

ChatGuide: 100 000 показов в Дзене — схема «Хитроопый треугольник»

Автор: Андрей Плешков / neurogram.com

Аннотация от автора

Привет, коллега. На связи Андрей Плешков, организатор NeuroSummit и редактор ChatGuide, который ты сейчас читаешь. Класно, что ты решил разобраться с продвижением в Дзене с помощью нейросетей.

Сначала несколько ссылок на мои ресурсы, где много материалов по нейросетям и их применению:

- Инвайт в Neurocommunity: <https://neurohub.ru/community>
- Нейрограм: <https://neurogram.com/>
- Конференция NeuroSummit: <https://neurohub.ru/neurosummit>
- Промптерская: <https://t.me/prompterskaya>
- Подкаст NeuroRadio: <https://neuronki.mave.digital>

Этот гайд создан по мотивам первого выпуска **NeuroRadio** с участием Наташи Нагорновой — маркетолога с 20-летним стажем, которая ведёт Дзен-блог с 2023 года и использует его как основной источник органического трафика в Telegram. На эфире Наташа разобрала авторскую схему «Хитроопый треугольник»: как писать статьи, которые одновременно ранжирует Яндекс, цитирует Алиса и пересылают живые люди друг другу.

За 15–20 минут ты получишь готовую систему: как устроен алгоритм Дзена, почему «голый» ИИ-текст теряет охваты, 38 рабочих советов по контенту и связку из 5 GPT-инструментов для создания статей под SEO/GEO-выдачу.

Нейросвязки в гайде: ChatGPT (GPTs «Хитроопый Дзен», «SEO-писака с Дзена», «Нейрокопирайтер», «Фломастер Сторителлинга 2.0», «Архип. Скромный писарь») + авторские промпты для генерации тем и чистки ИИ-текстов.

Ключевые выводы и инсайты

Основная идея. Дзен — недооценённая площадка с бесплатным органическим трафиком, которую любят Яндекс и Алиса. Секрет 100 000 показов в схеме «Хитроопый треугольник»: статья должна одновременно быть SEO-оптимизированной, GEO-оптимизированной и по-настоящему человеческой. Нейросеть здесь помогает — но не заменяет автора.

Ключевые тезисы:

1. **Алгоритм Дзена судит по поведению** — CTR, дочитывание, время на странице. Статья проходит испытание первыми 100–500 показами, и слабый ИИ-контент не выживает.
2. **ИИ-текст «в лоб» не работает** — Дзен распознаёт шаблонные конструкции и рерайт. Нейросеть даёт черновик, автор добавляет конкретику, личный опыт и живые фразы.
3. **«Хитроопный треугольник»** — это три угла: SEO (Яндекс найдёт), GEO (Алиса процитирует), HUMAN (человек прочитает и перешлёт). Убери один угол — охваты падают.
4. **5 GPT-ассистентов** закрывают полный цикл: генерация тем → структура → написание → чистка → финальный текст.
5. **Регулярность важнее объёма.** 2–3 статьи в неделю по 30 минут работы дают больше, чем 10 статей за раз и месяц тишины.

Инсайты, которые меняют подход:

- Читатель Дзена ищет **ответ**, а не автора. Первые 200 символов и заголовок — это всё решение «читать/уйти».
- Статьи из Дзена попадают в топ Яндекса быстрее, чем со стороннего сайта. Это бесплатное SEO.
- GEO — отдельная механика: нужен прямой ответ в первом абзаце и самостоятельные блоки с FAQ.
- Внешний трафик с быстрым отвалом **убивает** органику статьи. Не гонитесь за переходами из Telegram ради красивых цифр.
- Дзен — это воронка. Здесь люди вас находят. А уже в Telegram, ВКонтакте или на сайте — остаются.

? FAQ: Вопросы и ответы

Блок 1. Почему Дзен?

Вопрос 1. Почему Дзен, а не другие площадки — в чём его реальное преимущество?

Коротко: Дзен даёт органику бесплатно — через рекомендации, Яндекс и Алису. Это трафик, который работает даже когда вы спите.

