

Effektiviser din kommer- cielle tilgang og få bedre kvalitet ved at bruge Kunstig Intelligens (AI)

Poul von Wowern, poul@vonwowernconsult.dk

Kunstig intelligens (AI) er på manges læber for tiden, og med god grund. Dansk Sprognævn kårede for eksempel ChatGPT til årets ord i 2023, men AI - særligt ChatGPT - er ikke blot et modeord; det er faktisk en kraftfuld forandringsagent, som lige nu ændrer mange aspekter af vores hverdag. Det kan dog være udfordrende at forstå, hvordan man i praksis tager fat på at anvende AI effektivt – især i den kommercielle tilgang. I denne artikel bliver du klogere på, hvordan du kan bruge ChatGPT til at effektivisere din kommercielle tilgang.

En teaser

Hvis AI er svaret, hvad var så spørgsmålet? Dette vigtige spørgsmål kommer vi tilbage til sidst i artiklen.

Hvorfor bruge AI i den kommercielle tilgang?

Spar tid og få en bedre kvalitet. Det er helt klart de to største fordele ved at bruge kunstig intelligens (AI) i sit daglige arbejde. Fra leksikon til Google og nu til AI.

En praktisk case: Masser af muligheder

Nils Erik Lund Skaarup, der driver Netværk Randers og er direktør i Jysk Telefon, siger følgende: "Vi har været heldige at blive introduceret til ChatGPT via to workshops. Jeg er dybt imponeret over de muligheder, der er for assistance i hverdagen med ChatGPT. Vi er lige gået i gang og bruger værktøjet til at assistere med skrivning og planlægning og til at formulere klare og præcise e-mails, rapporter og agendaer til møder.

Desuden har ChatGPT været en fantastisk medhjælper til idéudvikling og brainstormingssessioner. "Maskinen" bidrager med ideer, foreslår løsninger og fremmer hele processen.

Vores brug af ChatGPT har allerede forbedret produktiviteten og sikrer en højere kvalitet i arbejdet, og det er en rejse, vi kun lige er startet på."

Hvad er ChatGPT egentlig?

ChatGPT er en avanceret sprogmodel, udviklet af OpenAI, der er designet til at forstå og generere naturligt sprog. Det betyder, at den kan føre samtaler med brugere, besvare spørgsmål, skrive tekster på anmodning og meget mere. ChatGPT er baseret på GPT (Generative Pre-trained Transformer) arkitekturen, som er en form for kunstig intelligens og maskinlæring. Denne teknologi gør det muligt for ChatGPT at forstå konteksten i en samtale og generere relevante og sammenhængende svar.

Hvad siger Microsoft om ChatGPT fremadrettet?

Sidste år havde jeg i Toronto en god en-til-en samtale med Kevin Peesker, President Worldwide SMC & Digital, som er den øverste ansvarlige for ChatGPT i Microsoft. Microsoft har givet omfattende finansiel støtte - og har et teknologisk partnerskab med - OpenAI, organisationen bag ChatGPT. Kevin Peesker har mange tusinde medarbejdere, der hver dag arbejder dedikeret på konstant at udvikle ChatGPT. Jeg spurgte ham, hvad deres vigtigste fokus og udfordring er fremadrettet. Svaret kom prompte: "SPEED!" Han uddybede: "Vores folk har løbet en 100 meter spurt i vild fart for at nå til, hvor vi er nu. Nu er fokus på, at de skal blive ved med at løbe med samme hastighed i en hel maraton."

Det siger noget om, hvad vi har i vente, og hvad der sker lige nu. Det er en rivende udvikling, som faktisk kun lige er startet. Det er en kamp om at vinde AI markedet, der er i gang, og alle de store, for eksempel også Google, har sat alt ind på at vinde kampen om at blive den dominerende AI udbyder. Det er en god ting for os, der bruger AI, da vi hele tiden får bedre og bedre versioner, der kan hjælpe os i hverdagen på flere og flere områder. Det betyder også, at nogle af de ting, jeg skriver om i denne artikel, sikkert vil være forældede om få måneder.

En anden case: Få alle med

En dansk produktionsvirksomhed, som eksporterer globalt, bruger nu ChatGPT til sprog oversættelser, også meget tekniske oversættelser, da ChatGPT nu er bedre til dette end for eksempel Google Translate. Efter introduktion til at bruge ChatGPT i deres daglige salgsarbejde er der flere sælgere, der nu bruger det, og de har dermed effektiviseret deres arbejdsgange i store dele af salgsprocessen. Dog siger Salgsdirektøren, at det primært er de yngre sælgere, der har taget brugen af ChatGPT til sig, hvor de lidt ældre stadig ikke er kommet rigtig i gang. Det er et

billede, jeg ser i flere virksomheder. Et par råd til at komme det til livs er sidemandsoplæring og at starte med noget helt basalt for at få den lidt ældre generation med. Quick wins er essentielle for at få dem med på vognen.

