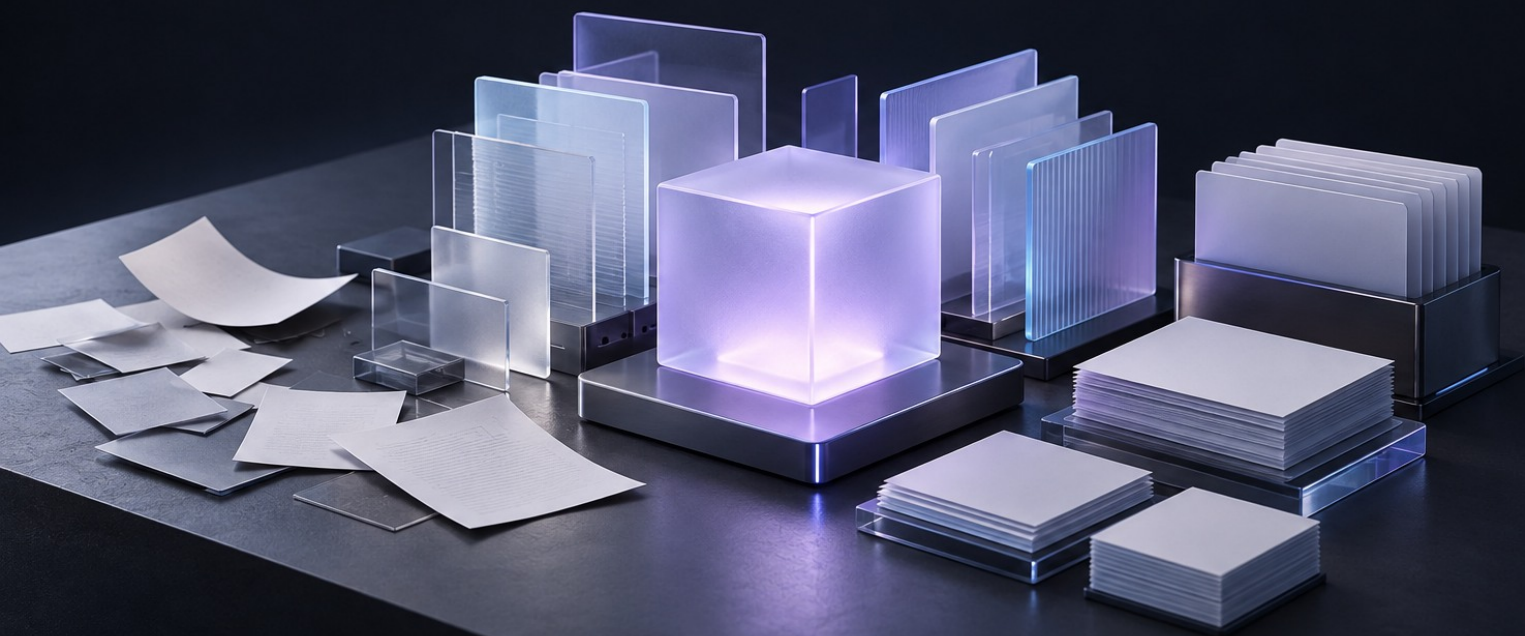


AI变现 手册

从选对小项目，到交付第一份成果



六步方法 · 项目示例 · 报价与交付 · 行动工具

先把一个小项目完整交付

初次做 AI 企业服务，先选一件客户反复要做的工作，完成从需求到验收的一轮，再考虑扩展业务。

01

找场景

选一项经常发生、做起来费事的具体工作。

02

问需求

看真实资料和工作过程，确认最需要改善的地方。

03

做小样

用一小份资料做出样例，检验方向是否合适。

04

定范围

约定交付物、费用、时间、修改和验收方式。

05

交付试用

让实际使用者操作，观察哪里仍然需要人工补齐。

06

验收复盘

对照约定检查结果，再决定修正、续用或扩展。

客户说“我想用 AI”，还不足以开始制作。你需要先弄清谁在做这件事、现在怎么做、卡在哪里，再选出一个能独立试用的小任务。第一单越能说清交付的东西，双方越容易判断合作是否值得。

