другие реформаторы моды начинают борьбу с «тираном» – корсетом. Вместо него – свободный край, бра, пояс и комфорт. В 1920-х корсет почти исчезает с подиумов и улиц, уступая место новому образу женщины – более подвижной, независимой.

Но он не исчезает навсегда.

В 1947 году Кристиан Диор запускает *New Look* – силуэт «песочные часы» с подчеркнутой талией. Это не прямой возврат к классическому корсету, но эстетика контроля и акцентированной формы возвращается. Вместе с послевоенной женственностью – структурированные лифы, бюстье, корсетные элементы в платьях

h

Спросите что-нибудь...

Инструменты

0

↑

ChatGPT может допускать ошибки. Рекомендуем проверять важную информацию.

III

O

<

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

# Какие тексты мы можем сделать с помощью ИИ

1

Посты, сторителлинг-сториз,  
риалз-сценарии, адаптация  
текстов под разные соцсети и  
форматы

2

Создание текстов для анонсов,  
презентаций, мастер-классов,  
писем клиентам и партнерам,  
тематические планы контента  
клубов, курсов, каналов и т.д.

3

ИИ сам предлагает: что  
можно написать или  
сделать еще!

# Пример. Кейс для портфолио «Визуальная концепция для бренда

Ставлю задачу для ChatGPT (вводные с сайта бренда):

Ты маркетолог работающий через архетипы опиши кейс по созданной нами визуальной концепции (фотосессии) для лукбука вот такого бренда *О БРЕНДЕ* В дизайн-лаборатории *Culture Codes* старинные традиции и ремесла встречаются с современным дизайном и рождаются чудеса. Шелковые платки-каре рассказывают истории о дремлющих драконах и хитросплетениях средневекового орнамента. Драгоценная эмаль расписывается мастерами по эскизам современных дизайнеров и звучит свежо, легко, задорно.

Ты маркетолог работающий через архетипы опиши кейс по созданной нами визуальной концепции (фотосессии) для лукбука вот такого бренда *О БРЕНДЕ* В дизайн-лаборатории *Culture Codes* старинные традиции и ремесла встречаются с современным дизайном и рождаются чудеса. Шелковые платки-каре рассказывают истории о дремлющих драконах и хитросплетениях средневекового орнамента. Драгоценная эмаль расписывается мастерами по эскизам современных дизайнеров и звучит свежо, легко, задорно.

ChatGPT сказал: Конечно, вот финальная версия кейса — объединяющая всё: фактическую работу, суть визуального подхода и корректные архетипы бренда *Culture Codes* — Творца и Мага. Текст подойдёт для портфолио, сайта или презентации.



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Пример. Кейс для портфолио «Визуальная концепция для бренда

## Получаю готовый текст от ChatGPT :

Кейс: визуальная стратегия и стилизация для бренда Culture Codes. Как визуализировать архетипы Творца и Мага, сохранив эстетику и глубину бренда

### О проекте

Уже два года мы создаём авторские фотосессии для бренда Culture Codes — дизайн-лаборатории, где старинные традиции и ремесло встречаются с современным дизайном.

Шелковые платки-каре этого бренда рассказывают истории: о дремлющих драконах, средневековых орнаментах, о красоте ручной росписи эмали. Это не просто аксессуары — это культурные артефакты, визуальные послания, эстетика вне времени.

### Архетипы бренда: Творец и Маг

В визуальной стратегии бренда ключевыми являются два архетипа:

Творец (Creator) — отвечает за эстетическое совершенство, уважение к ремеслу, художественную целостность. Это архетип, через который бренд выражает свою миссию: создавать новое, соединяя мастерство и смысл.

Маг (Magician) — даёт бренду силу превращать вещь в историю, форму — в ритуал, а шелковый платок — в портал в другой мир. Именно он делает визуальные решения бренда не просто красивыми, а воздействующими на уровне чувств и ассоциаций.