Hvordan bruger jeg så ChatGPT til at gøre min hverdag mere effektiv?

Når jeg spørger direktører og salgsdirektører om, hvad de bruger AI til i dag, er der stadig rigtig mange, der siger noget i stil med: "det bruger vi lidt ovre i marketing til at lave bedre tekster med". Hvorfor bliver det ikke brugt mere, når der nu er så meget potentiale? Man ved ikke det, man ikke ved. Det skal forstås som, at mange har svært ved at komme i gang. De ved simpelthen ikke, hvor de skal starte.

Flere har sagt til mig, at de har sat sig ned foran for eksempel chatGPT og kigget på cursoren i 20 sekunder og så tænkt: 'nå jeg skulle vel også lige lave noget andet'. En anden ting, jeg ofte hører, er: 'jeg prøvede at bede den om noget, men det, jeg selv havde, var bedre', og så stopper de der.

Det handler om Prompt Engineering – altså kunsten at kunne stille de rigtige spørgsmål eller kommandoer. Man skal se det som at bevæge sig ned i en tragt, som at have en samtale. Når ChatGPT giver sit svar, så gælder det om at 'massere' det svar og destillere det skridt for skridt, så man til sidst står tilbage med essensen, som man kan bruge. Her er et eksempel på, hvordan du bruger dette direkte i forhold til at definere din virksomheds værditilbud til kunder inden for et givet segment. Det er altså ikke nok kun at lave én prompt:

På et segment niveau (ud fra hvordan du segmenterer jeres produkter eller ydelser over for markedet) så fodr ChatGPT med nedenstående data. Husk at fortsætte i samme Chat, som du har lavet for mødeforbereelse og afdækning af kundens behov, så får du mest mulig værdi og tyngde.

1. De eksisterende Værditilbud / Value Propositions, du har.
2. Fakta og egenskaber ved produktet/ydelsen.
3. Relevant info fra din hjemmeside.
4. LinkedIn samt andre SoMe links fra din virksomhed.
5. Kunde cases og/eller udtalelser fra eksisterende kunder.
6. Hvad du selv hører kunderne sige, når du har kontakt med dem.

Derefter skriver du følgende beskeder:

7. Baseret på ovenstående data samt anden viden, du kan finde, så giv mig en liste på 5 value propositions/værditilbud, som vi tilbyder til kunder og potentielle kunder.
8. Lav en prioriteret rækkefølge af denne liste.
9. Gør hvert værditilbud kortere, og giv mig essensen af hver enkelt værditilbud.
10. Formulér disse værditilbud i hverdagsprog og uden at bruge fagsprog.
11. Formulér den faktuelle værdi for kunden af disse værditilbud.
12. Formulér disse værditilbud mere empatisk.
13. Forklar disse værditilbud, som jeg bør formulere dem i en direkte samtale med kunden.
14. Forklar dem igen, men denne gang som om køber er en god ven.
15. Baseret på alt ovenstående så formulér kort, empatisk og med hverdagsprog, mine fem vigtigste værditilbud inden for dette segment i en prioriteret rækkefølge.
16. Baseret på ovenstående værditilbud hvilke spørgsmål vil være gode at stille for at afdække, om kunden har et behov, som vores værditilbud kan dække? (Her cirkler vi altså tilbage til afdækning af kundens behov).

Du kan altid justere ovenstående. F.eks. kan du sige: Formulér disse værditilbud, men med et større fokus på kvalitet (eller hvilken som helst anden vinkel, du gerne vil lægge mere tryk på – pålidelighed, leveringshastighed, service etc.).

Overtager AI dit job?

I en samtale, jeg havde med Deva Rangarajan, en anden førende forsker i AI, professor hos IÉSEG School of Management, siger han noget, som jeg mener udtrykker en vigtig pointe: "Det er ikke AI, der kommer til at overtage dit job, men det bliver den person, der kan bruge AI bedre end dig." Det siger noget om, at AI ikke er hele verden, men at det er og bliver endnu et værktøj, vi skal have med i rygsækken – et meget vigtigt værktøj, som vi skal tage frem og bruge, når det er relevant og giver mening. Netop derfor er det vigtigt, at man lærer at mestre AI og bruge det til sin fordel.