六步可以根据项目大小安排时间，不必承诺几天就完成。每走一步，都留下能给下一步使用的记录：需求、样例、范围、试用反馈和验收结论。最终要验证的是客户能否实际用起来，以及是否愿意为这项改善付费。

记住这一点

第一单的目标：交付一项有用的改善，留下可以再次验证的方法。

先说清楚，客户买到的是什么

同样是帮助企业写营销内容，交付一份文案、一个可反复使用的智能体和一项月度服务，是三种不同的产品。

01

内容交付

交付核对后的文案、话术或资料，客户拿去执行。

单次成果

02

专属智能体

交付可使用的入口，围绕约定任务反复处理新资料。

反复使用

03

持续服务

按周期更新内容、检查使用情况，完成约定的维护。

按周期交付

选择哪一种，要看客户的工作频次、资料是否稳定，以及有没有人负责使用。偶尔办一次活动，可以交付内容；同类任务每周反复发生，可以评估专属智能体；需要持续更新和调整，则要安排明确的服务周期。

内容交付解决眼前要用的材料；专属智能体让员工反复完成同类任务；持续服务则帮助客户跟上产品和业务的变化。报价时说清具体交付形态、使用方式和后续支持，客户才容易理解这笔钱买到了什么，也方便你控制服务投入。

记住这一点

先定义客户拿到什么、怎样使用，再选择工具与报价方式。

第一位客户，要能一起完成试用

优先选择你了解其业务、能接触负责人、愿意提供资料并安排员工试用的客户，项目更容易看清真实效果。

场景筛选表

- ☐ **业务熟悉** 你能听懂工作过程，并发现资料和需求里的遗漏。
- ☐ **任务反复** 同类工作持续发生，改善后有再次使用的机会。
- ☐ **资料能给** 客户愿意提供必要材料，并说明允许使用的范围。
- ☐ **有人试用** 实际使用者能安排时间，反馈哪里好用、哪里卡住。
- ☐ **预算可谈** 有明确的采购负责人，愿意讨论投入与交付范围。

从已有联系里选几位候选人，围绕五个条件逐项询问。资料能给，不代表要一次性给出全部经营数据；先获得完成小任务所需、经过必要脱敏的材料即可。预算也不只看金额，还要确认谁决定采购、何时决定。

如果对方只说“帮我多赚钱”，却不愿提供材料、安排使用者或讨论范围，先继续了解，不急承诺开发。行业熟悉但缺少真实试用的项目，也很难成为有效案例。选择能配合验证的人，比展示规模更有帮助。

记住这一点

好起点是任务清楚、资料可用、有人试用，也有人为结果作决定。

把“生意不好”拆成能验证的工作

客户常用经营结果描述问题。接单时，需要顺着结果往前追，找到你能交付、客户能使用的具体工作。

“没内容可发”



先核对产品资料，形成卖点清单和一周选题小样。

“客户总要等”



整理高频问题与回复依据，制作可查可改的答复库。

“新人教不会”



选一个岗位任务，整理操作步骤、常见问题和练习题。

“资料太难找”



从一类常用文件开始，建立统一目录和查找入口。

听到“客流少”，先问近期客源来自哪里、在哪一步流失、有没有记录。问题可能来自曝光不足、产品吸引力、渠道投放或跟进方式。只有找到具体环节，才能判断 AI 适合承担哪一部分工作。

例如，客户确认有老客名单，却迟迟没有开展回访，可以先整理回访分组、沟通主题和话术。交付时检查员工能否使用，再观察回复和咨询情况。生成了内容，并不等于已经获得新客户；销售变化还受价格、渠道与执行影响。

记住这一点

把经营愿望转成一项可交付的任务，并约定观察什么变化。

用一张卡，判断项目能不能开工

机会卡把一次聊天整理成六项明确的信息。它可以由你填写，再请客户确认，成为做小样和定范围的依据。

01

谁来做

目前由谁完成，交付后由谁操作、谁确认结果？

02

多频繁

每周或每月发生多少次，有没有明显的忙碌时段？

03

花多少

一次耗时多久，返工多少，是否还有外包费用？

04

用什么

需要哪些资料，谁提供，哪些内容不能对外使用？

05

交什么

具体产物是什么，数量、格式和使用场景是什么？

06

怎么验

用哪些样例检查，达到什么条件才算完成？

记录“投入”时，把搜集资料、制作、核对和返工分开问。客户只能估计，就标注为估计值；试用前后再记录一次实际用时。这样能看到具体改善在哪一步，避免把整个岗位的工资都算成 AI 可以节省的成本。

