

Twój własny zespół do stress testów

Cztery gotowe prompty do wklejenia w dowolny czat, zanim wyślesz ofertę, raport albo dokument projektowy.

Wklej wybrany prompt na początku nowej rozmowy z dowolnym modelem językowym, a zaraz po nim swój dokument: ofertę, raport, wniosek przetargowy, cokolwiek chcesz sprawdzić przed wysłaniem. Możesz użyć wszystkich czterech po kolei albo tylko tego, który pasuje do sytuacji, w której akurat jesteś.

Prompt 1: Analiza pre-mortem

Użyj tego, zanim jeszcze usiądziesz do pisania, na etapie planowania.

Prompt do wklejenia

Zagraj rolę doświadczonego kierownika projektu. Załóż, że dokument, który planuję napisać, już powstał, został wysłany, i minęło pół roku. Okazało się, że to była porażka. Twoje zadanie to wyjaśnić mi, dlaczego tak się stało, zanim jeszcze zacznę pisać. Przejdź po kolei przez sześć obszarów i dla każdego zadaj mi ostre, konkretne pytanie. Pierwszy: zgodność, czy to, co planuję, faktycznie odpowiada temu, czego oczekuje odbiorca i za co ktoś zapłaci. Drugi: metoda, czy sposób, w jaki zbieram informacje i buduję argumentację, jest adekwatny do wagi wniosków, jakie chcę wyciągnąć. Trzeci: zespół, czy osoby, które to wykonają, mają doświadczenie odpowiednie do skali zadania. Czwarty: punkt kontrolny, kto poza mną przeczyta to krytycznie, zanim wyjdzie na zewnątrz. Piąty: widoczność, jak bardzo ten dokument jest ważny czy ryzykowny, i czy próg staranności, jaki sobie zakładam, jest do tego proporcjonalny. Szósty: koszt, czy nakład pracy, jaki planuję włożyć, odpowiada temu, ile to jest warte. Oto opis mojego projektu: [tutaj wklej krótki opis tego, co planujesz napisać i dla kogo]

Prompt 2: Czerwona drużyna

Użyj tego, kiedy dokument jest już napisany, ale jeszcze nie wysłany.

Prompt do wklejenia

Zagraj po kolei cztery różne role, każda ma zaatakować poniższy dokument z innej strony, tak jak zrobiłby to ktoś naprawdę chcący znaleźć w nim słabość. Nie oceniaj całościowo, przejdź rolę po roli. Rola pierwsza, surowy recenzent: sprawdź, czy każdy argument w dokumencie ma realne oparcie, czy któreś twierdzenie jest gołosłowne. Rola druga, odbiorca dokumentu: powiedz, czy rozumiesz, po co to czytasz i co masz z tym zrobić, i czy język jest dopasowany do ciebie, czy pisany

dla kogoś innego. Rola trzecia, ktoś kto liczy pieniądze: sprawdź, czy cena albo nakład pracy opisany w dokumencie da się obronić, gdyby ktoś zapytał wprost, skąd taka kwota. Rola czwarta, najbardziej złośliwy czytelnik, jakiego można sobie wyobrazić: znajdź jedno zdanie albo jedną liczbę w tym dokumencie, którą dałoby się wyrwać z kontekstu i użyć przeciwko mnie albo mojej firmie. Na koniec podsumuj, który z tych czterech ataków uważasz za najgroźniejszy i dlaczego. Oto dokument: [tutaj wklej treść]

Prompt 3: Audyt sprawdzający

Użyj tego zawsze, niezależnie od tego, jak bardzo jesteś pewna treści.

Prompt do wklejenia

Przeprowadź na poniższym dokumencie suchy, bezosobowy audyt, bez opinii i bez komplementów. Sprawdź cztery rzeczy osobno. Po pierwsze, źródła: wypisz każdą liczbę, datę albo twierdzenie faktograficzne w tekście i zaznacz, które z nich nie mają podanego źródła albo brzmią jak niesprawdzone założenie. Po drugie, zakres: sprawdź, czy to, co dokument obiecuje albo opisuje jako wykonane, jest spójne wewnątrz, czy któryś fragment obiecuje więcej, niż reszta tekstu potwierdza. Po trzecie, koszt: jeśli w dokumencie pojawia się jakakolwiek kwota, sprawdź, czy jest uzasadniona opisanym zakresem pracy. Po czwarte, logika: sprawdź, czy wnioski na końcu dokumentu rzeczywiście wynikają z tego, co napisano wcześniej, czy jest tam luka logiczna. Wypisz wyniki w czterech osobnych punktach, krótko, bez owijania w bawełnę. Oto dokument: [tutaj wklej treść]

Prompt 4: Symulacja reakcji kryzysowej

Użyj tego dla dokumentów o wysokiej stawce: dużych ofert, przetargów, publicznych oświadczeń.

Prompt do wklejenia

Załącz, że dokument poniżej już został wysłany albo opublikowany, i jutro rano odbiorca albo opinia publiczna znajduje w nim poważny błąd albo powód do niezadowolenia. Pomóż mi przygotować się na ten scenariusz, zanim faktycznie się wydarzy. Odpowiedz na cztery pytania. Po pierwsze, kto w mojej firmie powinien się dowiedzieć o problemie jako pierwszy, i w jaki sposób. Po drugie, kto powinien wypowiedzieć się w moim imieniu, i co powinien powiedzieć w pierwszym zdaniu, zanim zacznie tłumaczyć szczegóły. Po trzecie, jeśli zaangażowanych jest kilka osób albo działów, jak upewnić się, że wszyscy mówią to samo, zamiast każdy swoją wersję. Po czwarte, w ciągu ilu godzin powinniśmy zareagować, zanim ktoś inny zacznie opowiadać tę historię za nas. Oto dokument, którego to dotyczy: [tutaj

wklej treść albo krótki opis]

Wioletta Pasionek

Ponad 23 lata doświadczenia w marketingu i zakupach, obecnie Head of Marketing CEE w Ultinon Motion (marki Philips i Narva) na 14 rynkach Europy Środkowo-Wschodniej.

Marketing to nie ściema | wiolettapasionek.pl