Handler det om at have de rigtige svar?

Nej, det handler ikke nødvendigvis om at have de "rigtige" svar, men mere om at have en god tilgang til at "fodre" ChatGPT med relevant kvalitetsdata. Derefter er det vigtigt at stille gode spørgsmål og arbejde iterativt med ChatGPT for at få de bedst mulige resultater. Ved at give ChatGPT præcise og relevante oplysninger kan du øge chancerne for at få meningsfulde og brugbare svar. Det er også vigtigt at være klar over, at ChatGPT ikke altid vil give det præcise eller perfekte svar, og derfor kan det være nødvendigt at stille flere spørgsmål, eller justere input, for at opnå bedre resultater. Ved at bruge en iterativ tilgang og finjustere dine spørgsmål og dit input kan du gradvist forbedre og optimere resultaterne med ChatGPT. Det er en proces, hvor du lærer at udnytte AI-værktøjet.

Giver ChatGPT dig det endegyldige svar?

Nej. Det er et værktøj, der kan give et godt fundament og input, men det kan ikke erstatte den menneskelige faktor og det sidste 'human touch'. ChatGPT kan hjælpe med at generere ideer, foreslå løsninger og give information, men det er stadig vigtigt at bruge dit eget professionelle skøn og din erfaring til at vurdere og tilpasse outputtet til den konkrete situation. Du vinder meget ved at lave det sidste 'human touch' selv. Tænk på det som, at du kan komme 80% ad vejen rigtig hurtigt, og så er der brug for 20% stjernedrys i form af 'human touch' for at nå frem til det bedste resultat.

Hvad er vigtigt at vide om data sikkerheden?

ChatGPT er bestemt et værktøj, der kan hjælpe med mere effektiv informationssøgning og give hurtige svar på forskellige spørgsmål. Det er vigtigt at understrege, at brugen af ChatGPT ikke er "at snyde", og det er ikke en farlig teknologi. Det er en AI-model, udviklet af OpenAI, der er designet til at assistere og give oplysninger, baseret på tilgængelig træningsdata. Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at data, der deles i en chat-session med ChatGPT, kan blive gemt og anvendt til træning og forbedring af AI-modeller. OpenAI har dog oplyst, at de har implementeret strenge sikkerhedsforanstaltninger for at beskytte brugernes data og privatliv. Selvom ChatGPT kan være en nyttig ressource, skal man altid være forsigtig med at dele følsomme eller fortrolige oplysninger gennem denne kanal. Det er bedst at undgå at dele personlige, finansielle eller andre følsomme data, da det er muligt, at informationen kan ses af andre eller blive gemt i samlingen af træningsdata. Det er altid en god ide at udvise forsigtighed og overveje privatlivsaspekter, når man bruger enhver form for teknologi, herunder ChatGPT.

Hvordan kan ChatGPT hjælpe med din mødeforbereelse?

Mange bruger nemt 30 minutter på mødeforbereelse og på at sætte sig ind i den virksomhed, de skal mødes med. Her er et eksempel

på, hvordan ChatGPT kan hjælpe, hvis man for eksempel skal til møde med Effektivitet.dk:

Prompt i ChatGPT: Fortæl mig hvem www.effektivitet.dk er i tre bullets:

Svar fra Chat GPT: Effektivitet.dk er en dansk non-profit forening med fokus på at fremme effektivitet og produktivitet i erhvervslivet. Her er tre nøglepunkter om dem:

1. Historie og formål: Effektivitet.dk blev grundlagt i 1948 og har som formål at skabe et fagligt udviklingsmiljø gennem udgivelse af medlemsblade, afholdelse af konferencer, seminarer, webinars, og andre formidlingsaktiviteter.
2. Selvstændig og uvildig forening: Foreningen er selvejende og arbejder uafhængigt af organisationer eller virksomheder, hvilket sikrer dens uvildighed. De fleste aktiviteter, herunder bestyrelsesarbejde og udvalgsarbejde, udføres på frivillig basis.
3. Tilbud til medlemmerne: Medlemmer af effektivitet.dk får adgang til en eksklusiv artikeldatabase og konferencer, der er rettet mod at dele viden og fremme netværk inden for forskellige aspekter af effektivitet og produktivitetsforbedring i erhvervslivet.

Dette er et eksempel på, at du hurtigt kan få opsummeret vigtig information og dermed spare tid, men husk at tilføje de 20% 'human touch' efterfølgende.