比如客户要做营销内容，输出不能只写“提升运营效率”，可以写成“基于已确认的产品资料，生成五个选题和两篇文案初稿”。验收再检查产品事实、目标客户和修改要求。关键项仍空着，就先补问，不急着扩大项目。

记住这一点

开工前至少说明输入、输出和验收；成本判断要有具体工作作依据。

从一个部门的一项任务开始

营销、接待、培训和资料整理，都可能成为起步场景。选择时看真实频次与配合条件，每次只承诺清楚的一小块。

01

营销内容

卖点表与选题文案包，减少临时找主题和反复改稿。

02

客户接待

高频问答与转交清单，让员工回答更完整、少遗漏。

03

新人培训

岗位操作卡与练习题，减少老员工重复讲解基础问题。

04

业务资料

统一目录与资料摘要，让团队更快找到正确版本。

先做一份能使用的产物，再判断是否需要工具化。例如，常见问题回复库可以先验证答案是否准确、员工是否愿意查；只有同类咨询持续发生、知识更新有人负责，才继续评估带检索和回复建议的智能体。

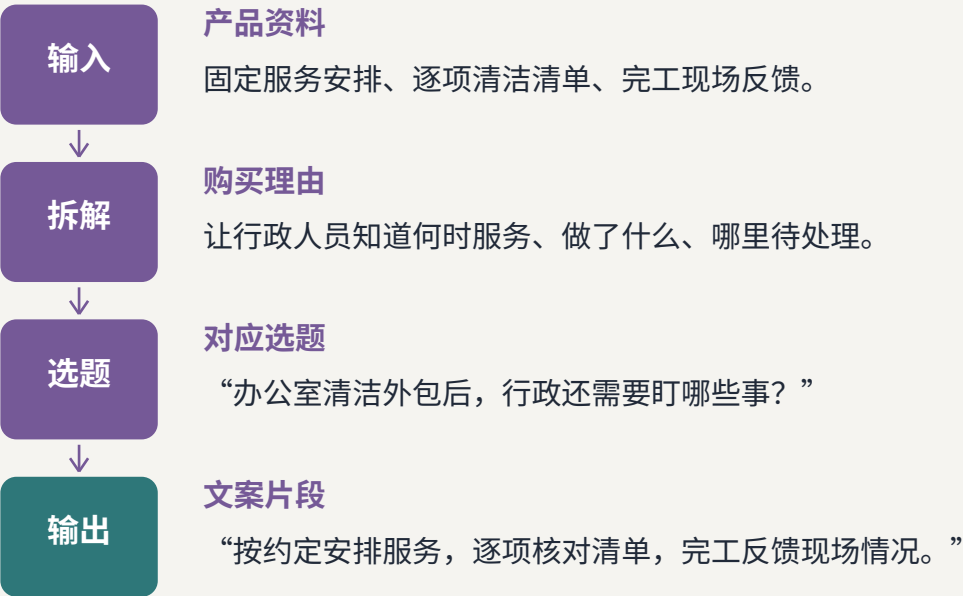
项目价值也要说具体：是减少反复编写的时间，让新人有资料可查，还是让交接少漏一项信息。试用时记录这项变化，后续才能说明是否值得继续投入。涉及报价、承诺或客户权益的内容，应留出负责人确认的步骤。

记住这一点

先证明一个产物有用，再把反复发生的工作做成可持续使用的工具。

把产品资料变成客户的购买理由

以下为虚构演示：一家面向小企业的办公室保洁服务，已有固定服务安排、清洁清单和现场反馈流程，价格尚未确定。



假设要为它搭建营销智能体，先上传经过确认的服务资料，说明目标客户和内容用途。智能体据此整理购买理由，再生成选题和文案。缺少服务区域、价格或服务承诺时，应提示补充，不能擅自编造。

这套智能体可以把“找主题、拆卖点、写初稿”的重复工作接起来，让现有员工把精力集中在核对、发布和客户跟进上。对于还没配专职内容人员的小企业，可以先用它验证内容生产需求，再决定是否增聘人员。真实咨询反馈还可以成为下一轮选题的依据。

