

Как собрать продающий сайт вместе с ИИ

Рабочий алгоритм взаимодействия человека и ИИ — от сырых материалов до работающего лендинга

Суть кейса

Сайт курса «Флорист» был собран не одним запросом к ИИ, а через последовательность из десятков маленьких решений: сбор фактов, проверка материалов, проектирование структуры, визуальная система, код, тестирование, мобильная адаптация, видео, формы, юридические страницы и SEO. Чистая работа заняла около 10 часов.

Проект	FLORBAZAR Academy · курс «Флорист»
Формат	Tilda + T123 + собственный HTML/CSS/JS + Yandex Object Storage
Роль ИИ	аналитик · UX-архитектор · копирайтер · дизайнерская система · фронтенд-разработчик · QA-партнёр

1. Главный вывод: сайт с ИИ — это не «один промт»

В этом кейсе ИИ не «сделал сайт сам». Он работал как набор профессиональных ролей внутри одного диалога: помогал разбирать исходные материалы, собирать оффер, проектировать UX, писать тексты, генерировать и дорабатывать HTML/CSS/JS, оптимизировать видео и проводить техническую проверку. Но направление, факты, вкус, приоритеты и финальное решение оставались у человека.

Что делал человек	Что делал ИИ
• задавал бизнес-цель и критерий «это FLORBAZAR / это не FLORBAZAR» • давал факты о курсе, преподавателях, цене, датах и материалах • выбирал реальные фотографии и видео • смотрел результат глазами клиента на desktop и mobile • останавливал неудачные решения и менял порядок блоков • проверял формы, Telegram, якоря и юридические страницы	• структурировал информацию и выделял продающие смыслы • предлагал архитектуру страницы и варианты порядка блоков • писал полноценные T123-блоки HTML/CSS/JS • оптимизировал видео и подготавливал web-версии • создавал систему CONFIG для дат/цен/потока • исправлял баги по скриншотам и обратной связи пользователя

Рабочая модель

Человек = product owner + арт-директор + тестировщик. ИИ = команда исполнителей, которая быстро строит варианты, но нуждается в точных фактах, ограничениях и постоянной приёмке.

2. Карта процесса: что мы делали по порядку

№	Этап	Что делали	Результат
1	Собрали исходники	Программа курса, презентации, реальные фото и видео, отзывы, сведения о преподавателях, цена, формат и ограничения.	Фактологическая база без выдумок.
2	Разобрали продукт	Кому курс, что человек реально получит за 4 дня, чем он отличается от «курса букетов».	Оффер и позиционирование.

3	Спроектировали структуру	Определили экран за экраном: hero, визуальный результат, практика, программа, преподаватели, proof, цена, FAQ, CTA.	Каркас лендинга V1.
4	Задали визуальный язык	Тёплый молочный, пудровый, терракотовый, яркий pink CTA; serif + clean sans.	Единый дизайн-код FLORBAZAR.
5	Собрали Hero	Текст, CTA, видео Юлии и Ксении, mobile-версия.	Первый сильный экран.
6	Переосмыслили верх сайта	Увидели, что подряд много текста. Подняли фото работ и живые видеокарточки выше.	Первые 3 экрана стали продавать глазами.
7	Собрали содержательные блоки	Кому подходит, профессия целиком, результат курса, программа 4 дней.	Аргументация после эмоционального входа.
8	Добавили доверие	Юлия, Ксения, опыт, реальные участницы, работы, отзывы.	Социальное доказательство.
9	Собрали коммерческий блок	Даты, 19 900 ₽, стандартная 29 900 ₽, что входит.	Понятное предложение без скрытой цены.
10	Настроили конверсию	Popup, имя, телефон, intent, вопрос, Email + Telegram.	Рабочая заявка.
11	Закрыли инфраструктуру	Политика, согласие, favicon, SEO, Yandex Object Storage.	Готовность к публикации.
12	Финальный QA	Desktop/mobile, кнопки, якоря, popup, видео, Telegram.	Рабочий V1 сайта.

3. Этап 1. Не начинать с дизайна: сначала собрать факты

Первой ошибкой было бы попросить ИИ: «Сделай сайт курса флористики». Тогда модель неизбежно начала бы заполнять пробелы типовыми фразами. Вместо этого мы сначала собрали фактический материал.

