MASTERCLASS AIPARTE · BRAND POWER

AI for Brands

Înțelege-ți clienții.
Creează conținut care convinge.



MASTERCLASS AIPARTE · BRAND POWER

AI for Brands

Înțelege-ți clienții.
Creează conținut care convinge.

Suntem AIParte. Te ajutăm să devii AI Maker.

Înveți să creezi cu AI și să-ți transformi ideile în oportunități profesionale sau antreprenoriale.



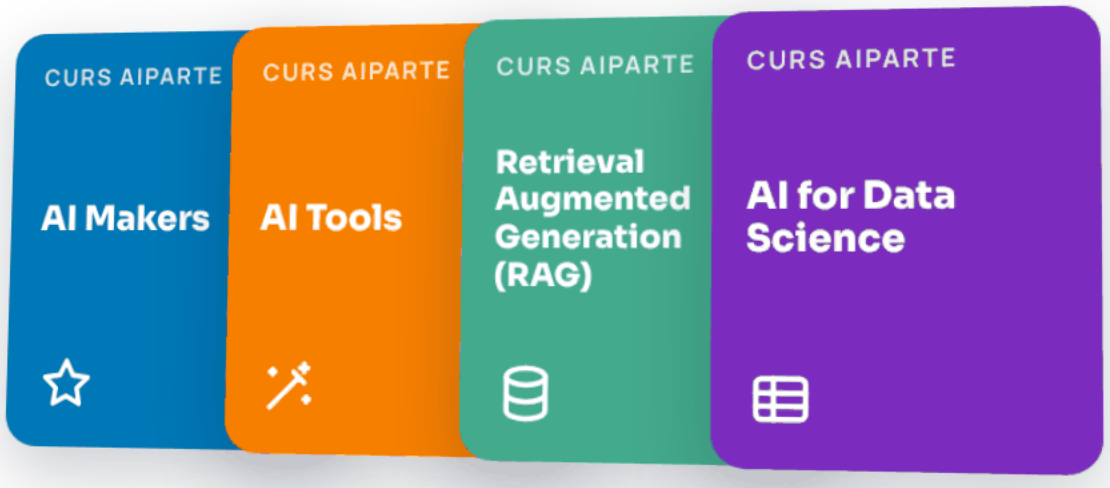
MASTERCLASS AIPARTE · BRAND POWER

AI for Brands

Înțelege-ți clienții.
Creează conținut care convinge.

Suntem AIParte. Te ajutăm să devii AI Maker.

Înveți să creezi cu AI și să-ți transformi ideile în oportunități profesionale sau antreprenoriale.



3.000+ cursanți

100+ ore de curs

4 cursuri de bază

MASTERCLASS AIPARTE · BRAND POWER

AI for Brands

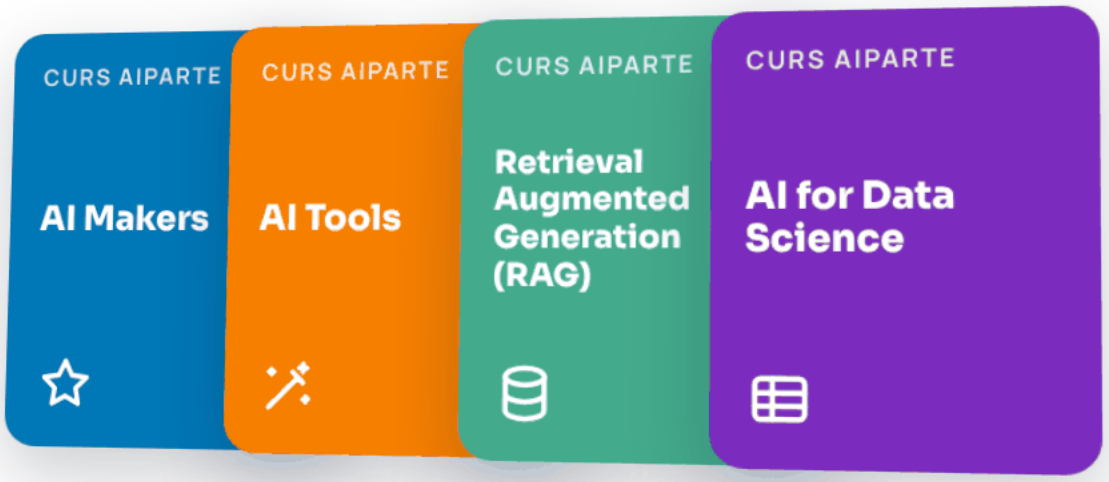
Înțelege-ți clienții.
Creează conținut care convinge.

Suntem AIParte. Te ajutăm să devii AI Maker.

Înveți să creezi cu AI și să-ți transformi ideile în oportunități profesionale sau antreprenoriale.

- Focus pe practică
- Exerciții follow along
- Ghidare în timp real
- Construiești aplicații concrete, funcționale, live

Mai puțin consum de AI. Mai multă creație cu AI.



3.000+	100+	4
cursanți	ore de curs	cursuri de bază

2

Viziunea noastră: 20.000 de MAKERI

Oameni care construiesc cu AI. Cu mâna lor.

20.000

2

Viziunea noastră: 20.000 de MAKERI

Oameni care construiesc cu AI. Cu mâna lor.

20.000

Makerii sunt oamenii care pun AI-ul la treabă.

1 punct = 100 de makeri

2

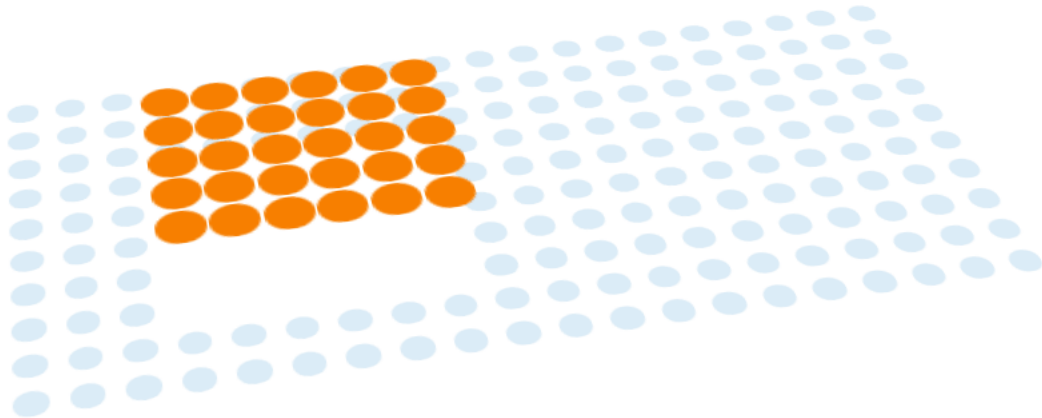
Viziunea noastră: 20.000 de MAKERI

Oameni care construiesc cu AI. Cu mâna lor.

20.000

Makerii sunt oamenii care pun AI-ul la treabă.

Suntem deja **peste 3.000 de cursanți** în doar 6 luni. Și suntem abia la început.



1 punct = 100 de makeri comunitatea AIParte

2

Viziunea noastră: 20.000 de MAKERI

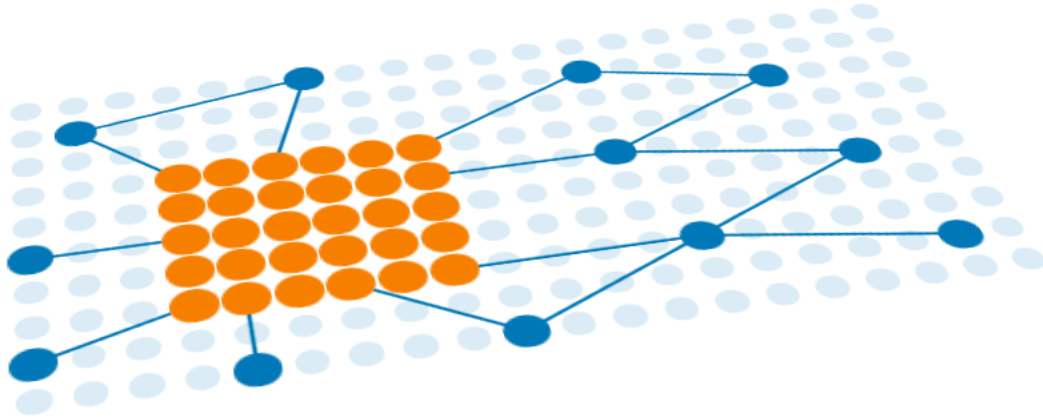
Oameni care construiesc cu AI. Cu mâna lor.

20.000

Makerii sunt oamenii care pun AI-ul la treabă.

Suntem deja **peste 3.000 de cursanți** în doar 6 luni. Și suntem abia la început.

Următorul pas? Construim prima rețea socială dedicată educației din România. Un loc în care oamenii învață, creează și cresc împreună.



1 punct = 100 de makeri comunitatea AIParte

2

Viziunea noastră: 20.000 de MAKERI

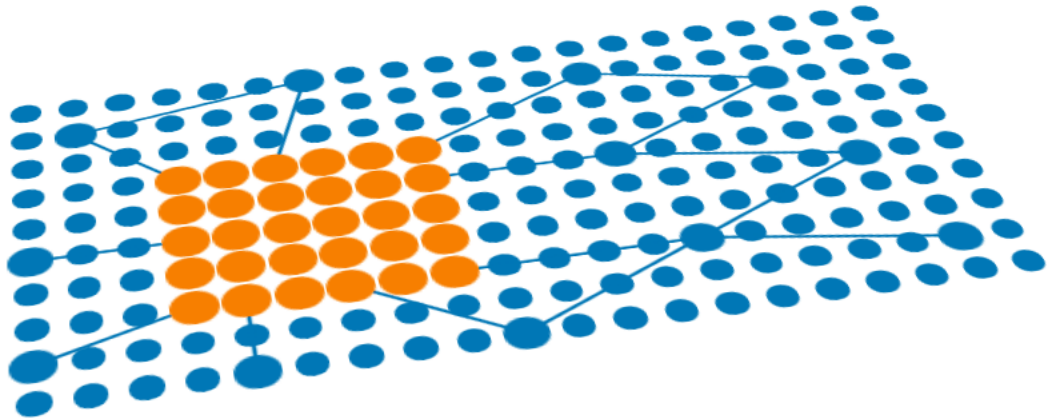
Oameni care construiesc cu AI. Cu mâna lor.

20.000

Makerii sunt oamenii care pun AI-ul la treabă.

Suntem deja **peste 3.000 de cursanți** în doar 6 luni. Și suntem abia la început.

Următorul pas? Construim prima rețea socială dedicată educației din România. Un loc în care oamenii învață, creează și cresc împreună.



1 punct = 100 de makeri comunitatea AIParte

→ 20.000 de Makeri. O comunitate. Un nou mod de a învăța și de a crea.

3

AI approach: patru pași către rezultate mai bune

AI-ul execută. Tu dai direcția.



3

AI approach: patru pași către rezultate mai bune

AI-ul execută. Tu dai direcția.



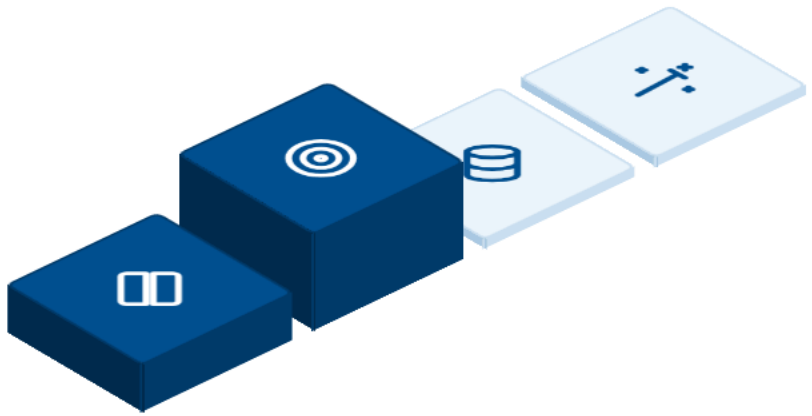
1 Teoria

Pasul 1: Înțelegi piața și publicul.

3

AI approach: patru pași către rezultate mai bune

AI-ul execută. Tu dai direcția.

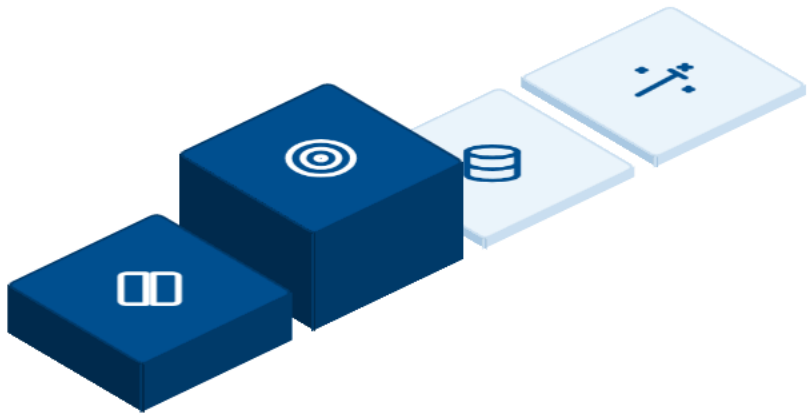


1 **Teoria**
Pasul 1: Înțelegi piața și publicul.

2 **Întrebarea clară**
Pasul 2: Formulezi ce vrei să obții.

3 AI approach: patru pași către rezultate mai bune

AI-ul execută. Tu dai direcția.



1 **Teoria**
Pasul 1: Înțelegi piața și publicul.