### Подход к визуалу: баланс между смыслом и актуальностью

За два года мы провели две стилистические съёмки, каждая из которых строилась не только на эстетике, но и на философии бренда.

◆ Наш вызов — показать, как такой традиционный аксессуар, как шелковый платок, может быть актуален в современном гардеробе, не теряя при этом своей культурной глубины.

Да, сегодня в моде смелые и игривые стилизации. Мы как команда имеем сотни идей, как превратить платок в топ, юбку или бейсболку — как это часто делают в рекламных кампаниях, вдохновлённых архетипом Шута.

Но архетип Шута — не про этот бренд.

Шут — это энергия эпатажа и визуального переизбытка.

Culture Codes — про утончённость, изящную игру символов и эстетический баланс. Здесь нельзя креативить мимо глубинных ценностей бренда — каждая идея должна быть в диалоге с ДНК марки.



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Пример. Кейс для портфолио «Визуальная концепция для бренда

 Визуальные принципы, которых мы придерживаемся

 Связь времён — съёмки выстроены в пространствах, где прошлое звучит современно: мозаики, камень, патинированная фактура, старинные окна, свет и тень как образ времени.

 Минимум модных трюков, максимум художественной выразительности — платок может быть стилизован в образ, но это всегда часть гармонии, а не попытка эпатировать.

 Женщина бренда — это не модель модного показа, а героиня своего мира: умная, чувствительная, одухотворённая.

 Что мы получили

 Визуал, который одновременно вневременной и актуальный

 Глубокую стилистическую идентичность, узнаваемую на всех платформах

 Повышенный интерес и доверие со стороны целевой аудитории — женщин, ценящих эстетику, смысл и искусство в повседневных вещах

 Заключение

Работая с брендом Culture Codes, мы сознательно отказываемся от поверхностного визуального «шума», которым переполнен модный рынок. Вместо этого — погружаемся в суть, работаем через архетипы Творца и Мага, создавая не просто красивые образы, а визуальный миф бренда. Именно такой подход делает съёмку не просто контентом, а работающим элементом идентичности, усиливающим бренд и его послание миру.

ChatGPT предлагает мне: *Если хотите, могу сделать из этого кейса отдельный текст для лендинга, презентации PDF или развернутого поста — с учётом вашей фирменной тональности.*

Ставлю задачу для ChatGPT :

*Напиши серию из 5-7 сториз про кейс Culture Codes емко передав смысл: наша фотокоманда работает через смыслы и ключом к смыслам идентичности бренда является распаковка его архетипов*

Продолжение следует -----



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Итог: кейс для портфолио «Визуальная концепция для бренда

## Искусство и культурные коды сквозь время



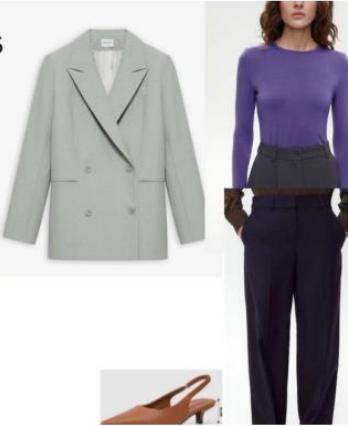
На этапе знакомства с брендом, мы выявили, что смысловое поле бренда находится в 2х архетипах: Творец и Маг

- **Творец (Creator)** — отвечает за эстетическое совершенство, уважение к ремеслу, художественную целостность. Это архетип, через который бренд выражает свою миссию: создавать новое, соединяя мастерство и смысл.
- **Маг (Magician)** — даёт бренду силу превращать вещь в историю, форму — в ритуал, а шелковый платок — в портал в другой мир. Именно он делает визуальные решения бренда не просто красивыми, а воздействующими на уровне чувств и ассоциаций.