Что вошло в исходную базу

- программа четырёх дней и содержание каждого дня;
- презентации и учебные материалы;
- реальные фото с потока: группа, участницы, букеты, композиции, сертификаты;
- видеоматериалы с практики и отдельное видео Юлии и Ксении;
- реальные отзывы из переписок;
- данные преподавателей: Юлия — флористика и преподавание; Ксения — развитие цветочного бизнеса с 2014 года;
- условия: очно, Ярославль, до 8 человек, материалы включены, работы ближайшего потока не выдаются;
- цена ближайшего потока и стандартная цена.

Правило

До первого пикселя дизайна нужно составить «таблицу истины»: какие факты точно известны, какие формулировки допустимы, а какие нельзя обещать. Особенно важно для образования, цены, дат, опыта преподавателей и результата обучения.

4. Этап 2. Сформулировать продукт до того, как писать страницу

Мы отдельно сформулировали, что курс продаёт не просто умение собрать букет. Он показывает профессию изнутри: живой цветок, приёмка и обработка, форма, цвет, техники сборки, композиции, витрина, покупатель и работа действующего магазина.

Ключевые продуктовые решения

- Не обещать «станете профессиональным флористом за 4 дня».
- Обещать базу, первый реальный опыт и понимание профессии изнутри.
- Использовать реальный магазин FLORBAZAR как часть ценности курса.
- Показывать не только красивые финальные букеты, но и грязную/настоящую часть профессии: поставка, зачистка, рабочий стол.
- Не прятать цену после того, как ценность уже объяснена.
- Не делать курс «безликой онлайн-школой»: в центре — реальные преподаватели и реальные ученицы.

5. Этап 3. Спроектировать структуру — и разрешить себе её менять

Изначально структура была более текстовой: Него → «Кому подойдёт» → «Профессия целиком» → «Что даст курс» → программа и далее. После первых четырёх экранов стало очевидно: текста слишком много, визуального доказательства недостаточно.

Первая важная итерация

Мы перестроили верх страницы: Него → реальные работы → видеокарточки практики. И только потом начали объяснять продукт словами. Это изменило логику с «сначала рассказываем» на «сначала показываем».

Финальная логика страницы

1. Него: курс, основное обещание, СТА, teaser-видео.
2. Что человек будет делать своими руками: монобукет, сборный букет, композиция.
3. Живая практика в настоящем FLORBAZAR: три коротких видеокарточки.
4. Кому подходит и как устроена профессия.
5. Программа курса — 4 дня.
6. Преподаватели: Юлия и Ксения.
7. Что даст курс / база, которую человек уносит дальше.
8. Ученицы, работы и отзывы.
9. Ближайший поток: даты, цена, условия.
10. FAQ.
11. Финальный СТА.

Ключевой UX-принцип

Первые 3 экрана должны отвечать на вопрос «хочу ли я туда?». Следующие — «понимаю ли я, что покупаю?». Нижняя часть — «доверяю ли я этим людям и готов ли оставить заявку?».

6. Этап 4. Зафиксировать визуальную систему до сборки десятков блоков

Чтобы сайт не превратился в набор несвязанных секций, мы заранее зафиксировали палитру, типографическую логику, ширину контейнера и принципы карточек.

Визуальный код FLORBAZAR Academy

- фон: молочный / почти белый / пудровый;
- акцентные секции: терракотовый;
- яркий pink — только СТА и точечные акценты;
- крупный редакционный serif-заголовок + чистый sans-serif для текста;
- контейнер около 1180 px, без растягивания текста на весь экран;
- много реальных фото, минимум декоративной «стоковости»;
- скруглённые карточки, мягкие тени, спокойные отступы;
- на мобильном — вертикальная логика и горизонтальный swipe там, где это полезно.

Рабочие цвета сайта: молочный #F3E7DF, near-white #FFFAF7, терракотовый #A65F58, тёмный #211F1E, СТА-pink #ED185C.

7. Этап 5. Собрать не всю страницу сразу, а блок за блоком

После неудачных попыток опираться на автоматически сгенерированные блоки Tilda мы перешли на T123 и самодостаточные HTML/CSS/JS-секции.

Рабочее правило, которое резко ускорило процесс

Один экран = один законченный код

Не «заменя строку 217», а каждый раз полный блок целиком. Пользователь создаёт отдельный T123, вставляет готовый код, публикует и присылает скрин. Если блок нужно серьёзно изменить — он заменяется целиком.