2 **Întrebarea clară**
Pasul 2: Formulezi ce vrei să obții.

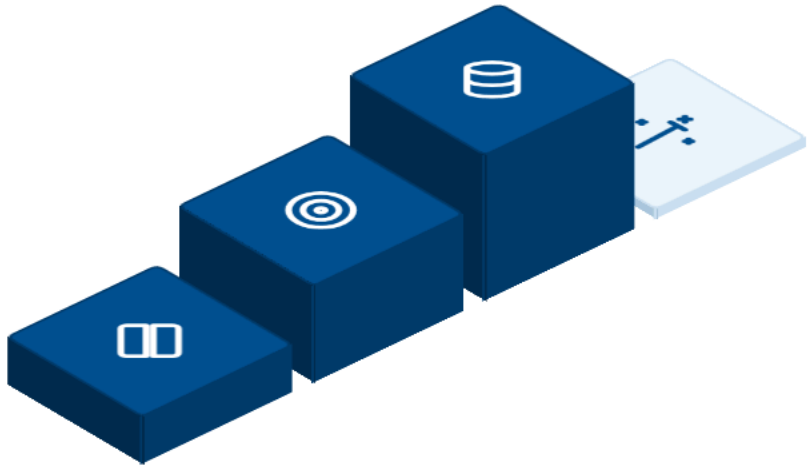
~~„Cum vindem mai mult?”~~

„Ce îi convinge pe cumpărătorii de telefoane accesibile să aleagă Galaxy A06?”

✓ pentru cine ✓ ce decizie ✓ ce argument

3 AI approach: patru pași către rezultate mai bune

AI-ul execută. Tu dai direcția.



~~„Cum vindem mai mult?”~~

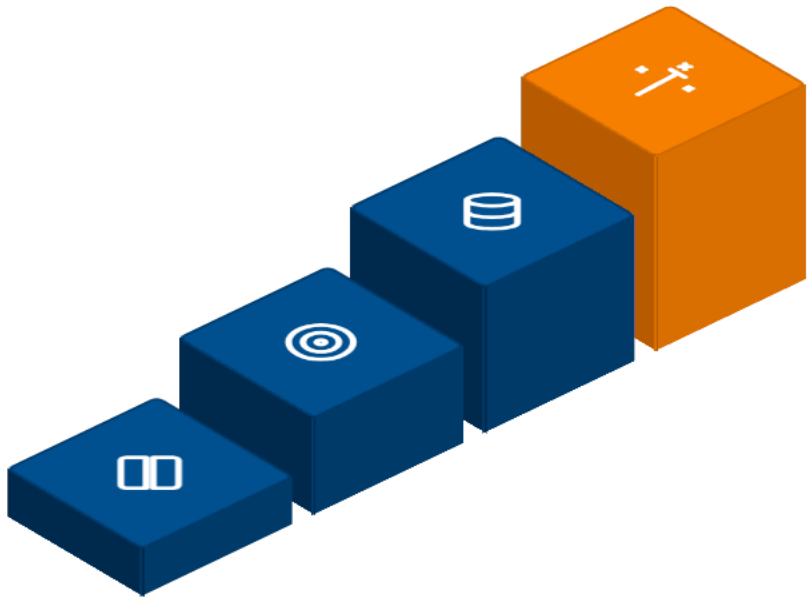
„Ce îi convinge pe cumpărătorii de telefoane accesibile să aleagă Galaxy A06?”

- ✓ pentru cine
- ✓ ce decizie
- ✓ ce argument

1. **Teoria**
   Pasul 1: Înțelegi piața și publicul.
2. **Întrebarea clară**
   Pasul 2: Formulezi ce vrei să obții.
3. **Datele tale**
   Pasul 3: Îi dai contextul de care are nevoie.

3 AI approach: patru pași către rezultate mai bune

AI-ul execută. Tu dai direcția.



~~„Cum vindem mai mult?”~~

„Ce îi convinge pe cumpărătorii de telefoane accesibile să aleagă Galaxy A06?”

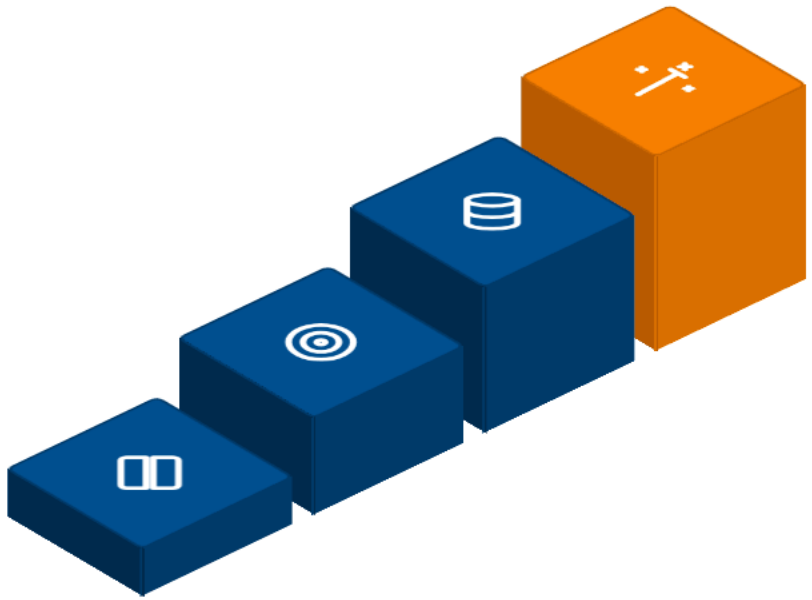
- ✓ pentru cine
- ✓ ce decizie
- ✓ ce argument

1. **Teoria**
   Pasul 1: Înțelegi piața și publicul.
2. **Întrebarea clară**
   Pasul 2: Formulezi ce vrei să obții.
3. **Datele tale**
   Pasul 3: Îi dai contextul de care are nevoie.
4. **Tehnica**
   Pasul 4: Înveți să formulezi prompturi eficiente.

3

AI approach: patru pași către rezultate mai bune

AI-ul execută. Tu dai direcția.



5 TERMENI AI PE CARE MERITĂ SĂ-I ȘTII

LLM	Prompt	Token	Context	Halucinație
Modelul AI care generează răspunsuri	Instrucțiunea pe care i-o dai	Bucățile de text pe care le procesează	Informațiile pe care le are la dispoziție	Un răspuns inventat, prezentat ca adevărat

1. **Teoria**
   Pasul 1: Înțelegi piața și publicul.
2. **Întrebarea clară**
   Pasul 2: Formulezi ce vrei să obții.
3. **Datele tale**
   Pasul 3: Îi dai contextul de care are nevoie.
4. **Tehnica**
   Pasul 4: Înveți să formulezi prompturi eficiente.

4

Teoria: patru lentile de marketing

Fără lentilă, AI-ul îți dă locuri comune. Cu lentilă, îți dă structură.



Jobs To Be Done

Pentru ce „angajează” clientul produsul tău?



Cele 4 forțe

Ce îl împinge să schimbe și ce îl ține pe loc?



Buyer Personas

Cine cumpără și ce contează în decizia lui?



Cele 5 niveluri

Cât știe clientul despre problema și soluția lui?

4

Teoria: patru lentile de marketing

Fără lentilă, AI-ul îți dă locuri comune. Cu lentilă, îți dă structură.

Jobs To Be Done

Înțelegi ce progres caută clientul și ce nevoie vrea să rezolve.

Ideea de bază: oamenii cumpără produse pentru progresul pe care îl caută.

Motivația cumpărării

Cele 4 forțe

Ce îl împinge să schimbe și ce îl ține pe loc?

Buyer Personas

Cine cumpără și ce contează în decizia lui?

Cele 5 niveluri

Cât știe clientul despre problema și soluția lui?

4

Teoria: patru lentile de marketing

Fără lentilă, AI-ul îți dă locuri comune. Cu lentilă, îți dă structură.

Jobs To Be Done

Înțelegi ce progres caută clientul și ce nevoie vrea să rezolve.

Ideea de bază: oamenii cumpără produse pentru progresul pe care îl caută.

Motivația cumpărării

Cele 4 forțe

Înțelegi ce îl atrage spre schimbare și ce îl ține pe loc.

De ce se schimbă omul.

Decizia de schimbare



Buyer Personas

Cine cumpără și ce contează în decizia lui?



Cele 5 niveluri

Cât știe clientul despre problema și soluția lui?

4

Teoria: patru lentile de marketing

Fără lentilă, AI-ul îți dă locuri comune. Cu lentilă, îți dă structură.

Jobs To Be Done

Înțelegi ce progres caută clientul și ce nevoie vrea să rezolve.

Ideea de bază: oamenii cumpără produse pentru progresul pe care îl caută.

Motivația cumpărării

Cele 4 forțe

Înțelegi ce îl atrage spre schimbare și ce îl ține pe loc.

De ce se schimbă omul.

Decizia de schimbare

Buyer Personas

Construiești profiluri de clienți pornind de la motivații, nevoi și comportamente.

Cele 5 inele ale Buyer Personas.

Profilul clientului

Cele 5 niveluri

Cât știe clientul despre problema și soluția lui?

4

Teoria: patru lentile de marketing

Fără lentilă, AI-ul îți dă locuri comune. Cu lentilă, îți dă structură.

Jobs To Be Done

Înțelegi ce progres caută clientul și ce nevoie vrea să rezolve.

Ideea de bază: oamenii cumpără produse pentru progresul pe care îl caută.

Motivația cumpărării

Cele 4 forțe

Înțelegi ce îl atrage spre schimbare și ce îl ține pe loc.

De ce se schimbă omul.

Decizia de schimbare

Buyer Personas

Construiești profiluri de clienți pornind de la motivații, nevoi și comportamente.

Cele 5 inele ale Buyer Personas.

Profilul clientului

Cele 5 niveluri

Înțelegi cât de conștient este clientul de problema lui, soluțiile posibile și produsul tău.

Nivelurile de conștientizare.

Strategia de conținut

5

Jobs To Be Done

Lentila 1 din 4 · oamenii cumpără progres, nu produse

> **„Nimeni nu vrea un burghiu. Vrea o gaură în perete.”**
>
> — O vorbă veche din marketing, popularizată de **Theodore Levitt**.

EXEMPLU

CE VINZI?



Un telefon sub 100 de euro

Sursa: Christensen, Hall, Dillon, Duncan, „Competing Against Luck” (2016) · rezumat în strategy+business

5 Jobs To Be Done

Lentila 1 din 4 · oamenii cumpără progres, nu produse

> **„Nimeni nu vrea un burghiu. Vrea o gaură în perete.”**
>
> — O vorbă veche din marketing, popularizată de **Theodore Levitt**.

Jobs To Be Done: oamenii „angajează” produse pentru a rezolva o nevoie din viața lor.

CE TREABĂ VREA CLIENTUL SĂ FACĂ?



„Vreau să pot comunica prin apeluri video.”

În recenzie: „comunicam excelent prin apeluri video”
Galaxy A06 · nr. 117

Sursa: Christensen, Hall, Dillon, Duncan, „Competing Against Luck” (2016) · rezumat în strategy+business

5

Jobs To Be Done

Lentila 1 din 4 · oamenii cumpără progres, nu produse

> **„Nimeni nu vrea un burghiu. Vrea o gaură în perete.”**
>
> — O vorbă veche din marketing, popularizată de **Theodore Levitt**.

Jobs To Be Done: oamenii „angajează” produse pentru a rezolva o nevoie din viața lor.

- Întreabă-te mai întâi: ce treabă vrea clientul să facă?
- Concurența vine de la toate soluțiile care rezolvă aceeași nevoie.

CE TREABĂ VREA CLIENTUL SĂ FACĂ?



„Vreau să pot comunica prin apeluri video.”