40 16:16

## Раскадровка. Лук 5

### Модель Дарья



💡 Визуальные принципы, которых мы придерживаемся

✓ *Связь времён —* съёмки выстроены в пространствах, где прошлое звучит современно, модерн и ретро соединены общими цветовым колоритом, линиями и формами. Детали интерьера напоминают нам портал в прошлое: винтажный шкаф; ретро-игрушки, старинный балдахин, рамки картин

✓ *Минимум модных трюков, максимум художественной выразительности —* мольберт и палитра художника, а платок как картина, разворачивается в образе к зрителю, но всегда как часть общей гармонии, а не попытка эпатировать.

✓ *Женщина бренда —* это не модель модного показа, а героиня своего мира: умная, чувствительная, одухотворённая.

43 16:16

## Что мы получили

- ◆ Визуал, который одновременно **вневременной и актуальный**
- ◆ Глубокую стилистическую идентичность, узнаваемую на всех платформах
- ◆ Повышенный интерес и доверие со стороны целевой аудитории — женщин, ценящих эстетику, смысл и искусство в повседневных вещах

42 16:16



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

“

“ Превысить скорость, данную людям, ещё не значит стать Богом. ”

Эрих Мария Ремарк, Жизнь

А что ИИ не умеет при создании  
авторских текстов стилиста?

## Стилист – уникальность, ИИ - автоматизация

**1. Уникальная идея ИИ работает с тем, что уже есть. Он не создаёт по-настоящему новых смыслов.**

**2. Позиционирование и суть. ИИ не знает, в чём ваш стиль, ваш подход, ваша экспертиза – пока вы не объясните**

**3. Настоящий голос**

**Без примеров ваших текстов он будет «говорить» чужим языком или слишком шаблонно.**

**4. Экспертность**

**Он не стилист. Он может говорить про моду, но только с вашей подачи и под вашим контролем.**

**5. Эмпатия и тонкая настройка. ИИ не чувствует аудиторию – он лишь имитирует поведенческие паттерны. Настоящее понимание – от вас.**



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Пример работы с ИИ. Проработка идей постов

Я поставила задачу ИИ :

Привет! Расскажи что ты как маркетолог и визуализатор думаешь об архетипах заложенных в брендах Monochroom Ushatava Ульяна Сергеенко 12 Storeez

ChatGPT сказал: Привет, Ольга! Очень интересный вопрос — и с точки зрения маркетолога, и как визуализатора. Все четыре бренда действительно работают с архетипами, пусть не всегда осознанно. Ниже — моя расшифровка, какой архетип (или связка архетипов) лежит в основе каждого из них, и как это отражается в визуальном и эмоциональном коде бренда:

Monochroom

Архетип: Бунтарь (Rebel) + Искатель (Explorer)

Что выражает бренд: независимость, свободу от трендов и «правильности». Это одежда для тех, кто сам себе закон и не боится идти против течения.

Визуально: черно-белая палитра, лаконичность, нарочитая грубость, oversize, монохром и урбанистичность.

Коммуникация: минималистична, андрогинна, резкая. Ценится не мода, а ощущение себя вне системы.

Энергия бренда: как у андеграундной арт-группы — немного провокации, немного отчуждённости, но при этом — свобода выбора и самовыражения.



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Пример работы с ИИ

Я уточняю задачу ИИ: Не согласна с тобой по Ushatava это архитектурность концептуальность стремление оставаться собой независимость и быть вне системы переосмыслия свои корни. Бренд интеллектуальный А Monochroom он про Я свой Я один из вас мы равны в нем много про объединение семья друзья и визуально это простые формы но проявленные цвета удобные фактуры но яркие цвета орнамент узнаваемо объединяющий всех носителей как экосистема.