Цикл одной секции

12. Сформулировать задачу экрана: зачем он вообще нужен.
13. Определить один главный смысл и максимум 1–2 вторичных.
14. Подобрать реальные материалы.
15. ИИ пишет полноценный блок HTML/CSS/JS.
16. Вставить в T123 и опубликовать.
17. Проверить desktop.
18. Проверить mobile.
19. Прислать скрин и конкретно описать, что не нравится.
20. Исправить или зафиксировать блок и больше его не трогать.

8. Этап 6. Видео: сначала контент, затем техническая инфраструктура

Видеоматериалы оказались важной частью страницы, но Tilda не хранит обычные MP4 как CDN-файлы. Поэтому потребовалось решить отдельную инфраструктурную задачу.

Что сделали

- выбрали реальные исходные видео;
- сделали короткие web-версии 6–10 секунд, 540×960, H.264, без звука, примерно 0,5–1,3 МБ;
- создали Yandex Object Storage;
- загрузили MP4 и получили прямые публичные URL;
- в видеокартонках использовали autoplay + muted + loop + playsinline;
- видео запускается только рядом с viewport, чтобы не тянуть всё сразу;
- для Hero сделали отдельный teaser 9 секунд и полную версию 54 секунды;

- отказались от VK iframe в Hero: teaser играет локально, полный ролик открывается в собственном modal.

Почему это важно

ИИ может написать красивый интерфейс, но пользовательская скорость зависит от инфраструктуры: размер файлов, CDN, preload, autoplay-политики Safari/Chrome, lazy loading и fallback.

9. Этап 7. Вынести изменяемые данные в CONFIG

Дата следующего потока, цена, статус набора и отдельные даты дней курса будут меняться. Чтобы не искать эти значения по десяти блокам, мы создали глобальный CONFIG.

Что централизовали

- статус набора;
- даты потока;
- даты каждого учебного дня;
- город;
- размер группы;
- цена ближайшего потока;
- стандартная цена;
- ссылка на рорип.

При этом обнаружилась важная техническая особенность: динамическая подстановка в Tilda может обрабатывать нестабильно из-за порядка загрузки блоков. Поэтому для критически важной информации — даты и цены — в HTML оставили реальные fallback-значения. CONFIG обновляет их, но сайт не становится пустым, если JavaScript не отработал.

Универсальный принцип

Автоматизировать изменяемое — да. Делать критический контент полностью зависимым от JavaScript — нет. У даты, цены и СТА должен быть безопасный fallback.

10. Этап 8. Навигация и конверсия

СТА мы не ставили после каждого блока. Сначала пользователь должен увидеть продукт. Первая точка действия появилась после трёх визуально сильных экранов, затем после программы, в social proof, в блоке цены и в финале.

Логика кнопок

- «Хочу на курс» / «Забронировать место» → rorip;
- «Посмотреть программу» → #fba-program;
- «Даты и стоимость» → #fba-course;
- «Остались вопросы?» → #fba-faq;
- «Задать вопрос» → тот же rorip, но пользователь может выбрать intent «Есть вопрос по курсу».

На финальной инспекции выяснилось, что rorip открывался только с первой кнопки Hero. Вместо ручной правки всех секций мы добавили финальный служебный router: остальные СТА вызывают тот триггер, который точно работает. Это типичный пример того, зачем после дизайна нужен отдельный QA-проход.

11. Этап 9. Форма заявки: чем меньше, тем лучше

Форма не должна быть анкетой. Для первого контакта нам достаточно понять, кто человек, как связаться и что он хочет.

Финальные поля rorip

- Имя — обязательное.
- Телефон — обязательный.
- Что вас интересует? — «Хочу записаться» / «Есть вопрос по курсу».
- Ваш вопрос — необязательное многострочное поле.
- Отдельная обязательная галочка согласия на обработку персональных данных.

Куда идут заявки

Tilda одновременно отправляет данные на email и в Telegram. Сначала Telegram казался неработающим, но после проверки оказалось, что интеграция работает. Тестовая заявка стала обязательным этапом приёма формы.

12. Этап 10. Социальное доказательство: не скриншоты, а КОНТЕНТ

Отзывы из мессенджеров были полезны по содержанию, но визуально скриншоты разрушали аккуратную стилистику лендинга. Поэтому мы сохранили текст и имена, а сами отзывы сверстали как фирменные карточки.