În recenzie: „comunicam excelent prin apeluri video”
Galaxy A06 · nr. 117

Sursa: Christensen, Hall, Dillon, Duncan, „Competing Against Luck” (2016) · rezumat în strategy+business

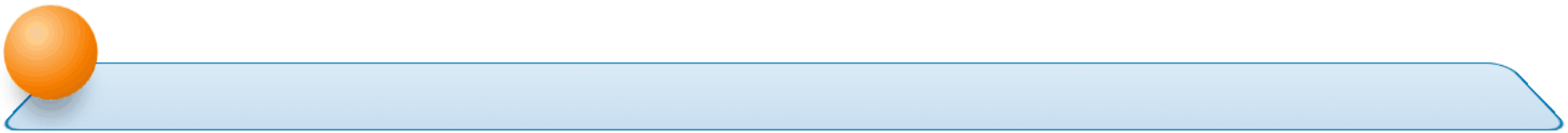
5

Cele 4 forțe

Lentila 2 din 4 · cele patru forțe care declanșează schimbarea



telefonul vechi





telefonul nou

Citatele sunt din recenzii reale, redate exact. · Sursa: Bob Moesta și Chris Spiek, „The Four Forces of Progress", jobstobedone.org

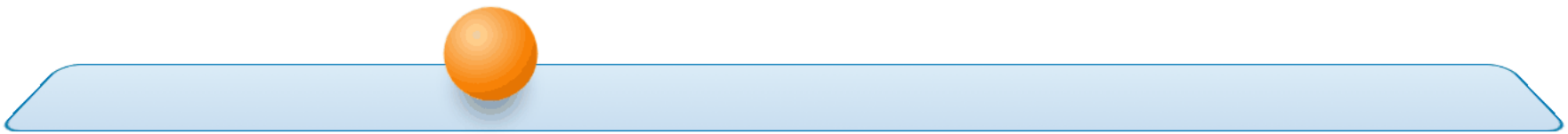
5

Cele 4 forțe

Lentila 2 din 4 · cele patru forțe care declanșează schimbarea



telefonul vechi





telefonul nou

Nemulțumirea ÎMPINGE

„nu îi mai megrea vechiul telefon”

Citatele sunt din recenzii reale, redate exact. · Sursa: Bob Moesta și Chris Spiek, „The Four Forces of Progress”, jobstobedone.org

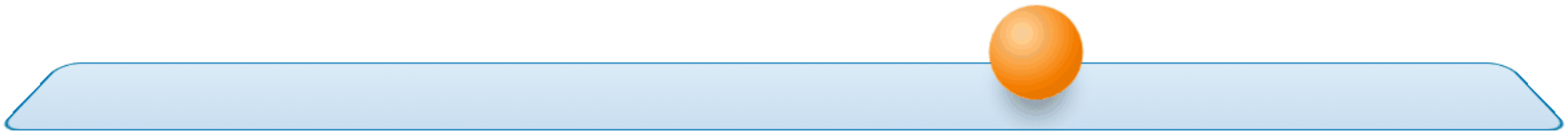
5

Cele 4 forțe

Lentila 2 din 4 · cele patru forțe care declanșează schimbarea



telefonul vechi





telefonul nou

Nemulțumirea ÎMPINGE

„nu îi mai megrea vechiul telefon”

Atracția ATRAGE

„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”

Citatele sunt din recenzii reale, redate exact. · Sursa: Bob Moesta și Chris Spiek, „The Four Forces of Progress”, jobstobedone.org

5

Cele 4 forțe

Lentila 2 din 4 · cele patru forțe care declanșează schimbarea



telefonul vechi





telefonul nou

Nemulțumirea ÎMPINGE

„nu îi mai megrea vechiul telefon”

Atracția ATRAGE

„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”

Anxietatea FRÂNEAZĂ

„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”

Citatele sunt din recenzii reale, redate exact. · Sursa: Bob Moesta și Chris Spiek, „The Four Forces of Progress”, jobstobedone.org

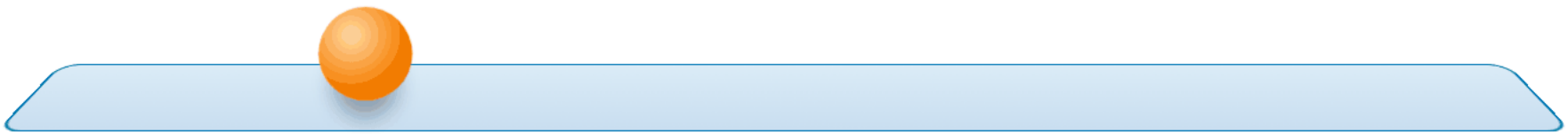
5

Cele 4 forțe

Lentila 2 din 4 · cele patru forțe care declanșează schimbarea



telefonul vechi





telefonul nou

Nemulțumirea ÎMPINGE

„nu îi mai megrea vechiul telefon”

Atracția ATRAGE

„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”

Anxietatea FRÂNEAZĂ

„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”

Obișnuința FRÂNEAZĂ

„Este al treilea Redmi pe care-l iau in 8 ani”

Citatele sunt din recenzii reale, redate exact. · Sursa: Bob Moesta și Chris Spiek, „The Four Forces of Progress”, jobstobedone.org

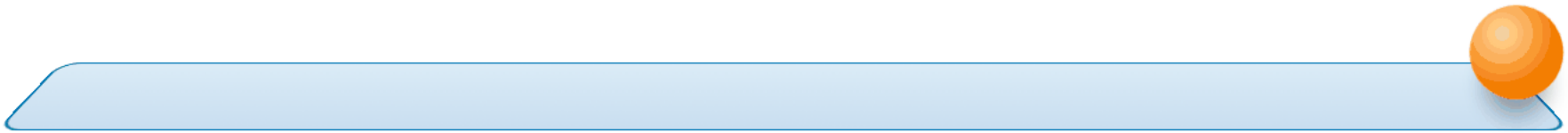
5

Cele 4 forțe

Lentila 2 din 4 · cele patru forțe care declanșează schimbarea



telefonul vechi





telefonul nou

Nemulțumirea ÎMPINGE

„nu îi mai megrea vechiul telefon”

Atracția ATRAGE

„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”

Anxietatea FRÂNEAZĂ

„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”

Obișnuința FRÂNEAZĂ

„Este al treilea Redmi pe care-l iau in 8 ani”

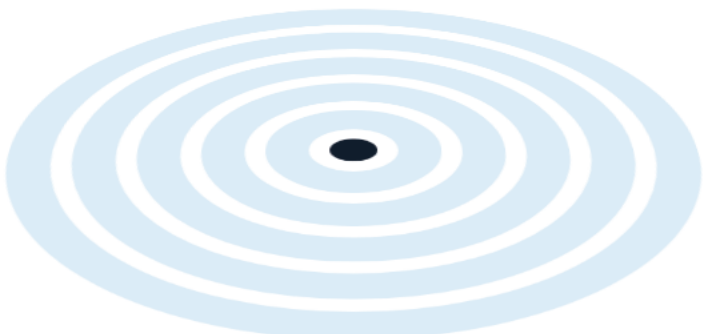
Ideea-cheie: Schimbarea apare când atracția și nemulțumirea înving anxietatea și obișnuința.

Citatele sunt din recenzii reale, redate exact. · Sursa: Bob Moesta și Chris Spiek, „The Four Forces of Progress”, jobstobedone.org

5

Buyer personas: cele 5 inele

Lentila 3 din 4 · înțelegi cum gândește și cum cumpără clientul



EXEMPLU PROFIL FICTIV

„Maria, 32 de ani, project manager. Iubește yoga și călătoriile."

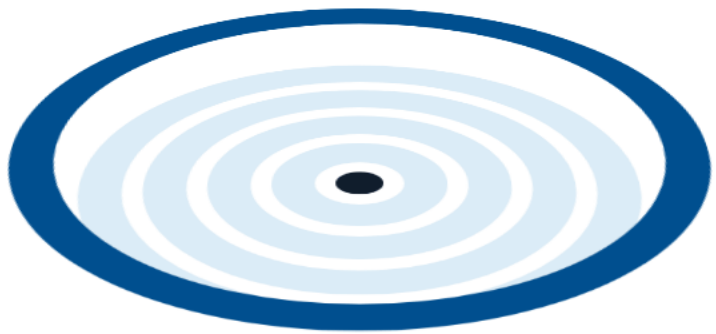
✕ nu explică nicio cumpărare

Sursa: Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „5 Rings of Buying Insight"

5

Buyer personas: cele 5 inele

Lentila 3 din 4 · înțelegi cum gândește și cum cumpără clientul



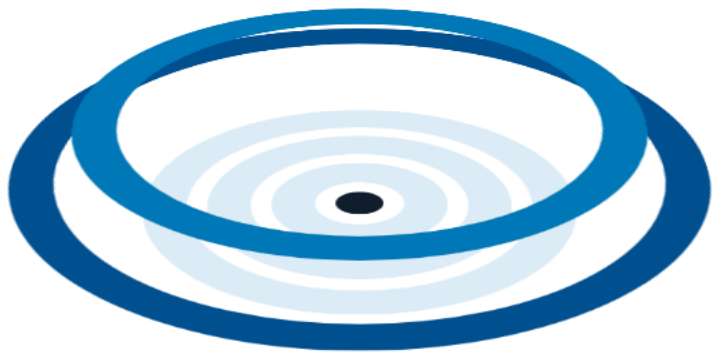
1 **Declanșatorul**
Ce l-a determinat să caute acum?

Sursa: Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „5 Rings of Buying Insight”

5

Buyer personas: cele 5 inele

Lentila 3 din 4 · înțelegi cum gândește și cum cumpără clientul



1 **Declanșatorul**
Ce l-a determinat să caute acum?

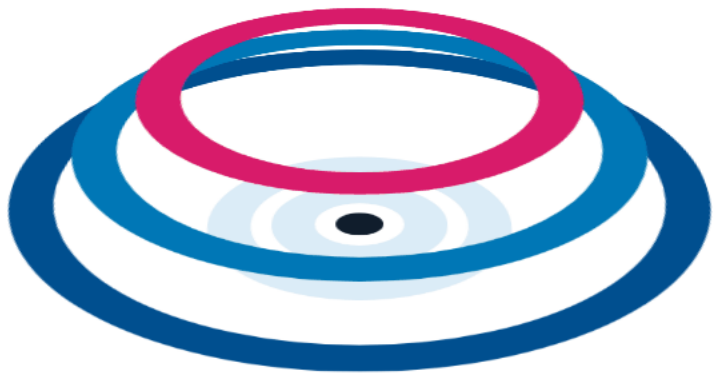
2 **Rezultatul așteptat**
Ce rezultat își dorește?

Sursa: Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „5 Rings of Buying Insight”

5

Buyer personas: cele 5 inele

Lentila 3 din 4 · înțelegi cum gândește și cum cumpără clientul



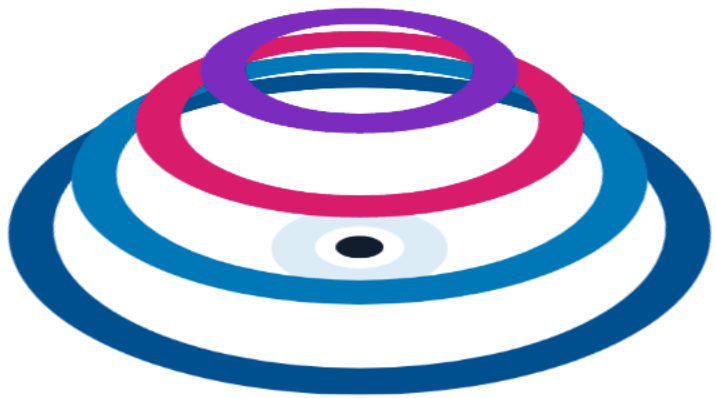
1. **Declanșatorul**
   Ce l-a determinat să caute acum?
2. **Rezultatul așteptat**
   Ce rezultat își dorește?
3. **Barierele**
   Ce îl împiedică să decidă?

Sursa: Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „5 Rings of Buying Insight”

5

Buyer personas: cele 5 inele

Lentila 3 din 4 · înțelegi cum gândește și cum cumpără clientul



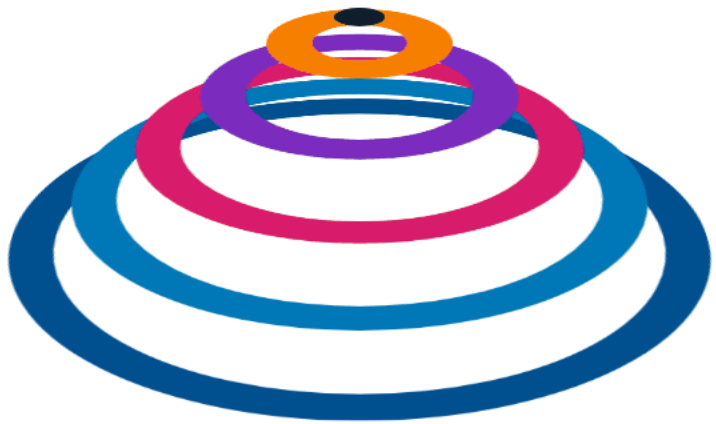
1. **Declanșatorul**
   Ce l-a determinat să caute acum?
2. **Rezultatul așteptat**
   Ce rezultat își dorește?
3. **Barierele**
   Ce îl împiedică să decidă?
4. **Criteriile de decizie**
   După ce criterii compară opțiunile?

Sursa: Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „5 Rings of Buying Insight"

5

Buyer personas: cele 5 inele

Lentila 3 din 4 · înțelegi cum gândește și cum cumpără clientul



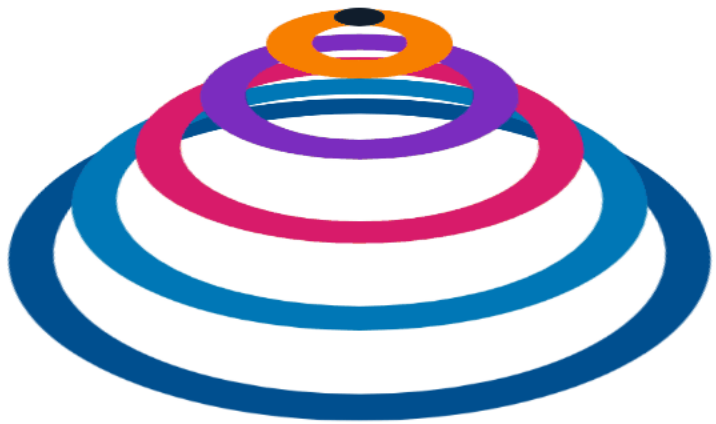
1. **Declanșatorul**
   Ce l-a determinat să caute acum?
2. **Rezultatul așteptat**
   Ce rezultat își dorește?
3. **Barierele**
   Ce îl împiedică să decidă?
4. **Criteriile de decizie**
   După ce criterii compară opțiunile?
5. **Traseul de decizie**
   Cum ajunge la decizia finală?

Sursa: Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „5 Rings of Buying Insight”

5

Buyer personas: cele 5 inele

Lentila 3 din 4 · înțelegi cum gândește și cum cumpără clientul



1. **Declanșatorul**
   Ce l-a determinat să caute acum?
2. **Rezultatul așteptat**
   Ce rezultat își dorește?
3. **Barierele**
   Ce îl împiedică să decidă?
4. **Criteriile de decizie**
   După ce criterii compară opțiunile?
5. **Traseul de decizie**
   Cum ajunge la decizia finală?