ChatGPT сказал: Спасибо, Ольга, за важные уточнения — ты абсолютно права, и это меняет акценты восприятия. Давай пересoberём архетипы и смыслы для Ushatava и Monochroom с учетом твоего видения как эксперта. В этом подходе ты глубже видишь ядро бренда — не через поверхностные образы, а через внутреннюю идею. Ниже — уточнённая трактовка с акцентом на архетипы, концепты и визуал:

## Monochroom

Архетип: Обыватель (Everyman) + Спутник (Companion)

Центральная идея: «мы вместе», но не сливаюсь — каждый остаётся собой, но внутри общей экосистемы. Это одежда как символ принадлежности без иерархии.

Визуальный код: простые, «понятные» формы, узнаваемый дизайн-код, яркие цвета и орнаменты как знаки сопричастности. Не андрогинность, а универсальность.

Смыслоное поле: объединение, дружба, уличная культура, комфорт как эстетическая позиция.....



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Пример работы с ИИ. Вовлекающий контент

Я поставила задачу ИИ:

*Отредактируй этот текст максимально сохранив лексику и суть Скажи, какие бренды ты выбираешь чаще и я скажу, кто ты! И это не о лейбломании и брендомании, это проимходит интуитивно - мы выбираем то что ближе нашим ценностям и даже тогда когда думаем, что название бренда нам не важно а важно лишь бы мне нрааилось. Вот это нравилось оно имеет в основе наши личные ценности Кто то хочет быть вместе со всеми а другой выделяться, кому то важно как я выгляжу а другому что я чувствую внутри, вообще все как асегда "на вкус и цвет!" Давайте поиграем - вы пишите 1 известный бренд который чаще встречается в вашем гардеробе или такой который вы не покупаете, но любуетесь им с удовольствием а рекламе на подиуме или в соцсетях. А я рассказываю какие ценности этот бренд транслирует визуально. А для примера, расскажу об одном очень популярном российском бренде Monochroom:*

.....



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Пример работы с ИИ. Итог: вовлекающий контент

Как всегда: на вкус и цвет!

Предлагаю поиграть.

Напишите один известный бренд:

— тот, что чаще всего появляется в вашем гардеробе, или

— тот, который вы не покупаете, но с удовольствием наблюдаете — в рекламе, на подиуме, в соцсетях.

А я расскажу, какие ценности транслирует этот бренд через визуальный язык.

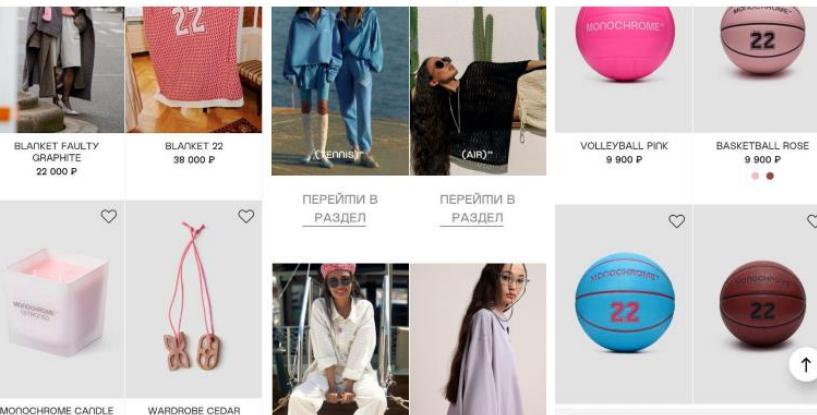


51 21:47



1 комментарий

## Женский Стильный клуб Ольги Ефановой



#архетипы\_стиль

Скажи, какие бренды ты выбираешь чаще — и я скажу, кто ты!

И нет, это не про лейбломанию и брендоманию. Всё происходит интуитивно — мы выбираем то, что ближе нашим внутренним ценностям. Даже когда уверяем себя, что название бренда не важно, мол, главное — чтобы «нравилось».

А это «нравилось» всегда отсылает к нашему внутреннему компасу — к тому, что мы на самом деле ценим.

Кому-то важно быть «как все», а кто-то стремится выделяться.

сопричастности. Это не андрогинность, а универсальность.

