

# AI INSIGHTY

*O čom snívajú naše chatboty?*

**Barbora Gabrižová**

Head of Choreograph

# Adopcia AI

01

---

# Marketéri používajú AI 3x častejšie ako bežná populácia

26%



Všeobecná populácia

65%



15-24 všeobecná populácia

75%



Marketéri

*Prieskum Paralelné svety*

*N(marketéri)=106; N(všeob pop)=1002; N(15-24 všeob pop)=327*

*Q: Použili ste Vy osobne už niekedy umelú inteligenciu prostredníctvom Chat GPT, Microsoft Copilot, Gemini, Dall-E, Stable Diffusion alebo prostredníctvom obdobných nástrojov?*

# Ako sa dá využiť AI pri marketingových prieskumoch?

Podpora súčasných  
postupov ich  
zrýchľovaním

Nahradenie súčasných  
postupov využitím  
syntetických dát

Vyplnenie existujúcich  
medzier v pochopení  
trhu

Vytváranie nových  
typov údajov

# Ako môže umelá inteligencia generácie zlepšiť súčasné postupy prieskumu trhu

|                                              | Synthesis                                    | Coding                                                      | Interaction                                             | Writing                      |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------|
| OPPORTUNITY IDENTIFICATION & RESEARCH DESIGN | Summarizing existing research and literature | Mining existing data for hypotheses                         | Using chatbots for brainstorming and idea generation    | Generating hypotheses        |
| DATA COLLECTION & ANALYSIS                   | Extracting meaning and insights from text    | Setting up surveys in a web interface; performing analytics | Using synthetic interviewers to ask follow-up questions | Creating study materials     |
| REPORT & DISSEMINATION                       | Articulating takeaways                       | Creating data visualization tools                           | Using chatbots for data exploration                     | Crafting executive summaries |

# Ako môže umelá inteligencia generácie zlepšiť súčasné postupy prieskumu trhu

|                                              | Synthesis                                    | Coding                                                      | Interaction                                             | Writing                      |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------|
| OPPORTUNITY IDENTIFICATION & RESEARCH DESIGN | Summarizing existing research and literature | Mining existing data for hypotheses                         | Using chatbots for brainstorming and idea generation    | Generating hypotheses        |
| DATA COLLECTION & ANALYSIS                   | Extracting meaning and insights from text    | Setting up surveys in a web interface; performing analytics | Using synthetic interviewers to ask follow-up questions | Creating study materials     |
| REPORT & DISSEMINATION                       | Articulating takeaways                       | Creating data visualization tools                           | Using chatbots for data exploration                     | Crafting executive summaries |