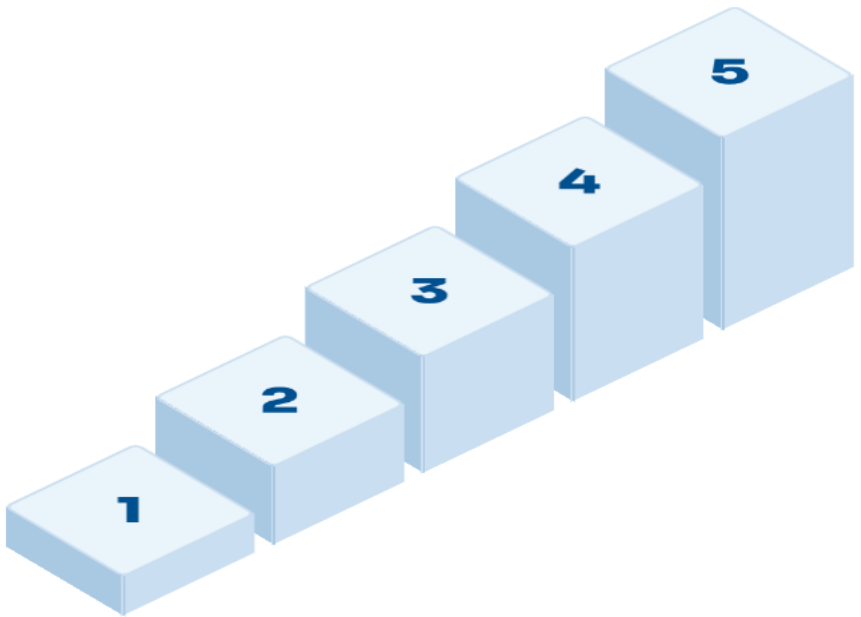
Oamenii de aceeași vârstă pot cumpăra din motive complet diferite.

Sursa: Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „5 Rings of Buying Insight”

5

Cele 5 niveluri de conștientizare

Lentila 4 din 4 · același telefon, cinci începuturi diferite



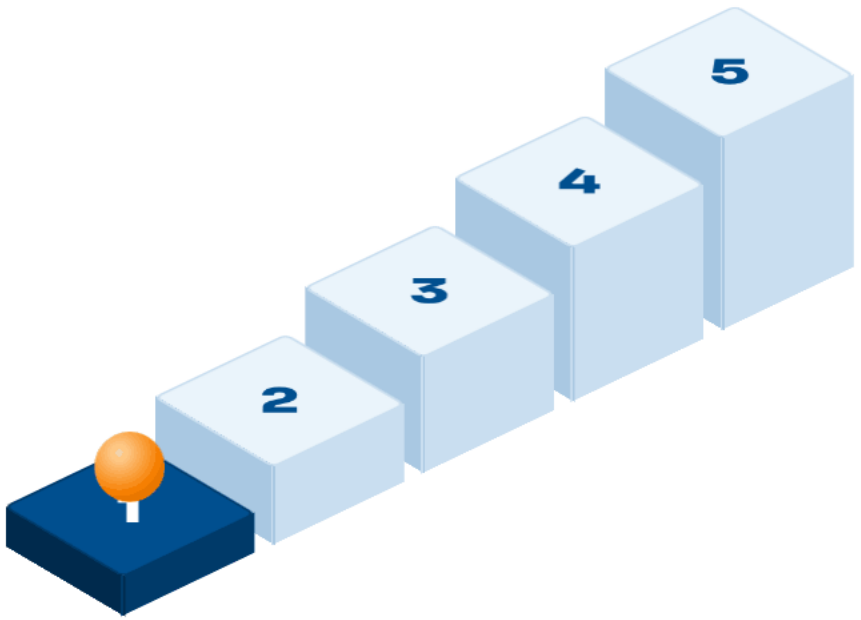
Cu cât știe mai puțin, cu atât pornești mai departe de produs.

Sursa: Eugene Schwartz, „Breakthrough Advertising" (1966) · cele cinci niveluri, pe scurt · deschiderile sunt exemplele noastre

5

Cele 5 niveluri de conștientizare

Lentila 4 din 4 · același telefon, cinci începuturi diferite



1 **Nu știe că are o problemă**
„Când ai văzut-o ultima oară pe mama, pe video?”

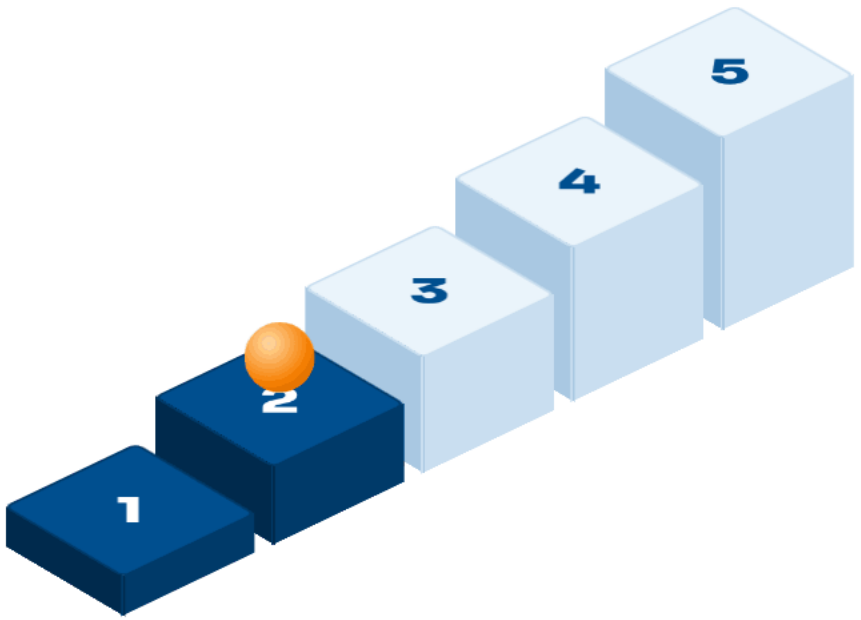
Cu cât știe mai puțin, cu atât pornești mai departe de produs.

Sursa: Eugene Schwartz, „Breakthrough Advertising” (1966) · cele cinci niveluri, pe scurt · deschiderile sunt exemplele noastre

5

Cele 5 niveluri de conștientizare

Lentila 4 din 4 · același telefon, cinci începuturi diferite



1. **Nu știe că are o problemă**
   „Când ai văzut-o ultima oară pe mama, pe video?”
2. **Știe problema**
   „Telefonul ei cu butoane nu are WhatsApp.”

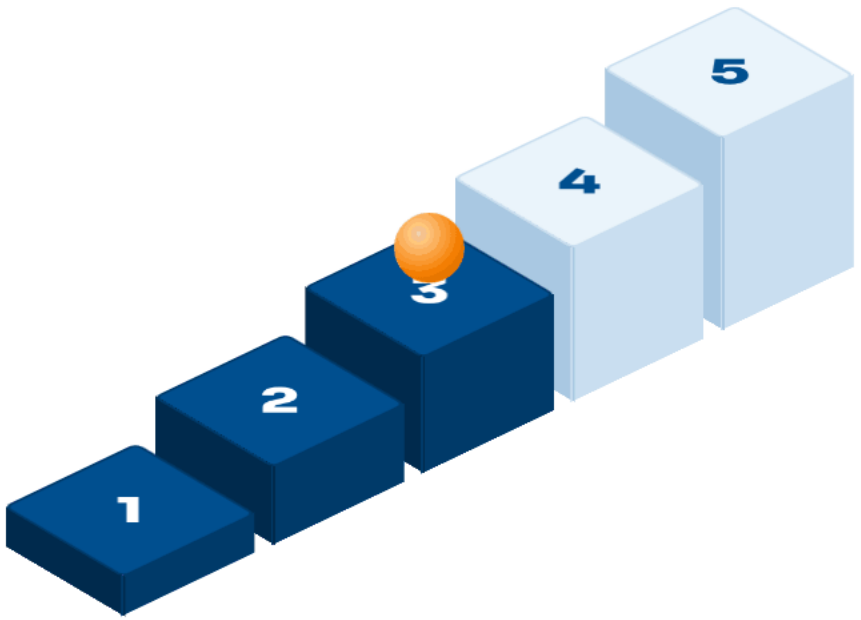
Cu cât știe mai puțin, cu atât pornești mai departe de produs.

Sursa: Eugene Schwartz, „Breakthrough Advertising” (1966) · cele cinci niveluri, pe scurt · deschiderile sunt exemplele noastre

5

Cele 5 niveluri de conștientizare

Lentila 4 din 4 · același telefon, cinci începuturi diferite



1. **Nu știe că are o problemă**
   „Când ai văzut-o ultima oară pe mama, pe video?”
2. **Știe problema**
   „Telefonul ei cu butoane nu are WhatsApp.”
3. **Știe soluțiile**
   „Un smartphone simplu, cu ecran mare.”

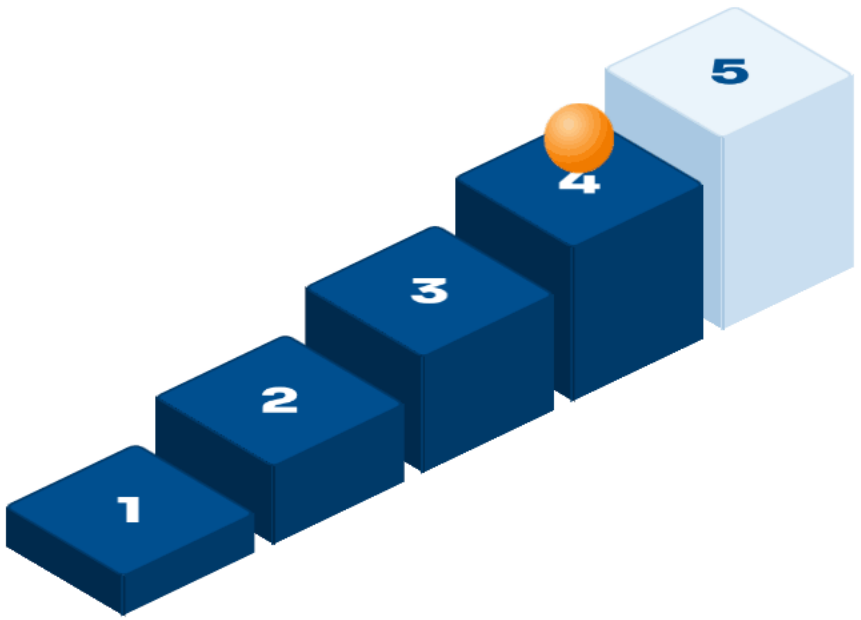
Cu cât știe mai puțin, cu atât pornești mai departe de produs.

Sursa: Eugene Schwartz, „Breakthrough Advertising” (1966) · cele cinci niveluri, pe scurt · deschiderile sunt exemplele noastre

5

Cele 5 niveluri de conștientizare

Lentila 4 din 4 · același telefon, cinci începuturi diferite



1. **Nu știe că are o problemă**
   „Când ai văzut-o ultima oară pe mama, pe video?”
2. **Știe problema**
   „Telefonul ei cu butoane nu are WhatsApp.”
3. **Știe soluțiile**
   „Un smartphone simplu, cu ecran mare.”
4. **Știe produsul**
   „Galaxy A06: ce are și ce îi lipsește.”

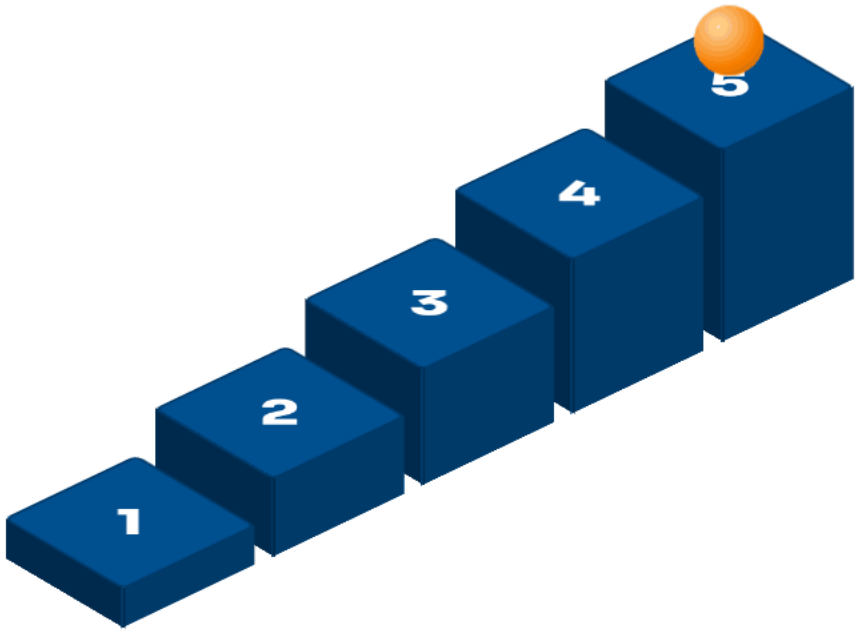
Cu cât știe mai puțin, cu atât pornești mai departe de produs.

Sursa: Eugene Schwartz, „Breakthrough Advertising” (1966) · cele cinci niveluri, pe scurt · deschiderile sunt exemplele noastre

5

Cele 5 niveluri de conștientizare

Lentila 4 din 4 · același telefon, cinci începuturi diferite



Cu cât știe mai puțin, cu atât pornești mai departe de produs.