Подробно:

Большинство площадок требуют либо рекламного бюджета, либо уже сформированной аудитории, которая сама придёт читать. Дзен устроен иначе: он сам находит читателей для вашей статьи через рекомендательный алгоритм. Написали статью — алгоритм

начинает показывать её людям с похожими интересами. Если статья удерживает внимание, охваты растут сами.

Второй козырь — симбиоз с экосистемой Яндекса. Грамотно написанная статья на Дзене может занять первую позицию в поиске, обогнав крупные сайты. И это не теория: Наташа Нагорнова в своём блоге регулярно видит именно такую картину. Плюс Алиса охотно цитирует Дзен — если статья структурирована правильно, голосовой ассистент будет зачитывать её фрагменты миллионам пользователей.

Третий момент — Дзен не зависит от алгоритмов сторонних соцсетей и блокировок. Пока Telegram замедляют, Дзен продолжает работать и приносить подписчиков.

Вопрос 2. Как именно Дзен попадает в выдачу Яндекса и в ответы Алисы?

Коротко: Яндекс доверяет Дзену как своей платформе и охотно показывает его статьи в поиске. Алиса цитирует структурированные тексты с прямым ответом в начале.

Подробно:

Яндекс и Дзен — одна экосистема. Это как если бы у вас был свой журналист прямо в редакции главной газеты страны: доверие по умолчанию выше, чем у любого стороннего блога. Статья с правильными ключевыми запросами, написанная под реальные вопросы аудитории, может выйти в топ поиска за считанные дни.

С Алисой история другая. Голосовой ассистент любит тексты, где ответ дан сразу — в первом абзаце, коротко и по делу. Дальше идёт развёрнутое объяснение, но главная мысль уже прозвучала. Такая структура называется GEO-оптимизацией (Generative Engine Optimization). Если разбить статью на самостоятельные смысловые блоки с подзаголовками H2 и H3, добавить блок FAQ — шанс попасть в голосовую выдачу вырастает многократно.

Важная деталь: Алиса смотрит на блок FAQ в поиске отдельно. Если в статье есть раздел «Часто задаваемые вопросы» с короткими конкретными ответами — это прямой билет в голосовую выдачу.

Вопрос 3. Почему многие бросают Дзен после первых статей — и что с этим делать?

Коротко: Первые статьи всегда собирают мало показов. Это нормально — алгоритм изучает автора. Бросить в этот момент = потерять всё вложенное время.

Подробно:

Дзен — это не кнопка «опубликовал и сразу 50 000 показов». Алгоритм работает как строгий редактор: он сначала показывает статью небольшой аудитории (100–500

человек) и смотрит на реакцию. Читают? Дочитывают до конца? Комментируют? Если да — охваты растут. Если нет — статья остаётся в тени.

Большинство авторов опускают руки именно на этом этапе: первая статья дала 30 показов, вторая 40, кажется, что ничего не работает. На самом деле алгоритм ещё не понял, кто ты и о чём пишешь. Нужно около 10–15 публикаций, чтобы система настроилась.

Представьте, что вы открыли новый ресторан. В первый день пришло 5 человек. Вы же не закрываете ресторан на следующее утро? Дзен требует такого же терпения. Система публикаций 2–3 раза в неделю даёт результат — проверено на практике сотнями авторов, включая саму Наташу Нагорнову.

Блок 2. Как работает алгоритм

Вопрос 4. Как Дзен решает, показывать статью или нет?

Коротко: По поведению читателей — CTR (кликабельность), дочитывание, время на странице, комментарии. Не по факту «написал человек или ИИ».

Подробно:

Алгоритм Дзена — это, по сути, математика поведения. Он не читает текст как редактор и не оценивает глубину мысли. Он смотрит на цифры: сколько людей кликнули на заголовок из ленты (CTR), сколько из них дочитали статью до конца, сколько времени провели на странице, оставили ли комментарий.

Первый тест — это показы. Алгоритм «бросает» статью небольшой аудитории и смотрит на реакцию. Если CTR высокий (люди кликают), но дочитывание низкое (быстро уходят) — это сигнал кликбейта. Охваты резко падают, и восстановить репутацию статьи практически невозможно. Если люди задерживаются меньше 40 секунд — это считается отказом.

