

Program szkolenia

AI w biznesie

<https://bloomwise.pl/consulting/training/ai-w-biznesie>

Poniższy zakres stanowi bazę, którą możemy dopasować do specyfiki Twojej marki, zespołu i modelu pracy z klientem.

Moduł 1. Wprowadzenie do AI w biznesie i mapa narzędzi

1.1 Czym jest sztuczna inteligencja, AI generatywna i model językowy.

1.2 Różnica między wyszukiwarką, chatbotem, asystentem AI, copilotem osadzonym w aplikacjach i agentem wykonującym zadania.

1.3 Przegląd narzędzi i ich najważniejszych zastosowań biznesowych:

- ChatGPT Business - uniwersalna praca z tekstem, dokumentami, analizami, researchem i firmowymi asystentami
- Microsoft 365 Copilot - praca w Outlooku, Teams, Wordzie, Excelu i PowerPointach w firmach korzystających z Microsoft 365
- Google Workspace z Gemini - wsparcie pracy w Gmailu, Dokumentach, Arkuszach i Meet w organizacjach korzystających z ekosystemu Google
- Claude for Work - analiza długich dokumentów, synteza materiałów, redakcja i praca strategiczna
- Perplexity Enterprise - research rynku i konkurencji z odwołaniem do źródeł
- Canva AI i Adobe Firefly - grafiki, prezentacje, warianty kreacji i materiały marketingowe

1.4 Kryteria wyboru narzędzia dla firmy:

- zgodność z używanym ekosystemem pracy i obiegiem dokumentów
- rodzaj zadań: tekst, analiza, research, dane, spotkania, grafika lub automatyzacja
- ochrona danych, funkcje administracyjne i możliwość zarządzania kontami
- integracje z pocztą, plikami, kalendarzem, CRM i narzędziami marketingowymi
- koszt pilotażu, model licencjonowania i przewidywana wartość biznesowa

1.5 Ograniczenia i błędy przy wyborze narzędzi:

- brak jednego narzędzia najlepszego do wszystkich zastosowań
- korzystanie z prywatnych kont jako nieformalnego standardu firmowego
- wdrażanie licencji bez przygotowanych przypadków użycia i zasad pracy
- brak weryfikacji wyników oraz mierzenia oszczędności czasu i jakości

Moduł 2. Promptowanie, czyli jak wydawać AI dobre polecenia

2.1 Czym jest prompt i dlaczego jakość polecenia wpływa na użyteczność odpowiedzi biznesowej.

2.2 Elementy skutecznego promptu:

- rola lub perspektywa, z której ma działać AI
- konkretne zadanie i cel biznesowy
- kontekst firmy, marki, produktu lub odbiorcy
- dane wejściowe i materiały źródłowe
- oczekiwany format, poziom szczegółowości i ton odpowiedzi
- ograniczenia, kryteria jakości i elementy wymagające weryfikacji

2.3 Model prostego promptu biznesowego:

- „Wciel się w rolę...”
- „Przygotuj materiał, który...”
- „Uwzględnij następujący kontekst i dane...”
- „Zastosuj ton marki oraz język dopasowany do...”
- „Wynik przedstaw w formie... i wskaż założenia wymagające sprawdzenia”.

2.4 Iteracja promptów:

- poprawianie i rozwijanie pierwszej odpowiedzi
- doprecyzowanie kryteriów oraz odbiorcy materiału
- skracanie, upraszczanie lub pogłębianie treści
- tworzenie wariantów tonu, argumentacji i wezwania do działania
- porównywanie rezultatów i wybór wersji spełniającej cel biznesowy

Moduł 3. AI w marketingu, sprzedaży i komunikacji marki

3.1 Wykorzystanie AI do przygotowywania materiałów marketingowych i handlowych:

- posty i kalendarze publikacji w mediach społecznościowych
- teksty reklam, newsletterów i stron docelowych
- opisy produktów i usług oraz materiały ofertowe
- briefy kampanii, persony klientów i propozycje wartości
- warianty komunikacji dopasowane do kanału, segmentu i etapu ścieżki klienta

3.2 AI jako wsparcie planowania i optymalizacji komunikacji:

- porządkowanie pomysłów i budowa planu kampanii
- tworzenie różnych wersji nagłówków, argumentów i CTA
- dostosowanie tonu wypowiedzi do marki i grupy docelowej
- przekształcanie jednego materiału w post, mailing, prezentację i scenariusz wideo
- analiza jakości komunikatu i wskazywanie elementów wymagających poprawy