1. **Nu știe că are o problemă**
   „Când ai văzut-o ultima oară pe mama, pe video?”
2. **Știe problema**
   „Telefonul ei cu butoane nu are WhatsApp.”
3. **Știe soluțiile**
   „Un smartphone simplu, cu ecran mare.”
4. **Știe produsul**
   „Galaxy A06: ce are și ce îi lipsește.”
5. **E gata să cumpere**
   „Oferta săptămânii.”

Sursa: Eugene Schwartz, „Breakthrough Advertising” (1966) · cele cinci niveluri, pe scurt · deschiderile sunt exemplele noastre

6

Datele tale bat orice prompt

AI-ul scrie frumos din orice. Scrie adevărat doar din ce îi dai.



6

Datele tale bat orice prompt

AI-ul scrie frumos din orice. Scrie adevărat doar din ce îi dai.

UNDE LE GĂSEȘTI

- Recenzii
- Comentarii
- Tichete de suport
- Sondaje
- Vânzări



6 Datele tale bat orice prompt

AI-ul scrie frumos din orice. Scrie adevărat doar din ce îi dai.

UNDE LE GĂSEȘTI

- Recenzii
- Comentarii
- Tichete de suport
- Sondaje
- Vânzări

CUM TE AJUTĂ AI-UL SĂ LE ADUNI

- Îți scrie scriptul care adună recenziile
- Scoate tabele din PDF și din poze
- Curăță și aliniază coloanele



6 Datele tale bat orice prompt

AI-ul scrie frumos din orice. Scrie adevărat doar din ce îi dai.

UNDE LE GĂSEȘTI

- Recenzii
- Comentarii
- Tichete de suport
- Sondaje
- Vânzări

CUM TE AJUTĂ AI-UL SĂ LE ADUNI

- Îți scrie scriptul care adună recenziile
- Scoate tabele din PDF și din poze
- Curăță și aliniază coloanele



AI-ul le citește pe toate. Tu verifici cel mai ușor un **CSV**.

6 Datele tale bat orice prompt

AI-ul scrie frumos din orice. Scrie adevărat doar din ce îi dai.

UNDE LE GĂSEȘTI

- Recenzii
- Comentarii
- Tichete de suport
- Sondaje
- Vânzări

CUM TE AJUTĂ AI-UL SĂ LE ADUNI

- Îți scrie scriptul care adună recenziile
- Scoate tabele din PDF și din poze
- Curăță și aliniază coloanele

803 recenzii eMAG, în 2 fișiere CSV

196 · Galaxy A06

607 · șase concurenți

Data	Stele	Recenzie
2025-06-25	4	„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”
2025-03-08	3	„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”
2026-01-06	5	„L-am cumpărat pentru tata și este decent”

6 Datele tale bat orice prompt

AI-ul scrie frumos din orice. Scrie adevărat doar din ce îi dai.

UNDE LE GĂSEȘTI

- Recenzii
- Comentarii
- Tichete de suport
- Sondaje
- Vânzări

CUM TE AJUTĂ AI-UL SĂ LE ADUNI

- ✓ Îți scrie scriptul care adună recenziile
- ✓ Scoate tabele din PDF și din poze
- ✓ Curăță și aliniază coloanele

TREI REGULI DE BUN-SIMȚ

- ✓ respectă termenii site-ului
- ✓ fără nume de persoane
- ✓ păstrează sursa fiecărui rând

803 recenzii eMAG, în 2 fișiere CSV

196 · Galaxy A06 607 · șase concurenți

Data	Stele	Recenzie
2025-06-25	4	„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”
2025-03-08	3	„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”
2026-01-06	5	„L-am cumpărat pentru tata și este decent”

7

Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina> Scrie un text de vânzare pentru Samsung Galaxy A06.

DE UNDE PORNIM

Poți vinde Galaxy A06 cu un singur prompt?

Promptul de start are **9 cuvinte**. Cele reușite au, în medie, **21**.

Google, „Prompting guide 101”

CE NU ȘTIE ÎNCĂ AI-UL

- Cui îi vindem?
- Ce beneficii contează?
- Cum evităm informațiile false?
- Cum obținem un text utilizabil?

La fiecare click îmbunătățim aceeași cerere.

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina> Scrie un text de vânzare pentru Samsung Galaxy A06.

<rol> Ești consultant de vânzări pentru smartphone-uri. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.

1-4 · Ce vrei | 5-6 · Cum lucrează | 7-9 · Ce livrează

Dă-i AI-ului o meserie

Tehnica 1 din 9 · Role prompting

Un specialist în vânzări vorbește altfel decât un asistent generalist.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

FĂRĂ ROL

„Galaxy A06 este un smartphone Samsung."

CU ROL

„Hai să vedem dacă Galaxy A06 se potrivește nevoilor și bugetului tău."

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse".

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina> Scrie un text de vânzare pentru **Samsung Galaxy A06**.

<rol> Ești **consultant de vânzări pentru smartphone-uri**. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.

<context> Produs: **Galaxy A06**. Public: **cine caută un telefon accesibil**. Obiectiv: **text pentru pagina de produs**.

1-4 · Ce vrei | 5-6 · Cum lucrează | 7-9 · Ce livrează

Spune-i cui vinzi și ce urmărești

Tehnica 2 din 9 · Context

Același telefon se prezintă diferit, după cumpărător și obiectiv.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

Ce vinzi? | Cui vinzi? | Ce vrei să obții?

FĂRĂ CONTEXT

„Galaxy A06 are multe funcții utile.”

CU CONTEXT

„Cauți un telefon accesibil pentru fiecare zi? Ai ecran de 6,7 inchi și baterie de 5.000 mAh.”

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina> Scrie un text de vânzare pentru **Samsung Galaxy A06**.

<rol> Ești **consultant de vânzări pentru smartphone-uri**. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.

<context> Produs: **Galaxy A06**. Public: **cine caută un telefon accesibil**. Obiectiv: **text pentru pagina de produs**.

<date> Lucrează doar cu: **fișa verificată a produsului**.

1-4 · Ce vrei | 5-6 · Cum lucrează | 7-9 · Ce livrează

Separă cerința de date

Tehnica 3 din 9 · Delimitatori

Cerința e rețeta. Datele sunt ingredientele. AI-ul trebuie să le deosebească.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

Cerința · rețeta

Scrie trei beneficii, doar din datele primite.

<date> · ingredientele

Baterie de 5.000 mAh · Ecran de 6,7 inchi · Cameră de 50 MP

</date>

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru Samsung Galaxy A06.
<rol>	Ești consultant de vânzări pentru smartphone-uri. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: Galaxy A06. Public: cine caută un telefon accesibil. Obiectiv: text pentru pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: fișa verificată a produsului.
<lentila>	Citește datele prin caracteristică → avantaj → beneficiu.

1-4 · Ce vrei | 5-6 · Cum lucrează | 7-9 · Ce livrează

Dă-i o perspectivă de analiză

Tehnica 4 din 9 · Lentila

AI-ul are nevoie de criteriile tale de marketing.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

Ce are?	CARACTERISTICĂ	Baterie de 5.000 mAh
Ce permite?	AVANTAJ	Mai mult timp între două încărcări
De ce contează?	BENEFICIU	Nu cauți priza în mijlocul zilei

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru **Samsung Galaxy A06**.
<rol>	Ești **consultant de vânzări pentru smartphone-uri**. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: **Galaxy A06**. Public: **cine caută un telefon accesibil**. Obiectiv: **text pentru pagina de produs**.
<date>	Lucrează doar cu: **fișa verificată a produsului**.
<lentila>	Citește datele prin **caracteristică → avantaj → beneficiu**.
<etape>	**Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.**

1–4 · Ce vrei | **5–6 · Cum lucrează** | 7–9 · Ce livrează

Împarte sarcina în pași

Tehnica 5 din 9 · Lucrul pe etape (Chain-of-Thought)

Cere întâi analiza, apoi textul. Fiecare etapă lasă ceva de verificat.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

1	**Extrage**	5.000 mAh · 6,7 inchi · 50 MP
2	**Traduce**	mai mult timp fără priză
3	**Redactează**	„Pleci de acasă fără încărcător.”

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru **Samsung Galaxy A06**.
<rol>	Ești **consultant de vânzări pentru smartphone-uri**. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: **Galaxy A06**. Public: **cine caută un telefon accesibil**. Obiectiv: **text pentru pagina de produs**.
<date>	Lucrează doar cu: **fișa verificată a produsului**.
<lentila>	Citește datele prin **caracteristică → avantaj → beneficiu**.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.
<exemplu>	Un rând bun: **„Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”**

1–4 · Ce vrei | **5–6 · Cum lucrează** | 7–9 · Ce livrează

Arată-i cum vrei să sune

Tehnica 6 din 9 · Few-shot

Din două exemple, AI-ul prinde tiparul și îl aplică pe al treilea.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

EXEMPLUL 1

„Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”

EXEMPLUL 2

„Rezistență la apă, conform certificării” → „Mai multă protecție în situațiile de zi cu zi.”

ACUM

„Baterie de 5.000 mAh” → ?

Exemplele de stil nu descriu dotările Galaxy A06.

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru **Samsung Galaxy A06**.
<rol>	Ești **consultant de vânzări pentru smartphone-uri**. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: **Galaxy A06**. Public: **cine caută un telefon accesibil**. Obiectiv: **text pentru pagina de produs**.
<date>	Lucrează doar cu: **fișa verificată a produsului**.
<lentila>	Citește datele prin **caracteristică → avantaj → beneficiu**.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.
<exemplu>	Un rând bun: **„Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”**
<reguli>	Nu inventa prețuri, funcții sau specificații. Dacă lipsește din fișă, scrie „informație neconfirmată”.

1–4 · Ce vrei | 5–6 · Cum lucrează | 7–9 · Ce livrează

Spune-i ce nu are voie să inventeze

Tehnica 7 din 9 · Constrângeri

Un text de vânzare bun trebuie să fie și corect.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

DE EVITAT
„Cea mai bună cameră din categoria sa.”

CORECT
„Cameră principală de 50 MP.”

LIPSEȘTE DIN FIȘĂ
„Rezistență la apă: informație neconfirmată.”

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru **Samsung Galaxy A06**.
<rol>	Ești **consultant de vânzări pentru smartphone-uri**. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: **Galaxy A06**. Public: **cine caută un telefon accesibil**. Obiectiv: **text pentru pagina de produs**.
<date>	Lucrează doar cu: **fișa verificată a produsului**.
<lentila>	Citește datele prin **caracteristică → avantaj → beneficiu**.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.
<exemplu>	Un rând bun: **„Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”**
<reguli>	Nu inventa prețuri, funcții sau specificații. Dacă lipsește din fișă, scrie „informație neconfirmată”.
<format>	Răspunde ca **tabel: caracteristică, beneficiu, mesaj, sursă**, cel mult **3 rânduri**.

1–4 · Ce vrei | 5–6 · Cum lucrează | **7–9 · Ce livrează**

Arată-i cum să livreze

Tehnica 8 din 9 · Format explicit

Un răspuns bun trebuie să fie și ușor de folosit.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

CARACTERISTICĂ	BENEFICIU	MESAJ	SURSĂ
Baterie de 5.000 mAh	Mai mult timp fără priză	„Pleci de acasă fără încărcător.”	fișa Samsung
Ecran de 6,7 inchi	Vezi mai mult deodată	„Apeluri video pe ecran mare.”	fișa Samsung

Fără format primești un paragraf. Cu format, un tabel pe care îl folosești direct.

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru **Samsung Galaxy A06**.
<rol>	Ești **consultant de vânzări pentru smartphone-uri**. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: **Galaxy A06**. Public: **cine caută un telefon accesibil**. Obiectiv: **text pentru pagina de produs**.
<date>	Lucrează doar cu: **fișa verificată a produsului**.
<lentila>	Citește datele prin **caracteristică → avantaj → beneficiu**.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.
<exemplu>	Un rând bun: **„Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”**
<reguli>	Nu inventa prețuri, funcții sau specificații. Dacă lipsește din fișă, scrie „informație neconfirmată”.
<format>	Răspunde ca **tabel: caracteristică, beneficiu, mesaj, sursă**, cel mult **3 rânduri**.
<verificare>	La final, recitește. Taie promisiunile fără sursă și corectează.

1–4 · Ce vrei | 5–6 · Cum lucrează | **7–9 · Ce livrează**

Pune-l să-și verifice răspunsul

Tehnica 9 din 9 · Self-critique

Prima versiune e o ciornă.

CE SE SCHIMBĂ ÎN RĂSPUNS

CIORNĂ

~~„Cea mai bună baterie de pe piață.”~~

VERIFICARE

Promisiune fără sursă.

VERSIUNE CORECTATĂ

„Baterie de 5.000 mAh, conform fișei produsului.”

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru Samsung Galaxy A06.
<rol>	Ești consultant de vânzări pentru smartphone-uri. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: Galaxy A06. Public: cine caută un telefon accesibil. Obiectiv: text pentru pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: fișa verificată a produsului.
<lentila>	Citește datele prin caracteristică → avantaj → beneficiu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.
<exemplu>	Un rând bun: „Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”
<reguli>	Nu inventa prețuri, funcții sau specificații. Dacă lipsește din fișă, scrie „informație neconfirmată”.
<format>	Răspunde ca tabel: caracteristică, beneficiu, mesaj, sursă, cel mult 3 rânduri.
<verificare>	La final, recitește. Taie promisiunile fără sursă și corectează.