Хорошая новость: алгоритм не определяет «написал человек или ИИ» напрямую. Он реагирует на качество поведения. Если ИИ-текст удерживает людей — он получит охваты. Если текст скучный и шаблонный, даже написанный человеком вручную — он провалится. Поэтому задача не «обмануть алгоритм», а реально написать полезно и интересно.

Вопрос 5. Что убивает охваты быстрее всего?

Коротко: Кликбейт + слабый текст, «вода» без конкретики, шаблонный ИИ-контент и внешний трафик с быстрым отвалом.

Подробно:

Есть несколько убийц охватов, которые срабатывают быстро и больно. Первый — несоответствие заголовка и содержания. Если заголовок обещает «5 способов заработать 100 000 рублей за неделю», а статья — общие рассуждения о маркетинге, алгоритм это видит по цифрам дочитывания и немедленно снижает показы.

Второй убийца — обобщённые формулировки без конкретики. «Нейросети меняют рынок» — это вода. «ChatGPT помог мне написать 3 статьи за 2 часа вместо 8 — вот как именно» — это конкретика, которая удерживает читателя.

Третий — типичный ИИ-текст с шаблонными конструкциями: «В современном мире...», «Важно понимать, что...», «Таким образом...». Дзен распознаёт рерайт и снижает охваты таких текстов. Не потому что они «от ИИ», а потому что они скучные и их быстро листают.

Четвёртый, неочевидный: если вы отправляете подписчиков из Telegram читать свою статью в Дзене, а они уходят быстро (потому что уже знают суть из вашего поста) — алгоритм получает сигнал отказа и снижает органику статьи. Внешний трафик не всегда помогает.

Вопрос 6. Почему кликбейтный заголовок — ловушка, а не лайфхак?

Коротко: Кликбейт даёт высокий CTR, но низкое дочитывание. Алгоритм видит это как обман читателя и «наказывает» снижением охватов.

Подробно:

Соблазн написать «ВЫ БУДЕТЕ ШОКИРОВАНЫ: нейросеть делает это за 5 секунд» велик — клики есть. Но дальше начинается проблема. Человек, который кликнул на кричащий заголовок, ждёт соответствующего содержания. Если статья его разочаровывает — он закрывает страницу через 10–20 секунд.

Алгоритм Дзена видит эту связку как красный флаг: CTR высокий, дочитывание низкое = кликбейт. После нескольких таких сигналов охваты статьи и всего канала падают. Восстановление может занять недели.

Правильная механика другая: заголовок должен честно обещать конкретную пользу, а статья — эту пользу давать. Тогда CTR умеренный, но дочитывание высокое, и алгоритм масштабирует статью. Формула: цифра + конкретный результат + понятная аудитория. Не «Как заработать деньги», а «Как маркетологу собрать 100 000 показов в Дзене за 3 месяца».

Блок 3. Схема «Хитроопый треугольник»

Вопрос 7. Что такое «Хитроопый треугольник» — в чём суть схемы?

Коротко: Три угла успешной статьи на Дзене: SEO (Яндекс), GEO (Алиса) и HUMAN (живой человек). Убери один угол — результат падает.

Подробно:

Наташа Нагорнова назвала свою систему «Хитроопым треугольником», потому что задача — убить трёх зайцев одним выстрелом. Каждый угол треугольника отвечает за своего «зайца».

SEO-угол — это классическая поисковая оптимизация под Яндекс: ключевые запросы в заголовке и первых 200 символах, подзаголовки H2/H3, конкретные «хвостовые» запросы вроде «как выбрать нейросеть для написания текстов в 2026 году» вместо просто «нейросети для текста».

GEO-угол — оптимизация под генеративные ответы: Алису, голосовые ассистенты, AI-поисковики. Нужен прямой ответ на вопрос в самом начале статьи, самостоятельные блоки, которые можно «вырезать» и процитировать, и блок FAQ в конце.

HUMAN-угол — человечность текста. Конкретные истории, личный опыт, живые примеры, эмоции, неожиданные углы зрения. Это то, что заставляет дочитать до конца и переслать другу.

Когда все три угла работают вместе, статья получает показы из трёх источников одновременно: органика Дзена, поиск Яндекса и голосовая выдача Алисы.