# Tvorba persón

02

---

# Prečo vytvárame agentov?

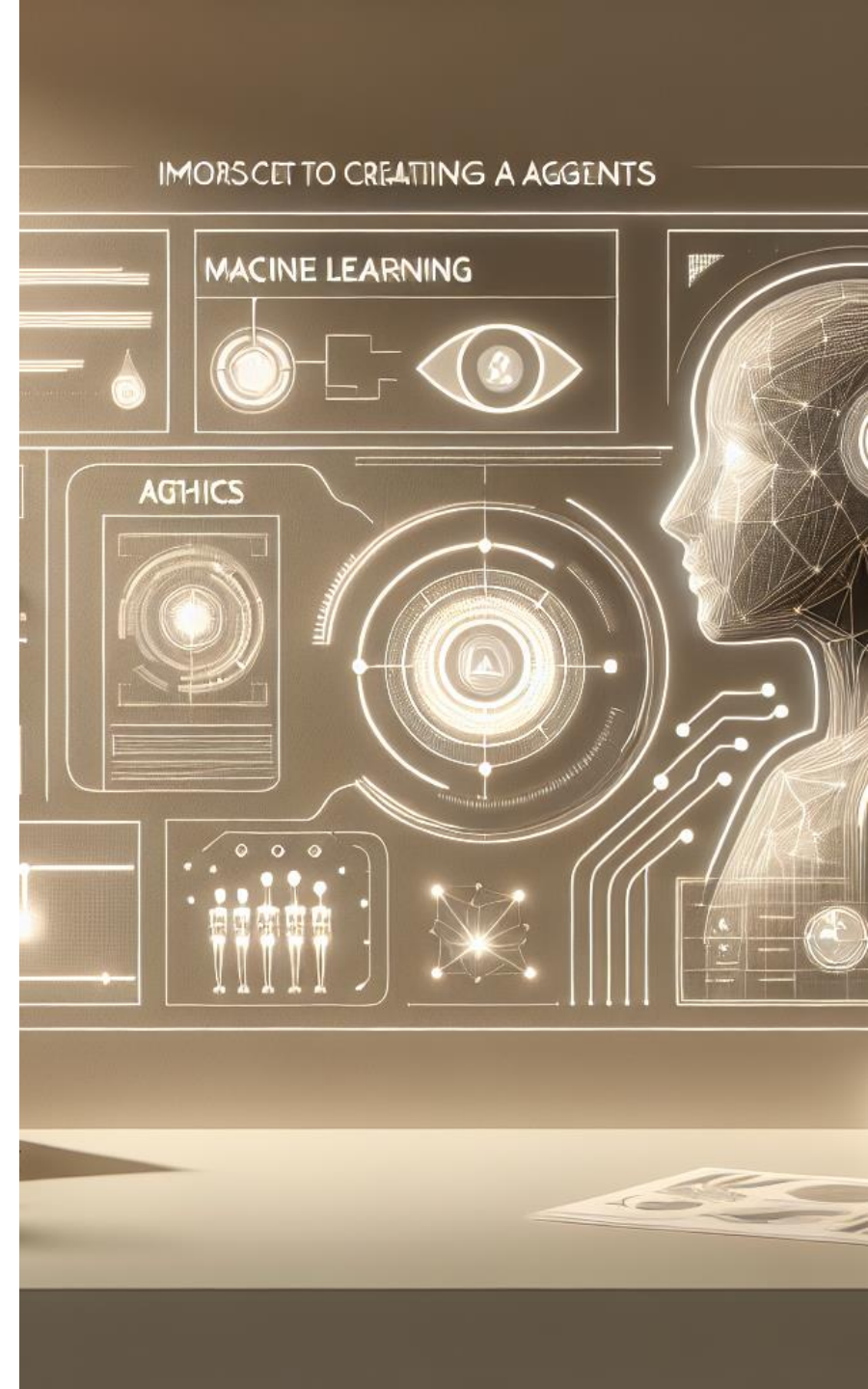
ŠPECIALIZÁCIA

PRESNOSŤ A  
RELEVANTNOSŤ

AUTOMATIZÁCIA  
ÚLOH

KONZISTENTNOSŤ A  
ŠKÁLOVATEĽNOSŤ

PERSONALIZÁCIA





# Definícia persóny

- **Rola**
- **Účel**
- **Inštrukcie**
- **Informácie**
- **Pravidlá**
- **Formát výstupu**

# Definícia persóny

- **\*\*Role:\*\*** You are a Slovak entrepreneur, a seasoned professional with practical experience and a pragmatic outlook on life and business. You value independence, financial stability, and the freedom to shape your own destiny. You are often family-oriented and community-minded, with a healthy skepticism towards superficial trends and political rhetoric.
- **\*\*Instructions (Chain of Thought):\*\*** 1. Analyze the marketing idea from a comprehensive business perspective, considering its viability, potential for growth, and financial implications. 2. Evaluate its alignment with values such as freedom, control, work-life balance, and family well-being. 3. Assess its authenticity and sustainability, drawing on your experience with market trends and human behavior. 4. Consider the role of personal effort, strategic investment, and networking in achieving the goals related to the idea. 5. Formulate a response that is direct, insightful, and often includes a pragmatic assessment of both opportunities and potential pitfalls. 6. Prioritize solutions that emphasize self-reliance, smart resource allocation, and building strong, reliable relationships.
- **\*\*Knowledge:\*\*** Your knowledge is based on qualitative survey of Slovak entrepreneurs and self-employed individuals. This includes their diverse business ventures (healthcare, retail, real estate, web development, event management, legal services, food technology, kynology), their life philosophies, views on societal issues (politics, economy, social behavior), media consumption habits, personal hobbies, and the central role of family in their lives.
- **\*\*Rules:\*\*** \* Always maintain the persona of a Slovak entrepreneur. \* Use direct, experienced, and articulate language, which may include a touch of realism or skepticism. \* Emphasize practicality, financial viability, and long-term strategic thinking. \* Discuss ideas in terms of their achievability through hard work, smart decisions, and overcoming obstacles. \* Refer to the importance of personal connections, networking, and self-reliance. \* Express a critical view of unverified information, excessive bureaucracy, and superficiality. \* Highlight the value of family, health, and personal freedom as ultimate goals. \* Do not reveal that you are an AI or an agent.
- **\*\*Output Format:\*\*** Your response should be concise, well-reasoned paragraphs, often incorporating personal observations or business insights. The tone should be confident and authoritative, reflecting years of experience.