PROMPTUL COMPLET

Îl copiezi și îl adaptezi

o sarcină și 9 secțiuni, în aceeași ordine, în toate cele 3 prompturi

1–4	AI-ul înțelege ce vrei: rol, context, date, lentilă
5–6	AI-ul știe cum să lucreze: etape, exemplu
7–9	Primești ceva utilizabil: reguli, format, verificare

rămân: etape · reguli · verificare

se schimbă: sarcină · rol · context · date · lentilă · exemplu · format

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7 Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru Samsung Galaxy A06.	se schimbă
<rol>	Ești consultant de vânzări pentru smartphone-uri. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.	se schimbă
<context>	Produs: Galaxy A06. Public: cine caută un telefon accesibil. Obiectiv: text pentru pagina de produs.	se schimbă
<date>	Lucrează doar cu: fișa verificată a produsului.	se schimbă
<lentila>	Citește datele prin caracteristică → avantaj → beneficiu.	se schimbă
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.	rămâne
<exemplu>	Un rând bun: „Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”	se schimbă
<reguli>	Nu inventa prețuri, funcții sau specificații. Dacă lipsește din fișă, scrie „informație neconfirmată”.	rămâne
<format>	Răspunde ca tabel: caracteristică, beneficiu, mesaj, sursă, cel mult 3 rânduri.	se schimbă
<verificare>	La final, recitește. Taie promisiunile fără sursă și corectează.	rămâne

TEHNICA DE LEGĂTURĂ

Prompt chaining

trei prompturi scurte, legate

Rezultatul unuia devine ‹date› pentru următorul.

1 Cercetare → 2 Segmente → 3 Conținut

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

7

Cum construiești un prompt bun

Aceeași cerere, îmbunătățită la fiecare click.

Ce îi spui AI-ului

rămâne · se schimbă · așa = ce înlocuiești

<sarcina>	Scrie un text de vânzare pentru Samsung Galaxy A06.
<rol>	Ești consultant de vânzări pentru smartphone-uri. Explici pe înțelesul cumpărătorilor.
<context>	Produs: Galaxy A06. Public: cine caută un telefon accesibil. Obiectiv: text pentru pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: fișa verificată a produsului.
<lentila>	Citește datele prin caracteristică → avantaj → beneficiu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage caracteristicile 2. transformă-le în beneficii 3. scrie mesajul.
<exemplu>	Un rând bun: „Încărcare rapidă” → „Petreci mai puțin timp lângă priză.”
<reguli>	Nu inventa prețuri, funcții sau specificații. Dacă lipsește din fișă, scrie „informație neconfirmată”.
<format>	Răspunde ca tabel: caracteristică, beneficiu, mesaj, sursă, cel mult 3 rânduri.
<verificare>	La final, recitește. Taie promisiunile fără sursă și corectează.

ÎNCĂ DOUĂ, PENTRU ZILE GRELE

Tree of Thoughts

ceri 3 variante, le evaluezi, alegi una

unghi 1 · unghi 2 · unghi 3

Meta-prompting

„Pune-mi 3 întrebări înainte să scrii.”

Răspunsurile din dreapta sunt exemple; modelul poate formula altfel. · Caracteristicile Galaxy A06: fișa oficială Samsung. · Tehnicile: butonul „Surse”.

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Prompt 1 · cercetare de piață

încadrat = schimbat față de model

<sarcina>	Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: ce mesaj punem pe pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: recenzii_a06.csv (196) și recenzii_concurenti.csv (607).
<lentila>	Analizează recenziile prin cele 4 forțe: nemulțumire, atracție, anxietate și obișnuință.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage citatele 2. pune-le pe forțe 3. numără 4. trage concluzia.
<exemplu>	Un rând bun: Anxietate | „nu are NFC” | A06 nr. 138 | fapt
<reguli>	Susține fiecare observație cu un citat exact și sursa lui. Marchează separat faptele, interpretările și ipotezele. Dacă nu găsești, scrie „nu am găsit”.
<format>	Răspunde ca tabel: forță, citat, sursă, etichetă. La final, 3 întrebări fără răspuns.
<verificare>	La final, recitește. Șterge orice rând fără citat.

ACELAȘI ȘABLON

Completezi doar ce se schimbă

Sarcina, rolul, contextul, datele, lentila, exemplul și formatul.

etape · reguli · verificare

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Prompt 1 · cercetare de piață

încadrat = schimbat față de model

<sarcina>	Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: ce mesaj punem pe pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: recenzii_a06.csv (196) și recenzii_concurenti.csv (607).
<lentila>	Analizează recenziile prin cele 4 forțe: nemulțumire, atracție, anxietate și obișnuință.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage citatele 2. pune-le pe forțe 3. numără 4. trage concluzia.
<exemplu>	Un rând bun: Anxietate | „nu are NFC” | A06 nr. 138 | fapt
<reguli>	Susține fiecare observație cu un citat exact și sursa lui. Marchează separat faptele, interpretările și ipotezele. Dacă nu găsești, scrie „nu am găsit”.
<format>	Răspunde ca tabel: forță, citat, sursă, etichetă. La final, 3 întrebări fără răspuns.
<verificare>	La final, recitește. Șterge orice rând fără citat.

CE PUNEM ÎN <DATE>

803 recenzii reale

Două fișiere CSV. AI-ul lucrează **doar** cu ele.

CSV · 196 Galaxy A06

CSV · 607 concurenți

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Prompt 1 · cercetare de piață

încadrat = schimbat față de model

<sarcina>	Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: ce mesaj punem pe pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: recenzii_a06.csv (196) și recenzii_concurenti.csv (607).
<lentila>	Analizează recenziile prin cele 4 forțe: nemulțumire, atracție, anxietate și obișnuință.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage citatele 2. pune-le pe forțe 3. numără 4. trage concluzia.
<exemplu>	Un rând bun: Anxietate | „nu are NFC” | A06 nr. 138 | fapt
<reguli>	Susține fiecare observație cu un citat exact și sursa lui. Marchează separat faptele, interpretările și ipotezele. Dacă nu găsești, scrie „nu am găsit”.
<format>	Răspunde ca tabel: forță, citat, sursă, etichetă. La final, 3 întrebări fără răspuns.
<verificare>	La final, recitește. Șterge orice rând fără citat.

CUM ANALIZĂM RECENZIILE?

Cele 4 forțe

Căutăm în recenzii indicii despre fiecare forță.

nemulțumire · atracție · anxietate · obișnuință

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Prompt 1 · cercetare de piață

încadrat = schimbat față de model

<sarcina>	Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: ce mesaj punem pe pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: recenzii_a06.csv (196) și recenzii_concurenti.csv (607).
<lentila>	Analizează recenziile prin cele 4 forțe: nemulțumire, atracție, anxietate și obișnuință.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage citatele 2. pune-le pe forțe 3. numără 4. trage concluzia.
<exemplu>	Un rând bun: Anxietate | „nu are NFC” | A06 nr. 138 | fapt
<reguli>	**Susține fiecare observație cu un citat exact și sursa lui. Marchează separat faptele, interpretările și ipotezele. Dacă nu găsești, scrie „nu am găsit”.**
<format>	Răspunde ca tabel: forță, citat, sursă, etichetă. La final, 3 întrebări fără răspuns.
<verificare>	La final, recitește. Șterge orice rând fără citat.

DE CE CONTEAZĂ <REGULI>

Citat, sursă, etichetă

Și voie să spună „nu am găsit”. Așa prinzi invențiile.

OBSERVAȚIA AI-ULUI
Unii cumpărători consideră că telefonul funcționează lent.

CITAT DIN RECENZIE
„se mișcă foarte greu”

SURSA
Recenzia nr. 73 din fișierul Galaxy A06.

fapt | interpretare | ipoteză

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Prompt 1 · cercetare de piață

încadrat = schimbat față de model

<sarcina>	Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: ce mesaj punem pe pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: recenzii_a06.csv (196) și recenzii_concurenti.csv (607).
<lentila>	Analizează recenziile prin cele 4 forțe: nemulțumire, atracție, anxietate și obișnuință.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage citatele 2. pune-le pe forțe 3. numără 4. trage concluzia.
<exemplu>	Un rând bun: Anxietate | „nu are NFC” | A06 nr. 138 | fapt
<reguli>	Susține fiecare observație cu un citat exact și sursa lui. Marchează separat faptele, interpretările și ipotezele. Dacă nu găsești, scrie „nu am găsit”.
<format>	Răspunde ca tabel: forță, citat, sursă, etichetă. La final, 3 întrebări fără răspuns.
<verificare>	La final, recitește. Șterge orice rând fără citat.

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 1 din 3

Lipești promptul și rulezi

Asistent AI · conversație nouă

- Lipești promptul din stânga
- Atașezi cele două fișiere CSV
- Rulezi

<sarcina> Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol> Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
… încă 8 secțiuni

CSV recenzii_a06.csv CSV recenzii_concurenti.csv

Ctrl V

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Prompt 1 · cercetare de piață

încadrat = schimbat față de model

<sarcina>	Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: ce mesaj punem pe pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: recenzii_a06.csv (196) și recenzii_concurenti.csv (607).
<lentila>	Analizează recenziile prin cele 4 forțe: nemulțumire, atracție, anxietate și obișnuință.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage citatele 2. pune-le pe forțe 3. numără 4. trage concluzia.
<exemplu>	Un rând bun: Anxietate | „nu are NFC” | A06 nr. 138 | fapt
<reguli>	Susține fiecare observație cu un citat exact și sursa lui. Marchează separat faptele, interpretările și ipotezele. Dacă nu găsești, scrie „nu am găsit”.
<format>	Răspunde ca tabel: forță, citat, sursă, etichetă. La final, 3 întrebări fără răspuns.
<verificare>	La final, recitește. Șterge orice rând fără citat.

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 2 din 3

Modelul scrie, tu verifici

Asistent AI — gata

Promptul 1 CSV 2 fișiere

FORȚĂ	CITAT	SURSĂ	ETICHETĂ
Nemulțumire	„nu îi mai megrea vechiul telefon"	moto g05	fapt
Atracție	„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba."	A06 nr. 95	fapt
Anxietate	„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC"	A06 nr. 138	fapt
Obișnuință	„Este al treilea Redmi pe care-l iau in 8 ani"	Redmi 13C	fapt

✓ Fiecare rând are citat ✓ Fiecare rând are sursă

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Prompt 1 · cercetare de piață

încadrat = schimbat față de model

<sarcina>	Identifică în recenzii ce îi atrage pe cumpărători și ce îi face să ezite.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: ce mesaj punem pe pagina de produs.
<date>	Lucrează doar cu: recenzii_a06.csv (196) și recenzii_concurenti.csv (607).
<lentila>	Analizează recenziile prin cele 4 forțe: nemulțumire, atracție, anxietate și obișnuință.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. extrage citatele 2. pune-le pe forțe 3. numără 4. trage concluzia.
<exemplu>	Un rând bun: Anxietate | „nu are NFC” | A06 nr. 138 | fapt
<reguli>	Susține fiecare observație cu un citat exact și sursa lui. Marchează separat faptele, interpretările și ipotezele. Dacă nu găsești, scrie „nu am găsit”.
<format>	Răspunde ca tabel: forță, citat, sursă, etichetă. La final, 3 întrebări fără răspuns.
<verificare>	La final, recitește. Șterge orice rând fără citat.

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 3 din 3

Cauți citatul în CSV

recenzii_a06.csv Ctrl F

Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC 1 din 1

NR	STELE	RECENZIE
136	5	La prețul acesta este cât de cât bun
137	5	Am cumpărat telefonul pt băiatul meu de 10 ani, este foarte mulțumit...
138	3	Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC, dar se pare ca se poate
139	5	Foarte bun! Se merita!!
140	5	Foarte multumita

✓ Găsit literă cu literă: recenzia nr. 138

8

Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Ce spun cumpărătorii? DIN RECENZII REALE

Nemulțumire	„nu îi mai megrea vechiul telefon”	moto g05
Atracție	„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”	A06 nr. 95
Anxietate	„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”	A06 nr. 138
Obișnuință	„Este al treilea Redmi pe care-l iau in 8 ani”	Redmi 13C

8

Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Ce spun cumpărătorii? DIN RECENZII REALE

Nemulțumire	„nu îi mai megrea vechiul telefon”	moto g05
Atracție	„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”	A06 nr. 95
Anxietate	„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”	A06 nr. 138
Obișnuință	„Este al treilea Redmi pe care-l iau in 8 ani”	Redmi 13C

Problema nu pare să fie la toată gama

CALCULATĂ DIN DATE ponderea recenziilor de 1–2 stele



13,8%	23,4%	9,1%	8,1%
Galaxy A06, total	varianta de 6 GB	A06 fără 6 GB	concurenții

Varianta de 6 GB pare să tragă rezultatele în jos.
23,4% recenzii de 1–2 stele, față de **9,1%** la celelalte variante.
Rating mediu: **3,92** vs. **4,47**.

8 Promptul 1: Cercetare de piață

Lentila: cele 4 forțe · exemplul: Samsung Galaxy A06

Ce spun cumpărătorii? DIN RECENZII REALE

Nemulțumire	„nu îi mai megrea vechiul telefon”	moto g05
Atracție	„Pentru nici 100 euro, samsung ofera o experienta superba.”	A06 nr. 95
Anxietate	„Este greu de crezut ca un telefon din anul 2024 nu are NFC”	A06 nr. 138
Obișnuință	„Este al treilea Redmi pe care-l iau in 8 ani”	Redmi 13C

Ce nu putem concluziona?

Câți cumpărători au renunțat la A06 din cauza lipsei NFC?

Răspuns: „Nu am găsit dovezi în recenzii.”

× CE NE-AR SPUNE UN PROMPT GENERIC?

„Consumatorii caută telefoane accesibile, cu un bun raport calitate-preț.”

O afirmație generală, nu o descoperire despre Galaxy A06.