3.3 AI w tworzeniu grafik i prezentacji:

- opracowywanie koncepcji wizualnych i opisów do generatorów grafiki
- tworzenie struktury prezentacji, treści slajdów i notatek dla prezentującego
- kontrola spójności przekazu, identyfikacji marki i praw do wykorzystania materiału

3.4 AI w komunikacji z klientami i współpracy zespołu:

- podsumowanie spotkania z klientem lub zespołem
- lista ustaleń, odpowiedzialności i kolejnych kroków
- projekt wiadomości e-mail, oferty lub follow-upu
- agenda spotkania i zestaw pytań przygotowujących do rozmowy
- harmonogram kampanii i roboczy kalendarz treści

Moduł 4. AI w analizie biznesowej i wsparciu kierowników

4.1 Wykorzystanie AI do porządkowania informacji biznesowych i rynkowych:

- streszczanie raportów, ofert, badań i dokumentów wewnętrznych
- wydobywanie kluczowych danych, trendów i wniosków
- przygotowanie listy ryzyk, szans i obszarów wymagających decyzji
- research konkurencji i rynku z rozdzieleniem faktów, źródeł oraz hipotez

4.2 AI w analizie problemu i przygotowaniu decyzji:

- uporządkowanie sytuacji, celu i ograniczeń biznesowych
- wskazanie brakujących danych i założeń wymagających potwierdzenia
- opracowanie wariantów działania i możliwych scenariuszy
- porównanie korzyści, kosztów, ryzyk oraz konsekwencji poszczególnych opcji

4.3 AI w przygotowywaniu materiałów zarządczych:

- tabele porównawcze narzędzi, dostawców, ofert lub kampanii
- checklisty kontrolne i standardy realizacji zadań
- harmonogramy, plany działań i podział odpowiedzialności
- komentarze do wyników, KPI oraz zestawień sprzedażowych i marketingowych
- syntetyczne podsumowania dla kierownictwa z wnioskami i rekomendacjami

4.4 AI jako wsparcie codziennej pracy kierownika:

- przygotowanie materiału przed spotkaniem lub rozmową decyzyjną
- analiza problemu organizacyjnego i możliwych przyczyn
- opracowanie wariantów strategii, priorytetów i planu wdrożenia
- ocena wyników kampanii lub projektu oraz przygotowanie pytań do zespołu

Moduł 5. Bezpieczne i odpowiedzialne wdrażanie AI w firmie

5.1 Najważniejsze ryzyka przy pracy z AI w biznesie:

- ujawnienie danych klientów, pracowników lub kontrahentów
- błędne odpowiedzi, halucynacje i nieaktualne informacje
- naruszenie praw autorskich, praw do marki lub wizerunku
- shadow AI, czyli niekontrolowane korzystanie z prywatnych kont i aplikacji
- uzależnienie od dostawcy, wzrost kosztów lub brak mierzalnej wartości z wdrożenia

5.2 Dane, których nie należy wprowadzać do niezatwierdzonych narzędzi AI:

- dane osobowe i dane szczególnych kategorii
- tajemnice przedsiębiorstwa, niepubliczne wyniki i informacje strategiczne
- listy klientów, warunki handlowe, ceny indywidualne i dane kontraktowe
- nieopublikowane materiały kampanii, plany produktowe i dane z CRM
- dokumenty wewnętrzne bez zgody właściciela informacji lub organizacji

5.3 Zasada human in the loop:

- AI przygotowuje analizę, wariant lub wersję roboczą
- właściciel procesu sprawdza dane, kontekst i zgodność z celem
- materiały o istotnym wpływie biznesowym podlegają akceptacji właściwego kierownika
- człowiek podejmuje decyzję i odpowiada za wynik końcowy

5.4 Fact-checking i kontrola jakości:

- sprawdzanie źródeł, dat i aktualności informacji
- weryfikacja liczb, nazw, warunków oferty i twierdzeń marketingowych
- porównanie odpowiedzi z dokumentami źródłowymi i danymi firmowymi
- oznaczanie niepewności, założeń i elementów wymagających konsultacji

5.5 Dobre praktyki wdrożeniowe w firmie:

- inwentaryzacja obecnych zastosowań i potrzeb kierowników oraz marketingu
- wybór zatwierdzonego katalogu narzędzi oraz zasad korzystania z kont firmowych
- pilotaż na kilku konkretnych zadaniach o niskim ryzyku i łatwym pomiarze efektu
- biblioteka promptów, materiałów marki i przykładów zaakceptowanych rezultatów
- pomiar oszczędności czasu, jakości, kosztu i adopcji oraz okresowy przegląd decyzji narzędziowych