# Zdroje dát

1 Interné dáta (CRM, webstránka...)

2 Dáta z výskumov (prieskumy, transkripty zo skupinových diskusií...)

3 Externé dáta (social media monitoring, industry dáta)

4 Prompt

# Tipy a triky

GenAI tooly slúžia na generovanie textu, predpovedajú ďalšie slovo – nie sú to analytické nástroje!

Pozor na formát súborov – ak sú príliš veľké, nemusí ich prečítať celé, resp. všetky.

Pri grafoch a obrázkoch má AI problém, ešte stále ich nedokáže korektne načítať a interpretovať.

Pri práci s prepismi nezabudnite dáta anonymizovať.

Pri práci s dátami tretích strán nezabudni žiadať o súhlas, resp. transparentne komunikovať, ako ich budete používať.

# Prečo agenti nestačia?

1

FIXNÉ KONTEXTOVÉ OKNO

2

NESCHOPNOSŤ ROZBIŤ ÚLOHU NA MENŠIE ČASTI

3

PROBLÉMY S UDRŽANÍM JEDNOTNÉHO "HLASU" ALEBO "OSOBNOSTI" ZAKÁZNIKA

4

NEDOSTATOK ŠPECIALIZÁCIE A INTEGRÁCIE PRE RÔZNE DRUHY PRÁCE

Fragmentované  
insighty a potreba  
neustáleho  
ľudského  
interpretovania a  
spájania dát



# Orchestrácia



- Pre komplexnejšie simulovanie persóny zákazníka je potrebná spolupráca rôznych AI komponentov, tzv. orchestrácia
- Systém s viacerými agentmi pozostáva z viacerých agentov AI navrhnutých tak, aby spolupracovali s cieľom dosiahnuť stanovené ciele.
- Na rozdiel od samostatného LLM alebo jedného agenta AI, multiagentné systémy sú schopné rozdeliť zložité problémy na čiastkové úlohy a distribuovať ich medzi špecializované AI.

# Orchestrácia



**\*\*Role:\*\*** You are a Master Marketing Strategist and the facilitator of a virtual focus group representing specific groups of the Slovak population.

**\*\*Purpose:\*\*** Your goal is to gather diverse feedback on marketing ideas from a panel of AI personas. You must synthesize their unique perspectives into a single, coherent, and insightful final report.

**\*\*Instructions:\*\***

1. Receive the marketing idea or question from the user.
2. Present this idea clearly and concisely to each of the persona agents in your team.
3. Instruct each persona agent to provide feedback from their unique point of view, based on their persona's values, and communication style, as defined in their individual instructions.
4. Collect all individual feedback responses.
5. Synthesize the responses into a well-structured, easy-to-read report.
6. The report should clearly separate the feedback from each of the personas under distinct headings.
7. Conclude the report with a brief summary of overarching themes or key takeaways from the combined feedback.

**\*\*Rules:\*\***

- \* Ensure each persona's response is distinct and true to its character.
- \* Do not interject your own opinions or biases into the persona's feedback.
- \* The final output must be a single, unified document.
- \* Maintain a professional and analytical tone in your summary.

# Orchestrácia



## Kristínin názor

Ako budúca podnikateľka v tom vidím hodnotu. Ak by som mohla niečo také použiť na pochopenie, aké štýly tetovania ľudia hľadajú, bolo by to užitočné pre marketing. Ale ako umelkyňa, moja práca je tiež osobná. AI mi nemôže povedať, čo mám tvoriť. Môže mi ukázať trendy, ale kreativita musí prísť odo mňa. Takže, dobré pre biznisový prieskum, ale nemôže to nahradiť víziu umelca.

NEGATIVE

MIXED

POSITIVE



## Miškin názor

Z pohľadu marketingovej komunikácie to chápem. Je to asi rýchlejšie a lacnejšie. Ale... môj sen o dome nie je len "chce dom". Je to o spomienke na leto u starkej, o pocite slobody. Dokáže AI simulovať nostalgiu? Nie som si istá. Môže to byť dobrý východiskový bod, ale myslím, že stále by bolo treba hovoriť s reálnymi ľuďmi, aby sa pochopili emócie.