Как собирали proof

- исключили повторяющиеся фотографии одной и той же участницы;
- добавили групповую фотографию;
- отобрали разные индивидуальные портреты с работами;
- добавили рабочий кадр процесса, чтобы блок не выглядел фотосессией;

- развернутые отзывы сделали крупными, короткие — компактными;
- новый отзыв Анастасии добавили в пустое место сетки и одновременно улучшили композицию блока.

Инсайт

Отзывы — это не только «мне понравилось». Хороший отзыв подтверждает конкретный тезис продукта. Например, отзыв о чередовании теории и практики подтверждает саму методику курса.

13. Этап 11. Юридическая и SEO-доводка — часть продукта, а не «потом»

После того как дизайн и форма заработали, мы прошли инфраструктурный хвост: политика, согласие, favicon, social preview, title/description и индексация.

Юридическая часть

- переписали Политику под ООО «ФЛОРБАЗАР»;
- создали отдельное Согласие на обработку персональных данных;
- добавили обязательную неотмеченную заранее галочку;
- оставили Политику отдельной ссылкой под формой;
- проверили, что оператор персональных данных соответствует реальному исполнителю услуги.

SEO

- Title: «Курс флориста в Ярославле — FLORBAZAR Academy»;
- Description без временных дат и акционной цены;
- главный H1 — «Курс „Флорист“»;
- даты/цена живут в контенте и CONFIG, а не в мета-тегах;
- для favicon и mobile tile подготовлен отдельный знак FB Academy;
- юридические страницы можно закрывать от индексации, если не нужны в выдаче.

14. Что не сработало — и почему это полезная часть процесса

Что пробовали	Почему не устроило	Что сделали
«Сделать всё через Tilda AI»	Результат был нестабильным и плохо контролируемым.	Перешли на T123 и собственный код.
Много текстовых экранов подряд	Страница стала тяжёлой до того, как пользователь успевал захотеть	Подняли работы и видео в первые 3 экрана.

	продукт.	
VK Video как основной Hero-плеер	Лишний интерфейс и зависимость от внешнего iframe.	Собственные MP4 в Yandex Object Storage.
Только динамические значения CONFIG	При определённой загрузке Tilda цена и дата исчезали.	Добавили реальные HTML fallback-значения.
Прямой URL #popup	Hash в адресной строке не обязан открывать Tilda-popup без клика.	Проверяем popup кликом по реальной кнопке.
Глобальная замена popup через CONFIG	Tilda-linkhook отработывал не на всех динамически изменённых ссылках.	Финальный router вызывает рабочий hero-trigger.
Отзывы скриншотами	Снижали визуальное качество сайта.	Перенесли содержание в фирменные карточки.

15. Протокол эффективной работы с ИИ при создании сайта

До начала

- Сформулировать бизнес-задачу: что должен сделать посетитель.
- Передать ИИ исходные документы, реальные фото, отзывы, цены, даты и ограничения.
- Отдельно перечислить, что нельзя выдумывать.
- Показать визуальные референсы бренда.

Во время сборки

- Работать по одному смысловому блоку.
- Просить полный законченный код секции, а не микропатчи.
- После каждого блока публиковать и присылать скрин.
- Комментировать не «не нравится», а конкретно: слишком много текста, видео не видно на mobile, фото повторяются, цена исчезла.
- Не бояться менять архитектуру по ходу — структура сайта не священна.
- Успешный блок фиксировать и не улучшать бесконечно.

Перед запуском

- пройти сайт сверху вниз на desktop;
- пройти сайт на реальном смартфоне;
- нажать каждую СТА-кнопку;
- отправить тестовую заявку;
- проверить Email и Telegram;
- открыть policy/consent;

- проверить цену, даты и якоря;
- проверить размер и загрузку видео;
- обновить SEO и favicon.

16. Полезные шаблоны запросов к ИИ

1. Аудит исходников

Шаблон

«Вот все материалы курса. Не придумывай ничего сверх них. Собери факты: аудитория, программа, формат, результаты, преподаватели, доказательства, цена, ограничения. Отдельно выпиши пробелы и спорные формулировки.»