Смыслоное поле: Объединение, дружба, уличная культура. Комфорт — как эстетическая позиция. Не выделяться, а быть своим — среди таких же свободных.

Энергия бренда: Тёплая, дружелюбная. Это не бренд-одиночка, а бренд про окружение. Про социальную ткань, которая сплетается через одежду.

Посмотрите, как это работает:

в моделях, в съёмках, в оформлении сайта и дизайне магазинов.

Дружелюбие, «свойскость», лёгкость на подъём — всё это читается в их визуальной стратегии.

И да, она работает.

49 21:47

Прокомментировать

## Женский Стильный клуб Ольги Ефановой

Узнаваемость, «семейная» любовь к бренду, стирающая границы между поколениями — они это транслируют. И это действительно с ними происходит.

А есть тут любители Monochrome?

Жду ваши варианты — какой бренд разобрать следующим?

45 21:47

1 комментарий



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

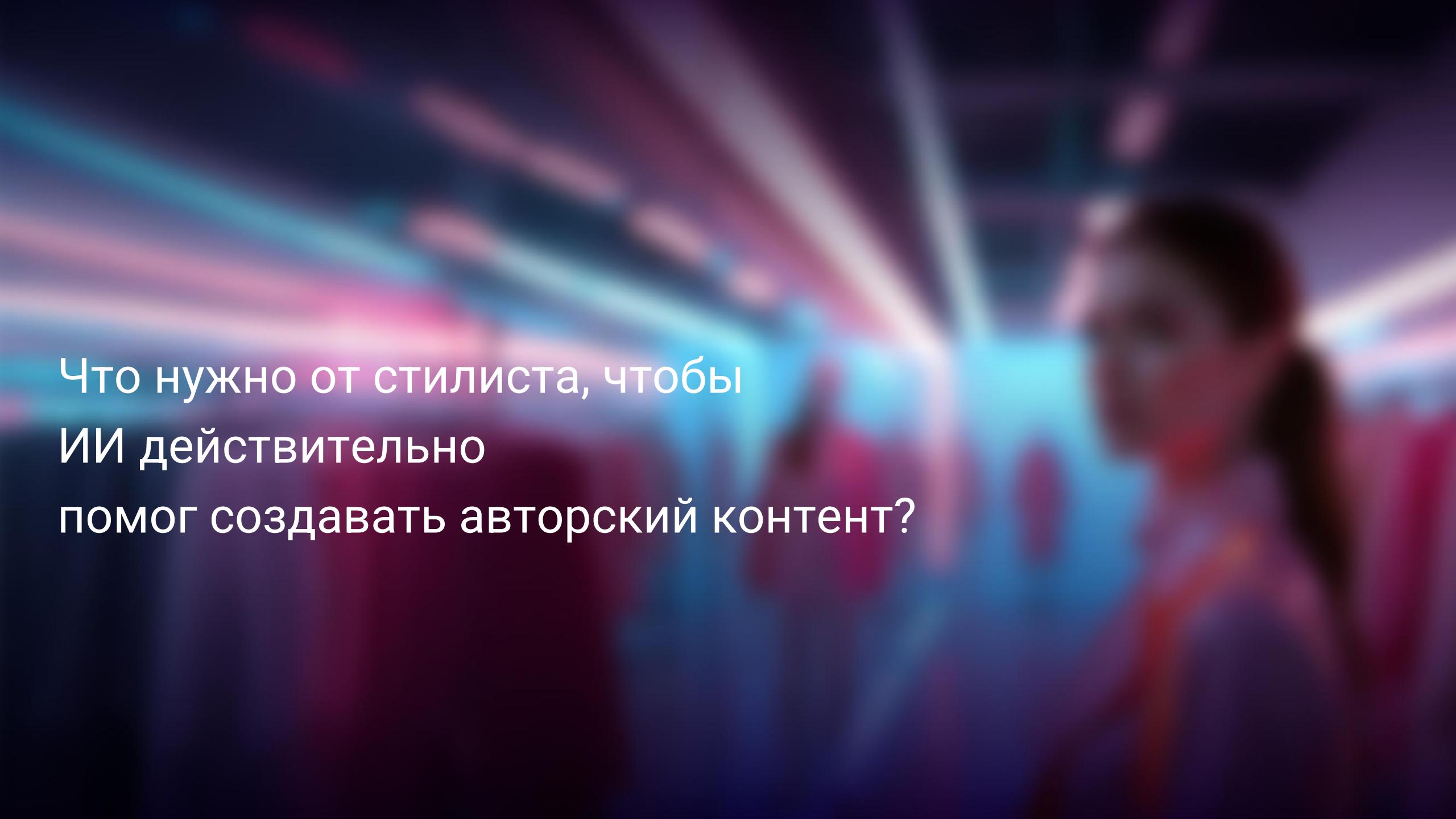
ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник



- Скажите, пожалуйста, куда мне отсюда идти? - Это во многом зависит от того, куда ты хочешь прийти, - ответил Кот.
- Да мне почти всё равно, - начала Алиса.
- Тогда всё равно, куда идти, - сказал Кот.
- Лишь бы попасть куда-нибудь, - пояснила Алиса.
- Не беспокойся, куда-нибудь ты обязательно попадешь, - сказал Кот, - конечно, если не остановишься на полпути.

*Люис Кэрролл*



Что нужно от стилиста, чтобы  
и и действительно  
помог создавать авторский контент?

# Стилист – ведущий. ИИ - исполнитель

## 1. Чёткое понимание своей личности и тональности

**ИИ пишет в любом стиле – но он не знает, какой из них ваш.**

Чтобы контент «звучал как вы», стилист должен:

- понимать свой тон общения (интеллектуальный, ироничный, мягкий, дерзкий и т.д.)
- знать, какие слова, образы, ритмы речи – свои, а какие – нет
- уметь настроить или откорректировать ответы ИИ под свою подачу

## 2. Глубокое знание своей аудитории

**ИИ сам не поймёт, для кого вы пишете.**

Он подскажет общее, но только стилист знает:

- какие боли, желания, страхи у её конкретной ЦА
- какой уровень образования, лексики, визуального вкуса
- какие примеры, термины и образы отзовутся – а какие нет

## 3. Чёткая позиция и смысл в каждом продукте/посте

**ИИ может собрать слова – но не найдёт смысл, если его нет у автора.**

Стилисту важно:

- ясно формулировать задачу: что я хочу этим сказать?
- давать ИИ точные вводные: кому пишем, зачем, что должны почувствовать
- проверять: это в моих ценностях? это про меня? это я бы сказала?

## 4. Живой опыт и личные наблюдения

**ИИ не создаёт уникальные инсайты – он их только структурирует**

Стилисту важно приносить:

- реальные кейсы, примеры, ситуации
- эмоции, нюансы работы, конфликты, открытия
- «человеческий» пласт: то, что делает текст живым и цепляющим



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Пример работы с ИИ. Что делать чтобы он делал, то что нужно нам?

1. Знакомим ИИ с нами. Свою биографию как можно более полную загружаем в ИИ
2. Собираем все, что есть о наших продуктах\услугах. Загружаем файл в ИИ
3. ЦА анализируем и вместе с ИИ описываем: боли, отзывы, кейсы
4. Ваши бизнес цели: когда, сколько вам нужно продавать
5. На основе вышеперечисленного вместе с ИИ составляем контент-план: 2 недели – 1 месяц



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

Подводные камни и лайфхаки при  
работе над контентом с помощью  
GPT-чата

# Пример работы с ИИ. Корректируем его штампы

**Я ставлю задачу ИИ:**

Привет. Напиши мою самопрезентацию для Женского Стильного клуба из роли моего архетипа Искатель. Перечисли те услуги и проекты в которых этот архетип имеет значение: Культпоходы со стилистом, Стильные Weekendы по городам, Шопинг-экскурсии по шоурумам Москвы