记住这一点

产品事实要可靠，购买理由要说清，营销效果再用真实使用验证。

让感兴趣的人带着具体问题来找你

先选一条你已有资源支持的路径，持续展示同一类任务怎样改善。客户越能对号入座，后续沟通越容易进入具体需求。

01

熟人转介绍

说明能改善哪项工作，请熟人介绍有对应需求的负责人。

02

内容+网站测评

展示任务样例，承接测评结果，邀请带着问题进一步沟通。

03

行业合作

与已有企业客户的服务商合作，先约定介绍与交付责任。

内容展示可以围绕一个真实工作过程：过去怎么做、现在交付什么、使用者还需要完成什么。演示项目明确标注演示；使用客户案例前先获得同意并脱敏。网站测评给出初步方向，再引导有需求的人预约短沟通。

给每条线索记录来源、具体问题、负责人和下一步。沟通前说明时长与准备资料，结束时只约一个明确动作，例如提供样例材料或确认小项目范围。衡量获客效果时，优先看有效沟通和实际合作，不只看浏览与下载数量。

记住这一点

用具体产物吸引需求，用有限的首次沟通筛选合作，而不是无限答疑。

用短沟通，约出一个可执行的下一步

开场可以这样说：“先聊你们现在最费事的一项工作，看看 AI 适合承担哪一段，再决定有没有必要做小样。”

01

现在怎么做？

“最近一次由谁完成？能带我看一遍过程吗？”

02

最卡在哪里？

“哪一步最费时间，或者经常需要重做？”

03

什么才有用？

“如果先改善一件事，你希望拿到什么具体结果？”

04

谁来一起试？

“资料谁提供、谁试用、谁确认范围和预算？”

先约定一次简短沟通，例如十五到二十分钟，围绕一项工作问清现状。请客户展示一个经过脱敏的真实样例，边看边追问。比起问“你想做什么智能体”，询问最近一次怎么完成、哪里返工，更容易得到可用信息。

结束时，用一段话复述你理解的任务，请对方纠正，再提出下一步：补齐资料、讨论小样，或暂不继续。需要小样时，另行约定是否收费、展示到哪一步以及交付时间。首次沟通不默认包含完整方案、开发或持续指导。

记住这一点

问出真实过程、确认一个任务、约定一个动作，这次沟通就有价值。

谈合作，先说清四件事

客户说“帮我把营销做好”，可能同时期待内容、发布、引流和成交。开始制作前，把这句大愿望拆成双方都能确认的小任务。

01

交付什么

列明成果、使用人和场景，明确本次做到哪一步。

02

客户给什么

列明资料、确认人及时间，缺资料先重新排期。

03

怎样算完成

选定代表性任务，一起检查结果能否投入使用。

04

哪些另议

新增功能、渠道或系统连接，先评估再报价。

先写清交付物和用途。例如本次制作一个产品卖点与文案智能体，让指定员工输入产品资料后，生成约定渠道的内容草稿。发布、投放和客户跟进如果不在本次范围内，也要当面说明。

再确认客户需要提供什么：产品信息由谁核对，图片是否可以使用，谁来反馈和验收。把依赖资料的时间写进安排，避免资料一直没到，交付日期却被当成已经确定。

最后约定样稿怎样确认、修改到什么程度，以及新加渠道、新接系统如何另行评估。用一页合作说明把四件事发给客户确认，让制作有依据，遇到变化也有讨论的起点。

记住这一点

范围说得越清楚，客户越容易理解自己买到了什么。

先算投入，再判断项目值得报多少钱

一次报价至少要考虑制作、工具、支持和不确定性。只算生成内容的几分钟，很容易漏掉沟通、整理资料和反复修改的投入。



- **制作 1,800元** 假设 12 工时 × 150 元，包含沟通与制作。
- **工具 300元** 演示项目所需的工具预算，实际按使用方案核算。
- **支持 300元** 为约定范围内的讲解、答疑和问题处理预留投入。
- **余量 600元** 吸收可能低估的工作量，不应直接理解为净利润。