Problema nu pare să fie la toată gama

CALCULATĂ DIN DATE ponderea recenziilor de 1–2 stele



13,8%	23,4%	9,1%	8,1%
Galaxy A06, total	varianta de 6 GB	A06 fără 6 GB	concurenții

Varianta de 6 GB pare să tragă rezultatele în jos.

23,4% recenzii de 1–2 stele, față de **9,1%** la celelalte variante.

Rating mediu: **3,92** vs. **4,47**.

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Prompt 2 · segmentare

încadrat = schimbat față de promptul 1

<sarcina>	Împarte cumpărătorii în buyer personas, pornind de la recenzii.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: cui ne adresăm întâi.
<date>	Lucrează doar cu: tabelul de forțe din promptul 1 și cele două fișiere CSV.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 inele: declanșator, rezultat așteptat, bariere, criterii, traseu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. grupează după pentru cine se cumpără 2. completează inelele 3. numără.
<exemplu>	Un rând bun: Bariere | „ea fiind destul de antitehnologie” | A06 nr. 15
<reguli>	Fiecare inel are citat și sursă. Fără vârstă, hobby-uri sau nume. Dacă nu găsești, scrie „de aflat prin interviuri”.
<format>	Răspunde ca fișă pe persona: nume de atitudine, 5 inele, pondere. La final, cu cine începem.
<verificare>	La final, recitește. Marchează inelele fără citat.

ACELAȘI ȘABLON

Rolul rămâne, decizia se schimbă

De la „ce mesaj” la „cui îi vorbim întâi”.

cui ne adresăm

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Prompt 2 · segmentare

încadrat = schimbat față de promptul 1

<sarcina>	Împarte cumpărătorii în buyer personas, pornind de la recenzii.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: cui ne adresăm întâi.
<date>	Lucrează doar cu: tabelul de forțe din promptul 1 și cele două fișiere CSV.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 inele: declanșator, rezultat așteptat, bariere, criterii, traseu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. grupează după pentru cine se cumpără 2. completează inelele 3. numără.
<exemplu>	Un rând bun: Bariere | „ea fiind destul de antitehnologie” | A06 nr. 15
<reguli>	Fiecare inel are citat și sursă. Fără vârstă, hobby-uri sau nume. Dacă nu găsești, scrie „de aflat prin interviuri”.
<format>	Răspunde ca fișă pe persona: nume de atitudine, 5 inele, pondere. La final, cu cine începem.
<verificare>	La final, recitește. Marchează inelele fără citat.

PROMPT CHAINING

Datele vin din promptul 1

Tabelul de forțe devine materia primă.

Prompt 1 → <date> → Prompt 2

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Prompt 2 · segmentare

încadrat = schimbat față de promptul 1

<sarcina>	**Împarte cumpărătorii în buyer personas**, pornind de la recenzii.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: **cui ne adresăm întâi**.
<date>	Lucrează doar cu: **tabelul de forțe din promptul 1** și cele două fișiere CSV.
<lentila>	Citește datele prin **cele 5 inele: declanșator, rezultat așteptat, bariere, criterii, traseu**.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. **grupează după pentru cine se cumpără** 2. **completează inelele** 3. numără.
<exemplu>	Un rând bun: **Bariere | „ea fiind destul de antitehnologie” | A06 nr. 15**
<reguli>	Fiecare inel are citat și sursă. **Fără vârstă, hobby-uri sau nume.** Dacă nu găsești, scrie **„de aflat prin interviuri”**.
<format>	Răspunde ca **fișă pe persona: nume de atitudine, 5 inele, pondere**. La final, **cu cine începem**.
<verificare>	La final, recitește. Marchează inelele fără citat.

CE PUNEM ÎN <LENTILA>

Cele 5 inele

Persona descrie o decizie de cumpărare.

declanșator · rezultat · bariere · criterii · traseu

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Prompt 2 · segmentare

încadrat = schimbat față de promptul 1

<sarcina>	Împarte cumpărătorii în buyer personas, pornind de la recenzii.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: cui ne adresăm întâi.
<date>	Lucrează doar cu: tabelul de forțe din promptul 1 și cele două fișiere CSV.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 inele: declanșator, rezultat așteptat, bariere, criterii, traseu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. grupează după pentru cine se cumpără 2. completează inelele 3. numără.
<exemplu>	Un rând bun: Bariere | „ea fiind destul de antitehnologie” | A06 nr. 15
<reguli>	Fiecare inel are citat și sursă. Fără vârstă, hobby-uri sau nume. Dacă nu găsești, scrie „de aflat prin interviuri”.
<format>	Răspunde ca fișă pe persona: nume de atitudine, 5 inele, pondere. La final, cu cine începem.
<verificare>	La final, recitește. Marchează inelele fără citat.

O REGULĂ NOUĂ

Fără vârstă și hobby-uri

Rămâne doar ce explică decizia.

Maria, 32 de ani → de ce ezită

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Prompt 2 · segmentare

încadrat = schimbat față de promptul 1

<sarcina>	Împarte cumpărătorii în buyer personas, pornind de la recenzii.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: cui ne adresăm întâi.
<date>	Lucrează doar cu: tabelul de forțe din promptul 1 și cele două fișiere CSV.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 inele: declanșator, rezultat așteptat, bariere, criterii, traseu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. grupează după pentru cine se cumpără 2. completează inelele 3. numără.
<exemplu>	Un rând bun: Bariere | „ea fiind destul de antitehnologie” | A06 nr. 15
<reguli>	Fiecare inel are citat și sursă. Fără vârstă, hobby-uri sau nume. Dacă nu găsești, scrie „de aflat prin interviuri”.
<format>	Răspunde ca fișă pe persona: nume de atitudine, 5 inele, pondere. La final, cu cine începem.
<verificare>	La final, recitește. Marchează inelele fără citat.

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 1 din 3

Aceeași conversație, promptul 2

Asistent AI · aceeași conversație

- Rămâi în aceeași conversație
- Lipești promptul 2
- Rulezi

Răspunsul 1 · tabelul de forțe — în context

```
<sarcina> Împarte cumpărătorii în buyer personas,
pornind de la recenzii.
<date> Lucrează doar cu: tabelul de forțe din
promptul 1 și cele două fișiere CSV.
… încă 8 secțiuni
```

Ctrl V

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Prompt 2 · segmentare

încadrat = schimbat față de promptul 1

<sarcina>	Împarte cumpărătorii în buyer personas, pornind de la recenzii.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: cui ne adresăm întâi.
<date>	Lucrează doar cu: tabelul de forțe din promptul 1 și cele două fișiere CSV.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 inele: declanșator, rezultat așteptat, bariere, criterii, traseu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. grupează după pentru cine se cumpără 2. completează inelele 3. numără.
<exemplu>	Un rând bun: Bariere | „ea fiind destul de antitehnologie” | A06 nr. 15
<reguli>	Fiecare inel are citat și sursă. Fără vârstă, hobby-uri sau nume. Dacă nu găsești, scrie „de aflat prin interviuri”.
<format>	Răspunde ca fișă pe persona: nume de atitudine, 5 inele, pondere. La final, cu cine începem.
<verificare>	La final, recitește. Marchează inelele fără citat.

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 2 din 3

Modelul scrie, tu verifici

Asistent AI gata

Promptul 2

Fișa „Cumpăr pentru mama”

	INEL	CITAT	SURSĂ
1	Declanșator	„E primul ei smartphone”	A06 nr. 15
2	Rezultat așteptat	„comunicam excelent prin apeluri video”	A06 nr. 117
3	Bariere	„ea fiind destul de antitehnologie”	A06 nr. 15
4	Criterii	„ecranului foarte mare si a bateriei masive”	Redmi 13C
5	Traseu	de aflat prin interviuri	

✓ 4 inele au citat și sursă

✓ Al 5-lea: „de aflat prin interviuri”

9 Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Prompt 2 · segmentare

încadrat = schimbat față de promptul 1

<sarcina>	Împarte cumpărătorii în buyer personas, pornind de la recenzii.
<rol>	Ești analist de marketing. Lucrezi doar cu dovezi.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: cui ne adresăm întâi.
<date>	Lucrează doar cu: tabelul de forțe din promptul 1 și cele două fișiere CSV.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 inele: declanșator, rezultat așteptat, bariere, criterii, traseu.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. grupează după pentru cine se cumpără 2. completează inelele 3. numără.
<exemplu>	Un rând bun: Bariere | „ea fiind destul de antitehnologie” | A06 nr. 15
<reguli>	Fiecare inel are citat și sursă. Fără vârstă, hobby-uri sau nume. Dacă nu găsești, scrie „de aflat prin interviuri”.
<format>	Răspunde ca fișă pe persona: nume de atitudine, 5 inele, pondere. La final, cu cine începem.
<verificare>	La final, recitește. Marchează inelele fără citat.

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 3 din 3

Cauți citatul în CSV

recenzii_a06.csv Ctrl F

ea fiind destul de antitehnologie 1 din 1

NR	STELE	RECENZIE
14	1	Astazi a sosit. Foarte nemultumit. Se miscà greu, nu are nfc...
15	5	... si e incantata de el, ea fiind destul de antitehnologie. Nu l-am luat cu asteptari mari...
16	5	Își merită banii!
17	5	L-am primit cadou si este super tare. Sunt foarte mulțumită de el...
18	5	Excelent produs

✓ Găsit literă cu literă: recenzia nr. 15

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Trei buyer personas

DIN 196 DE RECENZII

„Cumpăr pentru mama”

8%

nota 4,93 · nicio notă mică

„Primul telefon al copilului”

5%

nota 4,89 · nicio notă mică

„Practicul cu buget mic”

84%

nota 4,21 · toate cele 27 de note mici

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Trei buyer personas

DIN 196 DE RECENZII

„Cumpăr pentru mama”

8%

nota 4,93 · nicio notă mică

„Primul telefon al copilului”

5%

nota 4,89 · nicio notă mică

„Practicul cu buget mic”

84%

nota 4,21 · toate cele 27 de note mici

Fișa „Cumpăr pentru mama”

1	**Declanșator**	„E primul ei smartphone” A06 nr. 15
2	**Rezultat așteptat**	„comunicam excelent prin apeluri video” A06 nr. 117
3	**Bariere**	„ea fiind destul de antitehnologie” A06 nr. 15
4	**Criterii**	„ecranului foarte mare si a bateriei masive” Redmi 13C
5	**Traseu**	de aflat prin interviuri

Unde recenziile tac, fișa spune „de aflat”. **Nu inventează.**

9

Promptul 2: Segmentarea publicului

Lentila: buyer personas, cele 5 inele

Trei buyer personas

DIN 196 DE RECENZII

„Cumpăr pentru mama”

8%

nota 4,93 · nicio notă mică

„Primul telefon al copilului”

5%

nota 4,89 · nicio notă mică

„Practicul cu buget mic”

84%

nota 4,21 · toate cele 27 de note mici

- Începem cu „Cumpăr pentru mama”: cea mai mare notă
- Criteriile ei sunt punctele tari ale telefonului
- Nicio plângere despre NFC în acest segment

Fișa „Cumpăr pentru mama”

1	**Declanșator**	„E primul ei smartphone” A06 nr. 15
2	**Rezultat așteptat**	„comunicam excelent prin apeluri video” A06 nr. 117
3	**Bariere**	„ea fiind destul de antitehnologie” A06 nr. 15
4	**Criterii**	„ecranului foarte mare si a bateriei masive” Redmi 13C
5	**Traseu**	de aflat prin interviuri

Unde recenziile tac, fișa spune „de aflat”. **Nu inventează.**

10 Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Prompt 3 · conținut

încadrat = schimbat față de promptul 2

<sarcina>	Scrie câte o postare pentru fiecare persona.
<rol>	Ești copywriter. Scrii simplu și cald.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: 2 postări pentru Instagram.
<date>	Lucrează doar cu: fișele persona din promptul 2.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 niveluri. „Cumpăr pentru mama”: nivelul 3. „Practicul”: nivelul 4.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. propune 3 unghiuri 2. evaluează-le pe criteriile personei 3. alege unul și scrie.
<exemplu>	Tonul: „Îl setezi tu o dată. Restul învață ea.”
<reguli>	Promiți doar ce spun recenziile. Fără superlative și fără emoji. Dacă nu găsești, nu promite.
<format>	Răspunde ca postare de cel mult 60 de cuvinte. La final, bariera rămasă.
<verificare>	La final, recitește. Fiecare promisiune are o recenzie în spate?

ACELAȘI ȘABLON

Analistul devine copywriter

Datele sunt acum fișele persona. Lanțul continuă.

Prompt 2 → <date> → Prompt 3

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10

Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Prompt 3 · conținut

încadrat = schimbat față de promptul 2

<sarcina>	Scrie câte o postare pentru fiecare persona.
<rol>	Ești copywriter. Scrii simplu și cald.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: 2 postări pentru Instagram.
<date>	Lucrează doar cu: fișele persona din promptul 2.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 niveluri. „Cumpăr pentru mama”: nivelul 3. „Practicul”: nivelul 4.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. propune 3 unghiuri 2. evaluează-le pe criteriile personei 3. alege unul și scrie.
<exemplu>	Tonul: „Îl setezi tu o dată. Restul învață ea.”
<reguli>	Promiți doar ce spun recenziile. Fără superlative și fără emoji. Dacă nu găsești, nu promite.
<format>	Răspunde ca postare de cel mult 60 de cuvinte. La final, bariera rămasă.
<verificare>	La final, recitește. Fiecare promisiune are o recenzie în spate?

CE PUNEM ÎN <LENTILA>

Nivelul fiecărei persona

„Mama” știe ce caută: **nivelul 3**. „Practicul” știe produsul, dar ezită: **nivelul 4**.