2. Архитектура страницы

Шаблон

«Предложи структуру лендинга экран за экраном. Для каждого экрана укажи: цель, ключевой тезис, какой тип доказательства нужен, СТА. Не пиши пока дизайн и код.»

3. Создание T123-блока

Шаблон

«Сделай один самодостаточный T123-блок: HTML + CSS + JS в одном коде. Используй только fba- классы. Контейнер 1180 px, mobile адаптация обязательна. Не давай патч — дай полный код целиком.»

4. Работа по скриншоту

Шаблон

«Вот скрин опубликованного блока. Проанализируй только фактически видимые проблемы. Не переделывай то, что уже работает. Если изменение существенное — верни полный блок целиком.»

5. Финальная инспекция

Шаблон

«Считай страницу почти готовой. Не предлагай новые идеи. Проведи QA как перед запуском:

desktop/mobile, якоря, рорир, формы, данные, видео, скорость, юридические ссылки, SEO.
Дай только список найденных проблем по приоритету.»

17. Универсальный алгоритм: сайт с ИИ за один интенсивный день

Шаг	Действие	Критерий готовности
01	Определить цель	Не «сделать красивый сайт», а конкретное целевое действие пользователя.
02	Собрать факты	Документы, программа, цены, отзывы, фото, видео, юридическая информация.
03	Собрать оффер	Для кого, проблема, обещание, доказательства, ограничения.
04	Спроектировать структуру	Сначала смыслы и порядок экранов, затем дизайн.
05	Зафиксировать дизайн-систему	Палитра, типографика, ширина, карточки, СТА.
06	Собирать блоками	Один T123 → публикация → скрин → приёмка.
07	Поднять визуальные доказательства	Фото и видео должны появляться раньше длинных объяснений.
08	Добавить инфраструктуру	CDN/облако, CONFIG, якоря, рорир.
09	Собрать доверие	Преподаватели, реальные участники, работы, отзывы.
10	Показать коммерческие условия	Дата, цена, что входит, честные ограничения.
11	Закрывать юридическое и SEO	Политика, согласие, favicon, meta.
12	Провести QA	Все кнопки, mobile, форма, Telegram, ссылки, скорость.
13	Остановиться	Не продолжать бесконечно улучшать V1. Запустить трафик и собирать данные.

18. Что в этом кейсе на самом деле дал ИИ

Скорость появилась не потому, что ИИ «знал, какой сайт нужен». Скорость появилась потому, что в одном диалоге можно было быстро переключать профессиональные режимы: исследование → продукт → UX → текст → код → медиа → QA. То, что раньше требовало нескольких подрядчиков и многочисленных передач контекста, происходило в одной рабочей нити.

Но человеческая работа никуда не исчезла

- нужно было видеть, где сайт перестал быть похож на FLORBAZAR;
- нужно было помнить реальные ограничения продукта;
- нужно было выбирать, что показывать в первых экранах;
- нужно было принимать решения о цене и позиционировании;
- нужно было тестировать интерфейс реальным браузером и телефоном;
- нужно было несколько раз сказать ИИ: «нет, переделываем логику».

Формула

Качество результата = качество исходных данных × качество постановки задачи × частота обратной связи × готовность человека принимать решения.

19. Чек-лист перед тем, как считать сайт готовым

- ☐ Один главный H1 и понятное обещание на первом экране.
- ☐ Первые 3 экрана визуально объясняют продукт.
- ☐ Программа соответствует реальному обучению.
- ☐ Нет обещаний, которые продукт не выполняет.
- ☐ Фото не повторяются без необходимости.
- ☐ Видео оптимизированы и не тормозят первую загрузку.
- ☐ Дата и цена отображаются даже при проблеме JS.
- ☐ Все СТА проверены кликом.
- ☐ Рорир открывается со всех нужных точек.
- ☐ Тестовая заявка пришла в Email и Telegram.
- ☐ Есть Политика и отдельное Согласие.
- ☐ Mobile проверен на реальном устройстве.
- ☐ SEO Title/Description и favicon настроены.
- ☐ После финального QA сайт перестали «улучшать» и начали вести трафик.

Итог

Этот алгоритм можно повторить почти для любого малого бизнес-сайта: курс, услуга, локальный бизнес, продуктовый лендинг. Главное — не просить ИИ «сделать сайт», а выстроить управляемый производственный процесс, где каждый следующий шаг проверяется реальным результатом.