投入试算 3,000元

假设示例 · 完整报价需另行核算

先按工作拆时间：需求沟通、资料整理、制作调试、试用修改和交付讲解各要多久，再给自己的工时设定一个计算标准。客户资料越零散、使用场景越多，工作量通常越难控制。

图中三千元是一份工作投入试算，帮助你看清制作、工具和支持分别占多少。正式报价还要考虑获客、管理、税费及合理收益；同样的功能，如果资料和交付范围不同，投入也会不同。

再和客户讨论价值：这个项目能减少哪些重复劳动、外包或新增岗位需求，客户愿意投入多少预算。投入能覆盖、客户觉得值得，项目才有合作基础。预算不足时缩小范围，让双方先完成一项有用的改善。

记住这一点
报价之前，先回答：这个范围内，我需要投入多少工作？

从一份资料，到员工用得起来

交付过程应当让客户逐步看见成果。先确认资料，再确认样稿，把小范围试用中暴露的问题解决后，才整理成正式交付。

1 资料确认

确定信息版本与确认人，把缺失和冲突先列出来。

2 样稿确认

用一个真实任务对齐方向，再扩大制作范围。

3 员工试用

让实际使用者动手操作，观察卡在哪里。

4 交付三件套

可用成果、使用说明、验收记录，一起交到客户手中。

5 约定复盘

确认何时收集反馈，再判断是否需要继续优化。

开始时，把产品价格、服务承诺、常见问题等资料核对清楚，并请客户指定一位确认人。资料冲突时先问清楚，不能让 AI 自己猜出一个答案，再把猜测包装成公司的正式说法。

接着选一个真实任务制作样稿，让客户判断方向是否符合自己的业务。样稿通过后，请未来真正使用它的员工试一遍：资料会不会输入，结果能不能看懂，哪些地方仍然需要你代为操作。

正式交付时，同时给出可用成果、简短使用说明和验收记录。说明里写清入口、操作步骤和常见问题；记录列明测试过的任务与待处理事项，方便客户接手和后续维护。

记住这一点

把“我做完了”，推进到“客户知道怎样继续使用”。

交付前，过这四道检查

AI 生成了文字或做出了页面，不等于项目已经交付成功。要检查这些成果是否准确、适用，是否能让客户按约定方式反复使用。

01

事实正确

对照客户确认的资料，核实关键信息和承诺。

02

适配场景

放进真实渠道和流程，检查结果是否合适。

03

员工会用

让目标使用者独立完成一次约定任务。

04

稳定完成

重复测试代表性任务，检查错误与处理方式。

先选几项能代表日常工作的任务作为验收样本，包括常见情况，以及资料不全、问题模糊等容易出错的情况。测试标准在合作时说清楚，比完成后各自凭感觉评价更容易取得一致。

事实正确，指价格、产品特点和服务承诺能对照资料核实；适配场景，指结果适合约定的渠道、语气和实际用途。文案读起来顺畅，不代表其中的信息可靠，也不代表客户可以直接发布。

员工会用，要由员工独立操作来确认；稳定完成任务，要看多次测试是否都达到双方约定的要求。对于无法确认的信息，应有提示和人工处理方式，不能只挑最好的一次输出作为交付证明。

记住这一点

验收对象是约定的业务任务，不是一次看起来漂亮的演示。

把售后写进合作说明

小项目最容易在售后阶段变成大投入。事先约定沟通方式、支持期限和处理范围，让客户知道遇到问题找谁，你也能安排好时间。

01

什么时候回应

协商期限、渠道和响应时间，说明谁负责接收问题。

02

什么属于修正

对照已确认要求处理问题，保留反馈和修改记录。

03

什么属于新增

增加用途或功能时，先评估工作量再约定费用。

04

怎样完成移交

说明账号、资料、费用和权限的管理安排。

客户用起来后，往往会发现资料需要更新、员工操作需要指导、输出还可以继续优化。把这些工作整理成明确的支持内容，客户就知道服务在解决什么。例如协商支持十四天、两次集中答疑，帮助团队逐步独立操作；超出支持期的需求，可再讨论持续服务。

没有达到已确认要求的问题，按约定修正；客户新增的产品线、渠道、功能或系统连接，先记录再评估。把这两类事项分开，并说清修正范围、处理顺序和是否产生新费用，避免每次都临时解释。