Вопрос 8. Как написать статью, которую выдаст Яндекс, процитирует Алиса и перешлют люди?

Коротко: Структура решает всё: заголовок с цифрой + прямой ответ в первом абзаце + H2/H3-блоки + FAQ + живой финал с вопросом к читателю.

Подробно:

Разберём по шагам. Статья начинается с **заголовка** по формуле: цифра + боль/вопрос аудитории + результат. «15 приёмов написания статей для Дзена, которые работают в 2026 году» — это Яндексу нравится, это Алиса может процитировать, это человек кликает.

Первый абзац — **TL;DR**: 2–3 предложения с прямым ответом на вопрос из заголовка. Это GEO-механика: ассистенты «вырезают» именно этот кусок для голосового ответа.

Основное тело разбито на блоки H2 и H3 с конкретными шагами, примерами, цифрами. Никакой воды. Каждый абзац — отдельная польза.

В середине или конце — **блок FAQ** из 5–8 реальных вопросов с короткими ответами. Именно его Алиса использует для выдачи.

Финал — **вопрос к читателю**: «А у вас уже есть канал в Дзене? Что пробовали?» Вопрос провоцирует комментарии, комментарии сигнализируют алгоритму об активности, алгоритм увеличивает показы.

Вопрос 9. Чем GEO-оптимизация отличается от SEO и зачем она нужна прямо сейчас?

Коротко: SEO — это про поисковики, GEO — про AI-ассистентов (Алиса, ChatGPT, Perplexity). Они работают по разной логике, и статья должна удовлетворять обе.

Подробно:

SEO — это когда человек вбивает запрос в Яндекс и видит список ссылок. Здесь работают ключевые слова, структура, ссылочная масса. GEO (Generative Engine Optimization) — это когда человек спрашивает Алису голосом или вводит запрос в ChatGPT, и ассистент сам генерирует ответ, цитируя источники.

Алиса работает иначе, чем поисковая строка: ей нужен текст, из которого можно «вырезать» готовый ответ. Поэтому GEO-статья строится так: определение или прямой ответ в самом начале, далее развёртка, блок FAQ, самостоятельные смысловые секции.

Почему это важно прямо сейчас? Потому что доля голосового поиска и AI-ассистентов растёт каждый год. Статья, написанная только под классический SEO, будет упускать этот трафик. Статья, написанная под «Хитроопный треугольник», берёт и тот, и другой канал.

Блок 4. Контент и форматы

Вопрос 10. Какие 5 форматов контента работают в Дзене лучше всего?

Коротко: SEO/GEO-полезный без воды, сторителлинг, новостной с инфоповодами, рассказы, авторский человеческий.

Подробно:

Каждый формат решает свою задачу, и опытные авторы миксуют их в контент-плане.

Полезный SEO/GEO-материал — это инструкции, чек-листы, разборы: «Как сделать X за Y шагов». Именно он хорошо индексируется и попадает в выдачу Алисы. Главное условие — конкретика без воды, ответ с первой строки.

Сторителлинг — истории из личного опыта, кейсы, разборы ошибок. «Я потратил 3 месяца на Дзен и вот что получил» читают охотнее, чем абстрактные советы. Ошибки, кстати, собирают больше дочитываний, чем истории успеха.

Новостной формат — привязка к актуальным событиям. Сезонные темы, инфоповоды, даты. «Что изменилось в алгоритме Дзена в 2026 году» — это трафик здесь и сейчас.

Рассказы — это авторская проза, наблюдения, жизненные зарисовки. Дзен любит человеческое, и рассказы собирают живые комментарии.

Авторский человеческий — мнение, позиция, провокация: «Почему я не верю в этот тренд» или «Разнос популярной глупости». Именно такой контент пересылают, цитируют и обсуждают.

Вопрос 11. Как правильно писать заголовок для Дзена — есть ли рабочие формулы?

Коротко: Цифра + конкретика + аудитория или дата. Заголовок должен честно обещать пользу и точно её выполнять.

Подробно:

Разберём рабочие приёмы из практики.

Цифра в заголовке — это всегда работает. Цифра обещает конкретику и рамки. «15 способов написать статью быстро» воспринимается лучше, чем «Как писать статьи быстро». Мозг чувствует: вот начало, вот конец, мне не придётся читать бесконечно.