**Я, прошу внести правки ИИ:**

Легко дышит в пространстве клуба - лишний штамп. Исходи из того что стратегии Искателя близки всем кто стремиться развиваться кому ценные знания и близко самопознание и развитие личности культурного бэграунда расширение кругозора. И об этом наш Стильный клуб



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

**ChatGPT сказал:**

участниц клуба. Текст стал более универсальным, приглашающим и «пространственным»:

❖ В каждом из нас живут архетипы. Но есть один, который особенно легко дышит в пространстве **Женского Стильного клуба**.

**Искатель.**

Это не беспокойство и не бегство.

Это – **внутренняя свобода**, любопытство,

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# ИИ – не волшебник, он только учится. Мы одновременно и его коллеги, и его учителя

1

Шаблонные фразы, обезличенный текст, лесть

Прямо попросите его исправить, читайте вырабатывая свою текстовую насмотренность, повышайте самоценность в коммуникации с людьми

2

Искажение фактов, обобщение

Проверяйте за ним, сверяйте с открытыми источниками, повышайте ваш профессиональный уровень знаний

3

Слишком быстро пишет

Сохраняйте текст вне ИИ-чата в одном месте  
Публикуйте не откладывая «в стол»

# Приглашение в профессиональный клуб стилистов Proобраз

Мастер-майнд программа практического освоения  
ведения контент-продвижения с помощью ИИ

## «Контент-продвижение стилиста с помощью ИИ»

Всего 10 мест, Сентябрь

**20% специальный бонус при регистрации до  
1 августа**



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ

Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник

# Подарок для участников конференции купивших пакет записей эфиров

**Персональная консультация-разбор по  
составлению пошагового плана освоения ИИ  
для продвижения ваших услуг и проектов.**

Через «распаковку» вашей экспертной уникальности как стилиста. Отвечу на вопросы: с чего именно вам начать, какие нейросети освоить, что и как подготовить для настройки ИИ-помощников для успеха в профессии

1,5 часовая онлайн-встреча

Даты проведения: июль-август

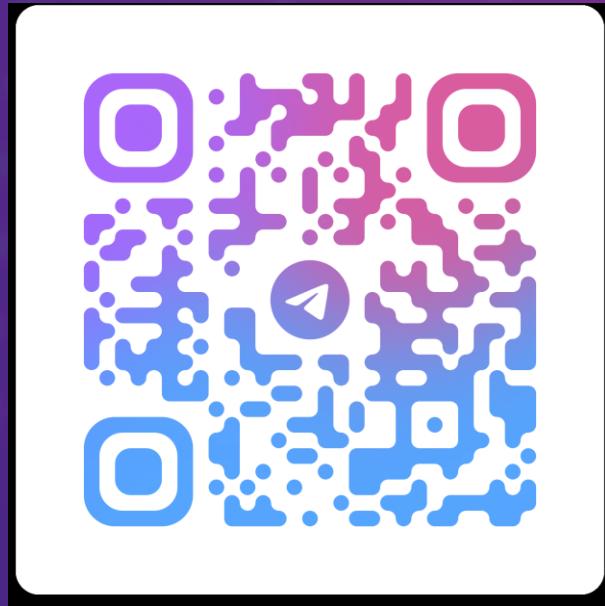


Ольга Ефанова, имидж-стилист, наставник



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

ШКОЛА  
ИНЕССЫ  
ТРУБЕЦКОВОЙ



## Клуб стилистов Proобраз



[www.4yourstyle.com](http://www.4yourstyle.com)



@OlgaEfanova\_stylist\_PROobraz



@proobraz\_olgaefanova



olgasefanova@yandex.ru



+79037128344



<https://vk.com/olgasefanova>