还要确认账号由谁管理、工具费用由谁支付、客户资料可以用于哪些工作。交付结束后怎样移交资料、撤销不再需要的权限，也应提前说明。客户能掌握自己的资料和入口，服务才更容易持续。

记住这一点

清晰的售后约定，让客户有预期，让你的投入可安排。

客户说“有用”，要留下什么证据？

判断项目有没有价值，先观察同一项工作怎样变化，再看变化是否进入真实经营。把过程记录下来，比一句“效率大幅提升”更可信。

工作时间

记录准备、生成、核对和修改的完整投入。

产物可用

检查事实与用途，记录修改后才能使用的部分。

实际使用

观察员工是否在真实工作中持续采用成果。

经营变化

再看咨询与成交，同时记录其他影响因素。

从过程证据，逐步走向经营证据

试用前，记录任务通常需要多久、谁来做、产出什么；试用后，在相近任务下继续记录。比如准备一条产品内容，既要计算生成时间，也要计算核对和修改时间，才接近真正的工作投入。

同时观察产物是否可用、员工是否真的在用。少花时间却需要老板大幅返工，或者工具只在演示当天打开过，都不能说明已经改善工作。保留代表性样稿、修改记录和员工反馈。

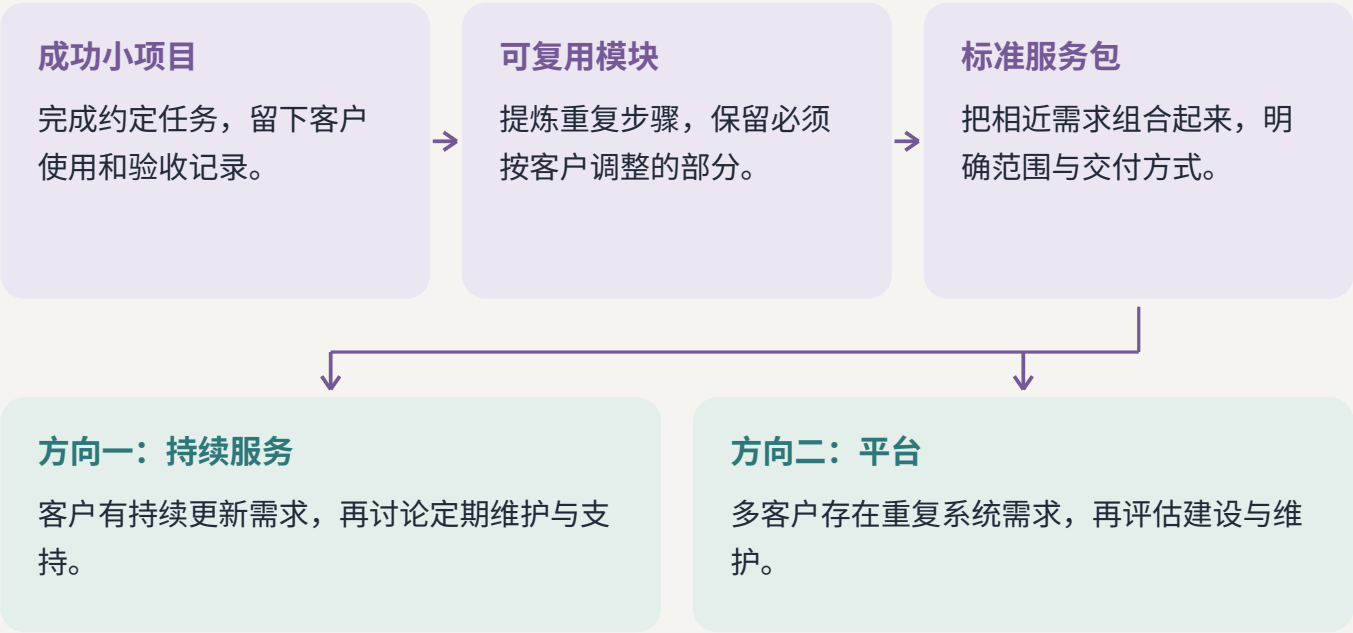
再把工作改善连接到经营：腾出的时间是否用于更多客户跟进，统一的回复是否减少遗漏，更完整的产品介绍是否带来有效询问。保留这些记录，同时注明活动、价格等影响因素。腾出工时不等于直接少发工资，成交变化也需结合其他因素分析。