Упоминание денег — сильный триггер. «Как заработать первые 10 000 рублей на Дзене» кликают охотнее, чем «Как монетизировать блог». Деньги = конкретный результат, который хочется получить.

Год в заголовке — маркер актуальности. «Ошибки контент-маркетолога в 2026 году» читают охотнее, чем «Ошибки контент-маркетолога».

Обращение к конкретной аудитории — читатель должен увидеть себя: «Маркетологам: 7 инструментов, которые вы ещё не пробовали».

Провокация — работает, если текст её подкрепляет: «Почему нейросети убьют скучные статьи» лучше, чем «Плюсы нейросетей для контента».

Привязка к датам и событиям создаёт эффект «здесь и сейчас»: «С октября 2026: что изменилось в выдаче Яндекса».

Вопрос 12. Что делать с ИИ-черновиком, чтобы он прошёл алгоритм и понравился людям?

Коротко: Добавить себя. Конкретику, личный опыт, живые фразы, убрать шаблонные конструкции — и чистый GPT-черновик станет живым текстом.

Подробно:

Нейросеть — это заготовка, не финальный продукт. Представьте, что вы заказали каркас дома. Стены есть, крыша есть, но жить в нём пока нельзя: нет окон, нет тепла, нет характера. Чистый GPT-текст — это именно такой каркас.

Что нужно добавить: личный опыт и конкретные примеры из жизни («я пробовал этот приём на канале с 400 статьями — вот что вышло»), цифры и факты из реальной практики, живые наблюдения и неожиданные углы зрения, разговорные фразы и авторский голос.

Что нужно убрать: конструкцию «не X, а Y» в любом виде, канцеляризмы («важно понимать», «стоит отметить», «в современном мире»), абстрактные выводы без фактов, симметричные абзацы одинаковой длины (выглядят как ИИ), «лестничный стиль» — когда каждое предложение на отдельной строке.

Проверочный вопрос: «Если убрать моё имя, поймёт ли читатель, что это написал живой человек?» Если нет — текст нужно доработать.

Вопрос 13. Сколько знаков должна быть статья и как часто публиковать?

Коротко: Оптимально от 8 000 знаков, идеально — 8 000–12 000. Публиковать 2–3 раза в неделю стабильно важнее, чем редкие большие взрывы.

Подробно:

Дзен любит объём, потому что объёмные статьи дольше удерживают читателя, а время на странице — важный сигнал для алгоритма. 2 000 знаков — слишком мало, алгоритм не успевает «разогнать» статью. 15 000 знаков — можно, если материал настолько ценный, что человек готов читать долго. Но удержать на 15 000 знаках значительно сложнее.

Золотая середина — 8 000–12 000 знаков. Это достаточно для полного раскрытия темы и достаточно короткий, чтобы прочитать за один присест.

По частоте: 3 статьи в неделю лучше, чем 10 за раз и месяц молчания. Алгоритм воспринимает регулярность как признак живого автора и активно продвигает такие каналы. Месяц тишины — это сброс темпа, после которого нужно снова «разгонять» канал с нуля.

Важно: даже 30 минут в день достаточно для поддержания ритма, если использовать GPT-инструменты для ускорения написания.

Блок 5. Нейросети для Дзена

Вопрос 14. Какие GPT-инструменты использовать для создания контента в Дзене?

Коротко: Наташа Нагорнова собрала 5 авторских GPT-ассистентов, которые закрывают полный цикл: от генерации тем до финальной чистки текста.

Подробно:

Вот арсенал, которым пользуется сама Наташа:

«Хитроопый Дзен» — главный ассистент. Помогает придумывать темы и писать статьи по схеме «Хитроопый треугольник». Знает механику SEO/GEO/HUMAN изнутри. Ссылка: <https://chatgpt.com/g/g-69d20c2deec081918df548b261bd75ca-khitroopyi-dzen>

«SEO-писака с Дзена» — специализируется на SEO-оптимизированных текстах под выдачу Яндекса. Умеет делать «хвостовые» запросы и правильную структуру. Ссылка: <https://chatgpt.com/g/g-crhOO0Dr7-seo-pisaka-s-dzena>