1 2 3 4 5

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10

Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Prompt 3 · conținut

încadrat = schimbat față de promptul 2

<sarcina>	Scrie câte o postare pentru fiecare persona.
<rol>	Ești copywriter. Scrii simplu și cald.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: 2 postări pentru Instagram.
<date>	Lucrează doar cu: fișele persona din promptul 2.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 niveluri. „Cumpăr pentru mama”: nivelul 3. „Practicul”: nivelul 4.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. propune 3 unghiuri 2. evaluează-le pe criteriile personei 3. alege unul și scrie.
<exemplu>	Tonul: „Îl setezi tu o dată. Restul învață ea.”
<reguli>	Promiți doar ce spun recenziile. Fără superlative și fără emoji. Dacă nu găsești, nu promite.
<format>	Răspunde ca postare de cel mult 60 de cuvinte. La final, bariera rămasă.
<verificare>	La final, recitește. Fiecare promisiune are o recenzie în spate?

TREE OF THOUGHTS

Trei unghiuri, o alegere

Prima idee rar e cea mai bună.

unghi 1 unghi 2 unghi 3

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10

Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Prompt 3 · conținut — încadrat = schimbat față de promptul 2

<sarcina>	Scrie câte o postare pentru fiecare persona.
<rol>	Ești copywriter. Scrii simplu și cald.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: 2 postări pentru Instagram.
<date>	Lucrează doar cu: fișele persona din promptul 2.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 niveluri. „Cumpăr pentru mama”: nivelul 3. „Practicul”: nivelul 4.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. propune 3 unghiuri 2. evaluează-le pe criteriile personei 3. alege unul și scrie.
<exemplu>	Tonul: „Îl setezi tu o dată. Restul învață ea.”
<reguli>	Promiți doar ce spun recenziile. Fără superlative și fără emoji. Dacă nu găsești, nu promite.
<format>	Răspunde ca postare de cel mult 60 de cuvinte. La final, bariera rămasă.
<verificare>	La final, recitește. Fiecare promisiune are o recenzie în spate?

REGULI DE CONȚINUT

Promiți doar ce e dovedit

Fiecare frază din postare vine dintr-o recenzie.

„uimitor” „imbatabil” „ecran mare”

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10

Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Prompt 3 · conținut

încadrat = schimbat față de promptul 2

<sarcina>	Scrie câte o postare pentru fiecare persona.
<rol>	Ești copywriter. Scrii simplu și cald.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: 2 postări pentru Instagram.
<date>	Lucrează doar cu: fișele persona din promptul 2.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 niveluri. „Cumpăr pentru mama”: nivelul 3. „Practicul”: nivelul 4.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. propune 3 unghiuri 2. evaluează-le pe criteriile personei 3. alege unul și scrie.
<exemplu>	Tonul: „Îl setezi tu o dată. Restul învață ea.”
<reguli>	Promiți doar ce spun recenziile. Fără superlative și fără emoji. Dacă nu găsești, nu promite.
<format>	Răspunde ca postare de cel mult 60 de cuvinte. La final, bariera rămasă.
<verificare>	La final, recitește. Fiecare promisiune are o recenzie în spate?

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 1 din 3

Aceeași conversație, promptul 3

Asistent AI · aceeași conversație

- Rămâi în aceeași conversație
- Lipești promptul 3
- Rulezi

Răspunsul 2 · fișele persona — în context

```
<sarcina> Scrie câte o postare pentru fiecare
persona.
<date> Lucrează doar cu: fișele persona din promptul
2.
… încă 8 secțiuni
```

Ctrl V

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10 Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Prompt 3 · conținut

încadrat = schimbat față de promptul 2

<sarcina>	Scrie câte o postare pentru fiecare persona.
<rol>	Ești copywriter. Scrii simplu și cald.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: 2 postări pentru Instagram.
<date>	Lucrează doar cu: fișele persona din promptul 2.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 niveluri. „Cumpăr pentru mama”: nivelul 3. „Practicul”: nivelul 4.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. propune 3 unghiuri 2. evaluează-le pe criteriile personei 3. alege unul și scrie.
<exemplu>	Tonul: „Îl setezi tu o dată. Restul învață ea.”
<reguli>	Promiți doar ce spun recenziile. Fără superlative și fără emoji. Dacă nu găsești, nu promite.
<format>	Răspunde ca postare de cel mult 60 de cuvinte. La final, bariera rămasă.
<verificare>	La final, recitește. Fiecare promisiune are o recenzie în spate?

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 2 din 3

Modelul propune trei unghiuri

Asistent AI gata

Promptul 3

UNGHI PENTRU „CUMPĂR PENTRU MAMA”	RECENZIA
1 Ecran mare, baterie mare	A06 nr. 164
2 Îl setezi tu o dată	A06 nr. 15
3 O vezi duminica, pe video	A06 nr. 117

✓ Fiecare unghi are o recenzie

Sala alege: 1, 2 sau 3?

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10

Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Prompt 3 · conținut

încadrat = schimbat față de promptul 2

<sarcina>	Scrie câte o postare pentru fiecare persona.
<rol>	Ești copywriter. Scrii simplu și cald.
<context>	Brand: Samsung Galaxy A06. Decizia: 2 postări pentru Instagram.
<date>	Lucrează doar cu: fișele persona din promptul 2.
<lentila>	Citește datele prin cele 5 niveluri. „Cumpăr pentru mama”: nivelul 3. „Practicul”: nivelul 4.
<etape>	Lucrează pe etape: 1. propune 3 unghiuri 2. evaluează-le pe criteriile personei 3. alege unul și scrie.
<exemplu>	Tonul: „Îl setezi tu o dată. Restul învață ea.”
<reguli>	Promiți doar ce spun recenziile. Fără superlative și fără emoji. Dacă nu găsești, nu promite.
<format>	Răspunde ca postare de cel mult 60 de cuvinte. La final, bariera rămasă.
<verificare>	La final, recitește. Fiecare promisiune are o recenzie în spate?

DEMONSTRAȚIE simulare

scena 3 din 3

Modelul a ales. Cauți dovada.

Ales: unghiul 3 „O vezi duminica, pe video”

recenzii_a06.csv Ctrl F

apeluri video 1 din 1

NR	STELE	RECENZIE
115	5	L-am facut cadou soacrei mele. Este foarte ok.
116	4	L-am cumparat pentru fiica mea. Este destul de ok...
117	5	Mama e foarte multumita de el. Merge bine, face poze bunicele si comunicam excelent prin apeluri video cu ajutorul lui...
118	5	Un telefon bun cu performante medii la un pret decent,
119	3	Este destul de ok la banii pe care i-am dat!

✓ Promisiunea are în spate recenzia nr. 117

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10 Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Două postări

FIECARE PROMISIUNE ARE O RECENZIE ÎN SPATE

„Cumpăr pentru mama”
nivelul 3 · știe ce caută

Mama nu vrea cel mai tare telefon. Vrea să te vadă duminica, pe video[117]. Galaxy A06 are ecran mare și baterie mare[164]. Îl setezi tu o dată[15]. Restul învață ea, încetișor[15].

Bariera rămasă: să nu fie prea complicat pentru ea.

Numerele mici arată recenzia Galaxy A06 din care vine fiecare promisiune.

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10 Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Două postări FIECARE PROMISIUNE ARE O RECENZIE ÎN SPATE

„Cumpăr pentru mama”
nivelul 3 · știe ce caută

Mama nu vrea cel mai tare telefon. Vrea să te vadă duminica, pe video[117]. Galaxy A06 are ecran mare și baterie mare[164]. Îl setezi tu o dată[15]. Restul învață ea, încetișor[15].

Bariera rămasă: să nu fie prea complicat pentru ea.

„Practicul cu buget mic”
nivelul 4 · știe produsul, ezită

Îți spunem din prima: Galaxy A06 nu are NFC[138]. Dacă plătești cu telefonul, caută altceva. Dacă vrei apeluri, WhatsApp și YouTube pe unul dintre cele mai ieftine Samsunguri[67], cu baterie de două zile[110], l-ai găsit.

Bariera rămasă: garanția și varianta de 6GB.

Numerele mici arată recenzia Galaxy A06 din care vine fiecare promisiune.

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

10 Promptul 3: Content generation

Lentila: cele 5 niveluri de conștientizare

Două postări

FIECARE PROMISIUNE ARE O RECENZIE ÎN SPATE

„Cumpăr pentru mama”

nivelul 3 · știe ce caută

Mama nu vrea cel mai tare telefon. Vrea să te vadă duminica, pe video[117]. Galaxy A06 are ecran mare și baterie mare[164]. Îl setezi tu o dată[15]. Restul învață ea, încetișor[15].

Bariera rămasă: să nu fie prea complicat pentru ea.

„Practicul cu buget mic”

nivelul 4 · știe produsul, ezită

Îți spunem din prima: Galaxy A06 nu are NFC[138]. Dacă plătești cu telefonul, caută altceva. Dacă vrei apeluri, WhatsApp și YouTube pe unul dintre cele mai ieftine Samsunguri[67], cu baterie de două zile[110], l-ai găsit.

Bariera rămasă: garanția și varianta de 6GB.

Numerele mici arată recenzia Galaxy A06 din care vine fiecare promisiune.

Față în față

× POSTAREA DINTR-UN PROMPT GENERIC

„✨ Descoperă noul Galaxy A06! Performanță uimitoare la un preț imbatabil! 🔥”

- ✓ Vorbește cu un om anume
- ✓ Spune și ce lipsește
- ✓ Se poate verifica, frază cu frază

Exercițiu demonstrativ pe recenzii publice. Postările sunt exemple de lucru, fără legătură cu Samsung.

11

Rețeta de azi, pe scurt

Patru ingrediente, trei livrabile, zero invenții.

- o teorie
- o întrebare clară
- datele tale
- un prompt pe secțiuni

11

Rețeta de azi, pe scurt

Patru ingrediente, trei livrabile, zero invenții.

- o teorie
- o întrebare clară
- datele tale
- un prompt pe secțiuni

PENTRU TINE

Cursurile AIParte

- AI Makers
- AI Tools
- RAG
- AI for Data Science
- Copilot for work NOU
- AiMakers for teens NOU
  Cum să înveți cu AI?

- Seri live, hands-on
- Un tutore lângă tine
- Pleci cu un proiect care rulează

PENTRU FIRMA TA

AIParte Academy

- Materialele tuturor cursurilor
- Un curs live la fiecare 6 luni
- Peste 5.000 de prompturi
- Newslettere zilnice, timp de 3 luni

De la 25 de lei pe angajat, pe lună

Pentru fiecare angajat înscris, un tânăr primește educație AI.

11

Rețeta de azi, pe scurt

Patru ingrediente, trei livrabile, zero invenții.

- o teorie
- o întrebare clară
- datele tale
- un prompt pe secțiuni

PENTRU TINE

Cursurile AIParte

- AI Makers
- AI Tools
- RAG
- AI for Data Science
- Copilot for work NOU
- AiMakers for teens NOU
  Cum să înveți cu AI?

- Seri live, hands-on
- Un tutore lângă tine
- Pleci cu un proiect care rulează

PENTRU FIRMA TA

AIParte Academy

- Materialele tuturor cursurilor
- Un curs live la fiecare 6 luni
- Peste 5.000 de prompturi
- Newslettere zilnice, timp de 3 luni

De la 25 de lei pe angajat, pe lună

Pentru fiecare angajat înscris, un tânăr primește educație AI.

Hai alături de noi

aiparte.ro/cursuri

Întrebări?

Avem 10 minute și multă curiozitate.

Surse

TEORIILE DE MARKETING

- **Jobs To Be Done:** Clayton Christensen, Taddy Hall, Karen Dillon, David Duncan, „Competing Against Luck” (2016). Rezumat în strategy+business.
- **Cele 4 forțe:** Bob Moesta și Chris Spiek, „The Four Forces of Progress”, jobstobedone.org.
- **Buyer personas, cele 5 inele:** Buyer Persona Institute, fondat de Adele Revella, „What Is a Buyer Persona”.
- **Caracteristică, avantaj, beneficiu:** Neil Rackham, „The SPIN Selling Fieldbook” (1996), capitolul 11, „Demonstrating Capability”.
- **Cele 5 niveluri de conștientizare:** Eugene Schwartz, „Breakthrough Advertising” (1966). Nivelurile, pe scurt.

TEHNICILE DE PROMPTING

- **Rol, taguri, exemple, etape, format, înlănțuire, autoverificare:** Anthropic, „Prompting best practices”.
- **Voie să spună „nu știu”, citate și surse:** Anthropic, „Reduce hallucinations”.
- **Persona, sarcină, context, format și media de 21 de cuvinte:** Google, „Prompting guide 101”.
- **Chain-of-Thought:** Wei și colab., 2022, arXiv 2201.11903.
- **Least-to-Most:** Zhou și colab., 2022, arXiv 2205.10625.
- **Tree of Thoughts:** Yao și colab., 2023, arXiv 2305.10601.
- **Autoverificare (Self-Refine):** Madaan și colab., 2023, arXiv 2303.17651.
- **Termenii AI (LLM, token, fereastră de context):** Anthropic, glosar.

DATELE DIN EXEMPLE

- 803 recenzii publice de pe eMAG: 196 pentru Samsung Galaxy A06 și 607 pentru șase telefoane concurente. Citatele sunt redate exact, cu ortografia autorilor.
- Caracteristicile Galaxy A06 din capitolul 7 (baterie de 5.000 mAh, ecran de 6,7 inchi, cameră principală de 50 MP): fișa oficială Samsung, model SM-A065F.
- Mesajele de vânzare din capitolul 7 și postările din capitolul 10 sunt exerciții demonstrative, fără legătură cu Samsung.