记住这一点

先用真实记录证明一项工作变好，再讨论更大的经营价值。

有了小项目，怎样逐步放大？

完成一个项目后，先找出哪些做法可以在相近客户之间复用。升级方向取决于实际需求，不是每个服务都要发展成平台或代理体系。



把项目里的资料清单、问题问法、操作步骤和验收标准整理出来，形成可复用模块。再服务相近客户时，观察哪些部分反复需要、哪些必须定制，避免把一个客户的特殊情况当作行业规律。

当同类需求足够清楚，可以组合成范围明确的标准包。如果客户经常更新产品和活动，可考虑持续服务；如果多位客户反复需要统一入口、多人协作或系统连接，再评估是否值得建设平台。

标准包也可以继续作为稳定的小业务，不必为了升级而升级。渠道或代理合作放在产品和交付方式得到验证之后再讨论；在此之前，先确认自己有能力支持新增客户，也能算清持续服务的投入。

记住这一点
每一次升级，都应由重复出现的需求和可承担的投入来支持。

下一步，可以这样开始

用两周开展一次起步验证：选定任务、接触客户、做出小样、讨论合作。每个阶段留下具体成果，让你知道下一步应该继续做什么。

- 1 第1—2天 | 选事**
确定一类客户、一项工作，以及能联系到的人。
- 2 第3—5天 | 访谈**
记录实际做法和困难，确认资料与试用意愿。
- 3 第6—8天 | 小样**
完成一个代表性任务，收集目标使用者的反馈。
- 4 第9—11天 | 约定**
讨论试用范围、费用、资料和验收方式。
- 5 第12—14天 | 复盘**
条件具备则交付试用；否则补齐条件、调整安排。

前两天先选一类能接触到的客户和一项具体工作。接下来约几位负责人聊，听他们描述最近一次怎样完成这件事。记录所用资料、参与人员和卡点，再决定是否制作小样。

中间几天围绕真实资料做一份小样，请目标使用者指出不合适之处。收到明确反馈后，再谈试用的范围、费用和双方配合事项。对方没有意愿或资料不足时，先调整方向，别急着堆功能。

到最后一个阶段，争取留下机会卡、小样和客户反馈。条件具备，就推进付费试用；尚未准备好，就明确缺少的资料或条件。这些成果能帮助你判断方向，也能用于下一次展示。时间安排可随实际情况调整，不以十四天内成交作为承诺。

记住这一点

每个阶段带走一份证据，让下一步决定有依据。

把你的第一个项目写下来

用这张卡把一个想法收敛成可以讨论的项目。每栏先写一两句话；拿不准的地方标注“待确认”，带着它去和潜在客户沟通。

01 目标客户 哪一类客户？能联系谁、谁会使用、谁来确认？

02 具体任务 目前谁在做什么？最希望改善哪一个环节？

03 已有资料 已有产品、流程或样稿吗？还缺什么、向谁要？

04 最小交付 本次先交付什么，给谁用，在什么场景使用？

05 验收标准 用哪项真实任务测试？双方怎样判断已经完成？

06 下一步约定 谁在什么时候做什么？下一次什么时候沟通？

先填已知信息，把目标客户写到能联系的人，把任务写到一个具体动作。例如“帮店员准备每周产品介绍内容”，比“提升业绩”更容易讨论。

沟通后再补齐交付和验收要求。尚未得到客户确认的内容，保留“待确认”；下一步只约定一个动作，并写明负责人和时间。

记住这一点
今天先完成一个动作：联系一位负责人，确认一项真实任务。

带着一个具体项目 继续往前走

读完手册，你已经有了一张从需求到交付的地图。下一步，选一件自己熟悉、客户反复要做的工作，把第 19 页的行动卡填出来。

和 Eason 沟通时，可以带上这三样

- 你想服务哪一类客户，能联系到谁。
- 客户现在怎样完成这件事，卡在哪里。
- 一份脱敏后的真实资料，或你已经做好的小样。



扫二维码，添加我为朋友。

微信联系 Eason

想判断项目适不适合做，或进一步学习需求沟通、智能体制作与实际交付，可以带着行动卡来交流。

扫码添加微信；手机阅读时，可保存二维码图片后，在微信中识别。

网站：shengwanxiang.com