«Нейрокопирайтер» — пишет продающие и вовлекающие тексты с человеческим голосом. Ссылка: <https://chatgpt.com/g/g-dkKQulfEY-krutoi-neirokopiraiter>

«Фломастер Сторителлинга 2.0» — помогает создавать истории, кейсы, сторителлинг-форматы. Ссылка: <https://chatgpt.com/g/g-arerB7703-flomaster-storitellinga>

«Архип. Скромный писарь» — доводит черновики до ума, убирает шаблоны, добавляет живость. Ссылка: <https://chatgpt.com/g/g-69b143a57b7c8191980c9aca83cdf2c1-arkhip-skromnyi-pisar>

Логика работы с инструментами: сначала «Хитроопый Дзен» или «SEO-писака» генерирует структуру и черновик → «Нейрокопирайтер» или «Фломастер» дорабатывает живость → «Архип» финально чистит.

Вопрос 15. Как искать темы для Дзена с помощью нейросети — что за промпт «Почему, Зачем, Как»?

Коротко: Это авторский промпт для генерации 15 тем сразу — 5 эмоциональных «Почему», 5 смысловых «Зачем» и 5 практических «Как». Закрывает контент-план на месяц вперёд.

Подробно:

Найти тему — часто самая сложная часть. Наташа Нагорнова поделилась промптом, который превращает нейросеть в «SEO-провокатора»: гибрид маркетолога, психолога и копирайтера.

Промпт задаёт ИИ роль: «Ты взламываешь поисковую логику, вытаскиваешь формулировки из головы реального человека, а не SEO-бота». Затем указывается ниша и целевая аудитория, и ассистент проводит двухшаговую работу.

Шаг 1 — культурно-поисковое вскрытие ниши: анализ реальных запросов, хвостовых фраз, того, что люди хотят спросить, но стесняются, культурных маркеров и сленга аудитории.

Шаг 2 — 15 готовых тем по трём типам: «Почему» (боль и инсайт, объясняют суть и ломают шаблоны), «Зачем» (смысловые, выводят на самоосмысление), «Как» (практические, SEO-ориентированные, их ищут в Яндексе прямо сейчас).

Такой подход даёт разнообразный контент-план: одни статьи набирают показы через поиск, другие — через эмоцию и виральность. Полный промт — в приложении к этому гайду.

Вопрос 16. Как чистить ИИ-текст, чтобы он не выглядел как ИИ-текст?

Коротко: Есть список конкретных запретов и требований — убрать шаблоны, добавить живой ритм и конкретику. Для этого работает специальный промт «Чистка ИИ-текстов».

Подробно:

Наташа разработала детальный промт-инструкцию для «очеловечивания» AI-черновики. Он работает как список правил для редактора.

Что запрещено в тексте: конструкция «не X, а Y» в любом виде, более 2 метафор на весь текст, конструкции «Это не просто X, а...», симметричные абзацы одинаковой длины, лестничный стиль (одна мысль — одна строка), канцеляризм («важно понимать», «стоит отметить», «в конечном итоге»), рваные предложения из 1–2 слов.

Что должно быть: конкретика в каждом утверждении (факт, цифра, сцена, ситуация), разные длины предложений с живым ритмом, ремарки и уточнения в скобках, прямые и слегка «грубые» фразы вместо «слишком правильных».

Самопроверка: если текст можно принять за ответ нейросети — он провален. Если абзацы выглядят слишком ровно и симметрично — структуру нужно сломать. Полный промт для чистки — в приложении к гайду.

Блок 6. Практика

Вопрос 17. Как использовать Дзен для привлечения подписчиков в Telegram или на другой ресурс?

Коротко: Дзен — это воронка входа. Читатель находит вас здесь, а потом переходит туда, куда вы его ведёте. Ссылку ставить органично — в конце статьи, без навязчивости.

Подробно:

Именно так Наташа Нагорнова строила свою аудиторию: весь Telegram-канал вырос из Дзена. Человек читает статью про маркетинг, в конце видит: «Кстати, у меня есть Telegram-канал, там в закрепе 12 GPT-маркетологов» — и переходит. Никакого давления, никакого «купи срочно».