En tredje case: Billeder, ikke kun tekst

Et firma, der arbejder inden for laboratorieområdet, har i 2024 fokus på at forbedre kundeoplevelsen via en bedre Turn Around Time. "Turn around time" (TAT) i et laboratorium refererer til den tid, det tager, fra en prøve ankommer til laboratoriet, til resultatet af analysen er klar. I en intern workshop, der skal motivere medarbejderne til at have fokus på dette, der fik vi ChatGPT til at lave følgende billede, som blev brugt til at symbolisere og motivere medarbejderne. Som man siger: Et billede siger mere end 1000 ord. Man kan altså også få ChatGPT til at lave billeder, der understøtter ens budskab.



AI i forbindelse med bæredygtighed for dine kunder

Det vigtigste skridt, vi kan tage, er altid det næste. Ved at integrere både bæredygtighed og kunstig intelligens (AI) i din forretningsstrategi, kan du virkelig løfte dit salg til et helt nyt niveau. Her er et eksempel på, hvordan du kan bruge ChatGPT til at gøre en forskel på dette område:

Konkrete beskeder (spørgsmål eller kommandoer) i rækkefølge til mødeforberedelse:

1. Jeg sælger [dine specifikke ydelser/produkter/services (Vær så specifik som muligt her)] til [segment eller branche. (Vær så specifik som muligt her)]. Hvad er vigtigt for mig at vide omkring bæredygtighed før et møde med [køber virksomhed / potentiel køber virksomhed]?
2. Hvad gør virksomheder i [segment eller branche] godt inden for bæredygtighed i det område, min virksomhed kan hjælpe med, og hvad er de ikke så gode til inden for det område, som min virksomhed kan hjælpe med?
3. Hvor kan min virksomhed bedst muligt hjælpe virksomheder i [segment eller branche] med bæredygtighed?
4. Hvordan kan min virksomhed bedst muligt hjælpe virksomheder i [segment eller branche] med bæredygtighed?
5. Gør alt ovenstående kortere, og fortæl mig det i hverdagssprog.
6. Skriv det på en måde, som jeg ville fortælle det på et salgsmøde.

Tilbage til begyndelsen

Lad os slutte med at svare på det indledende spørgsmål, som var: "Hvis AI er svaret, hvad var så spørgsmålet?"

Spørgsmålet er ganske enkelt: Hvordan sikrer jeg nemmest mere effektivitet, tidsbesparelse og kvalitet i mit arbejde.

Hvad skal man som virksomhed gøre for at komme i gang?

Min erfaring er, at det handler om to ting:

1. Afmystificér hvad AI er

Det 'larmer' i manges hoveder, og de er ved ikke helt, hvad det er for en størrelse. Som mennesker frygter vi det, vi ikke kender, så gør det ukendte kendt.

2. Hands-on tilgang

Lad medarbejderne arbejde helt konkret med AI. Sæt dem ned foran computeren, hjælp dem med at komme i gang med det basale, og lad dem opleve med fingrene. Lær dem at kravle, så skal de nok selv tage de først skridt efterfølgende.

Kun fantasien sætter grænser - En sidste 'gimmick'

Når jeg er kommet igennem tragten af spørgsmål og kommandoer i forhold til mit emne, så er jeg kommet omkring alt, hvad jeg tænker er relevant. Et godt tip er faktisk til sidst at spørge ChatGPT: Er der noget, jeg ikke har spurgt dig om, som jeg burde spørge dig om?

Min erfaring er, at den kommer med nogle gode og ofte nye vinkler, bare ved dette ene spørgsmål.

Er bussen kørt?

Hvis du ikke er kommet i gang med at bruge AI i din hverdag, så er du ikke bagud – endnu! Min vurdering er, at du skal med på vognen her i foråret, ellers bliver du overhalet indenom af konkurrenterne. Derfor er mit råd, at lige meget hvor på rejsen, du er med at bruge AI, så husk, at det vigtigste skridt, du kan tage, er det næste, uanset hvor lille det er, og fortsætte derfra. Men gør det nu!

God fornøjelse og god rejse, nu med AI i din rygsæk af værktøjer 😊



Forfatter: Poul von Wowern

Poul von Wowern har som Associate Professor hos VIA University College igennem 8 år forsket internationalt i at forbedre og skabe værdi i den kommercielle tilgang. Han har undervist danske og internationale studerende i dette og hjælper som konsulent virksomheder med at implementere en sådan tilgang i deres hverdag – til gavn for både dem og deres kunder. AI spiller en stadig større rolle i forhold til ovenstående, og Poul har som en af de første i Danmark fokuseret direkte på, hvordan AI konkret kan optimere virksomheders kommercielle tilgang, samt hvordan dette indlæres effektivt i hverdagen.