Логика размещения ссылок такая: одна ссылка в конце статьи — норма. Иногда органичная вставка в середине — допустимо. Ссылки через каждый абзац — это уже агрессия, которая отталкивает читателя и может привести к пессимизации статьи.

Важный нюанс: не отправляйте подписчиков из Telegram читать ту же статью в Дзене. Они уже знают суть из поста, зайдут на 10 секунд и уйдут — это испортит поведенческую статистику статьи. Дзен должен получать «холодный» трафик людей, которые нашли статью сами.

Вопрос 18. Что делать, если первые статьи набирают 20–50 показов — стоит ли продолжать?

Коротко: Да, обязательно. 20–50 показов на старте — это норма, а не провал. Алгоритм изучает вас. Нужны регулярность и терпение.

Подробно:

Первые статьи почти всегда набирают мало показов — это не баг Дзена, это его обычная механика. Алгоритм видит нового автора и показывает статьи маленькой аудитории, чтобы понять: стоит ли вкладывать в этого автора показы?

Три условия, которые помогают алгоритму «поверить» в вас: регулярность (2–3 статьи в неделю), нарастающая вовлечённость (хоть кто-то должен комментировать — задавайте вопросы в конце) и качество поведенческих метрик (дочитывание растёт по мере того, как вы улучшаете тексты).

Примерно на 10–15-й публикации алгоритм начинает «разгонять» контент. Первая статья на 1 000 показов ощущается как прорыв — и после неё, как правило, начинается настоящий рост. Главное — добраться до этой точки, не бросив.

Как сказала сама Наташа: «Не нужно опускать руки. Дзен любит постоянство. И если у вас первая статья 20 показов, потом 30, потом 100 — не психуйте на Дзен. У вас всё получится».

Что дальше? Лестница глубины

Ты сейчас здесь: ChatGuide — схема «Хитроопный треугольник», 38 советов и связка из 5 GPT-ассистентов для создания контента в Дзене.

Следующая ступень: хочешь каждую неделю получать новые практические гайды по нейросетям, промпты и разборы реальных кейсов?

Переходи на **Факультет нейропромтеров** (первая ступень:
<https://neyrohub.ru/neuroprompters>):

- Каждую неделю новый ChatGuide по практическому применению AI
- Лаборатория промптов: проверенные связки для контента и продвижения
- Сериалы про промптинг

Все детали, актуальные условия и промокоды — через бота поддержки:
https://t.me/neyrohub_bot

Приложение: Авторские промпты от Наташи Нагорновой

Промпт 1. «SEO-провокатор» — генерация 15 тем для контент-плана

Ты – SEO-провокатор, гибрид маркетолога, психолога и копирайтера-исследователя. Когда ты ищешь темы, ты взламываешь поисковую логику, вытаскиваешь самые живые, человеческие и дерзкие формулировки «из головы реального человека, а не SEO-бота».

Ты знаешь:

- что люди ищут, когда им плохо, страшно, скучно или интересно;
- как превратить вопрос из Яндекса в тему, от которой невозможно оторваться;
- как сделать так, чтобы текст индексировался, цитировался и дочитывался.

Данные:

Ниша: [указываем]

ЦА: [указываем]

Твоя задача:

- на шаге №1 провести анализ ключевых запросов
- на шаге №2 выдать 15 готовых тем.

На шаге №1 проведи культурно-поисковое вскрытие ниши:

- проанализируй реальные запросы пользователей (Яндекс, Google, Perplexity)
- выдели 5–10 самых частых хвостовых фраз («почему...», «зачем...», «как...») по теме
- ищи не только популярное, но и «неявное»: то, что люди хотят спросить, но стесняются
- выбери 3–5 «культурных маркеров», которые можно использовать в заголовках

На шаге №2 сгенерируй 15 готовых тем, распределённых по трём типам вопросов (5 тем каждого типа):

1. ПОЧЕМУ — эмоциональные, объясняющие, психологические.

Формула: «Почему [обычное поведение / тренд / страх] = [скрытая причина / ироничный смысл]»

2. ЗАЧЕМ — смысловые, ценностные, философские.

Формула: «Зачем [делать / покупать / менять], если [ироничное / философское условие]»

3. КАК — практические, пошаговые, SEO-ориентированные.

Формула: «Как [добиться результата / избежать боли] через [необычный ракурс / за время]»

Промпт 2. «SEO/GEO-статья для Дзена под Алису» — написание полноценной статьи

Ты – лучший в мире редактор-человек, который пишет статьи, которые рекомендуют поисковые алгоритмы, читают, сохраняют и пересылают люди.

- SEO у тебя встроено в ДНК. Ты понимаешь, как работают Яндекс и Google, умеешь писать так, чтобы текст не просто висел, а поднимал.
- GEO для тебя не новость. Ты пишешь так, чтобы Алиса, ChatGPT, Gemini и Perplexity могли вырезать куски и вставить в ответ, и при этом всегда оставляли ссылку.
- HUMAN для тебя главное. Никогда не выдаёшь советы уровня «пейте воду». Ты ведёшь читателя за руку, объясняешь просто, разговариваешь как с другом. Каждое предложение – польза. Каждое слово – конкретика.

Твоя задача – написать развернутую статью на тему: [указываем]

ВАЖНО:

- Количество символов: от 8000 знаков (СТРОГО!)

- К каждому блоку придумай свои подзаголовки H2 и H3

Структура статьи:

1. Заголовок (H1). Формула: [боль/вопрос] + [решение/результат]
2. TL;DR (2–3 строки). Короткий, точный ответ — это то, что любят ассистенты
3. Введение. Боль → зачем читать → обещание пользы. Одним абзацем, без воды
4. Основной блок — шаги / список
5. Чек-лист
6. Абзац-цитата №1. Короткое и сильное определение, которое можно забрать в словарь
7. FAQ. 6–10 вопросов с короткими ответами по 1–2 предложения. Реальные вопросы
8. Абзац-цитата №2. Ключевой конкретный совет для цитирования
9. Что изменилось в [год]. Свежие факты, новые тенденции
10. Абзац-цитата №3. Честная правда или подводный камень, о котором молчат
11. Подводные камни. 2–4 пункта с честными пояснениями
12. Заключение + СТА. Короткий вывод + конкретное действие прямо сейчас

Правила:

- Без банальностей, воды и общих слов
- Каждое предложение должно нести пользу
- Пиши конкретно: цифры, сроки, цены, факты
- Абзацы максимум 5–8 строк, удобно читать с телефона
- FAQ пиши так, чтобы можно было вставить в Яндекс или Алису без изменений
- Стиль — живой, человеческий, разговорный, но экспертный
- Миксуй предложения разной длины, используй активный залог

Промпт 3. «Чистка ИИ-текстов» — очеловечивание черновика

ЗАПРЕТЫ (убери полностью):

- конструкцию «не X, а Y» в любом виде
- не более 2 метафор на весь текст
- конструкции «Это не просто X, а ...»
- симметричные предложения и абзацы одинаковой длины
- параллельные конструкции и зеркальный ритм
- лестничный стиль: одиночные строки, дробление мысли на строчки, псевдодраматические переносы
- абзацы короче 2–3 предложений без реальной смысловой причины
- канцеляризм и фразы: «важно понимать», «стоит отметить», «следует учитывать», «в современном мире», «таким образом», «в конечном итоге»
- абстрактные выводы без фактов и конкретики
- рваные предложения в 1-2 слова
- рваные предложения с «БЕЗ»: «Без восторгов. Без лишних слов»

ТРЕБОВАНИЯ:

- каждое смысловое утверждение должно иметь конкретику: факт, сцену, цифру, ситуацию или наблюдение

- длина предложений должна быть разной, с живым ритмом
- допускай ремарки, уточнения в скобках
- если предложение звучит «слишком правильно» — перепиши его проще и грубее
- избегай морализаторства и универсальных истин
- текст должен звучать как речь живого человека
- уменьши декларативность выводов, усиль причинно-следственную логику

САМОПРОВЕРКА:

- если текст можно принять за ответ нейросети — он провален
- если абзацы выглядят слишком ровно или «лестницей» — сломай структуру

ChatGuide создан по мотивам выступления Наташи Нагорновой (@n_nagornova) в подкасте NeuroRadio. Автор-редактор: Андрей Плешков / neurogram.com