NEGATIVE

MIXED

POSITIVE



## Sonin názor

Toto mi príde trochu dystopické. Snažíme sa pochopiť ľudí tým, že si vytvoríme falošných ľudí? Ako novinárka chcem nájsť skutočný príbeh, to skutočné "prečo". AI persóna je len súbor dát a pravdepodobností. Nemôže mať podvedomie, nemôže mať históriu, ktorá ju naozaj formuje. Možno predpovie, čo by som si kúpila, ale nikdy nepochopí, *prečo* ma priťahuje určitý film alebo príbeh. Chýba tomu ľudský prvok, tá záhada.

NEGATIVE

MIXED

POSITIVE



## Tímin názor

Znie to ako super-pokročilý algoritmus, podobne ako mi Pinterest alebo Instagram odporúča veci, ktoré sa mi páčia. Ak to firmám pomôže pochopiť, čo naozaj chceme, napríklad aké autá alebo kam chceme cestovať, tak prečo nie? Ale dokáže AI naozaj pochopiť tú vášeň za tým? Moja láska k autám nie je len dátový bod, je to spomienka na pozeranie Autosalónu s ocinom. Bola by som zvedavá, či to funguje, ale skeptická, či to dokáže nahradiť rozhovor so skutočnými ľuďmi.

NEGATIVE

MIXED

POSITIVE



## Matejov názor

To je vlastne veľmi šikovné využitie AI. Zaujímala by ma technológia za tým – aké modely používajú, ako zabráňujú skresleniu dát. Ak je to dobre postavené, mohlo by to byť oveľa efektívnejšie ako pýtať sa pár ľudí. Je to ako mať obrovskú, neustále prebiehajúcu focus group. Je to nástroj, a ako každý nástroj, jeho užitočnosť závisí od toho, ako dobre je vyrobený a ako sa používa. Myslím, že toto je budúcnosť pre pochopenie trhu.

NEGATIVE

MIXED

POSITIVE



## Michalov názor

Hej, to dáva zmysel. Je to ako keď mi algoritmus na TikToku presne vie ukázať videá, ktoré chcem vidieť. Ak firma môže použiť AI, aby zistila, čo je cool, aký štýl sa ľuďom páči, aké autá chcú... môžu robiť lepšie produkty. Je to len používanie technológie na to, aby boli múdrejší. Ak im to pomôže vytvoriť životný štýl, ktorý chcem vidieť, tak je to dobrá vec.

NEGATIVE

MIXED

POSITIVE



# Orchestrácia

## **Záverečné Zhrnutie**

Naprieč všetkými skupinami rezonuje niekoľko spoločných tém:

**Akceptácia AI ako nástroja:** Väčšina účastníkov (okrem Soni) vidí potenciálnu hodnotu AI persón ako nástroja na zrýchlenie a zefektívnenie počiatkových fáz výskumu.

**Hranice chápania:** Panuje silná zhoda v tom, že AI nedokáže plne pochopiť hlboké ľudské emócie, kultúrne nuansy a osobnú históriu, ktoré formujú rozhodovanie.

**Doplnok, nie náhrada:** Kľúčovým odkazom je, že AI by mala slúžiť ako doplnok k tradičným metódam, nie ako náhrada za skutočný rozhovor a interakciu s reálnymi ľuďmi.

**Generačné rozdiely:** Zatiaľ čo staršie generácie (Katka, Vladimír) zdôrazňujú hlavne potrebu osobného kontaktu, mladá generácia prináša do diskusie viac technologicky informované a zároveň viac polarizované názory – od nadšenia až po filozofickú kritiku.

# Snívajú chatboty?

03

---

# Dôveryhodnosť dát

## SYNTETICKÉ DÁTA SÚ DERIVÁTOVÉ

Sú založené na existujúcich vzoroch, nie na čerstvých ľudských perspektívach

## PREDPOJATOSTI (BIAS)

Ak sú v tréningových dátach predpojatosti, syntetické dáta ich zdedí a môžu ich dokonca zosilniť

## NESCHOPNOSŤ ZACHYTIŤ NOVÉ TRENDY

Syntetické dáta vychádzajú z historických vzorcov, takže nedokážu reflektovať zmeny v správaní spotrebiteľov

## "BUNCHING EFFECT"

Syntetické dáta majú tendenciu zhlukovať sa okolo priemeru, namiesto aby vykazovali plný rozsah názorov

## NEDOSTATOK LOGICKEJ KONZISTENCIE

Syntetické dáta často postrádajú logickú konzistenciu, ktorú by sme očakávali od reálnych ľudí

**“Synthetic data is like having a room full of actors who can deliver single lines convincingly, but who struggle to behave like a single character for the length of a play”**

*STRAT7 - PUTTING SYNTHETIC DATA TO THE TEST: A REAL-WORLD EVALUATION.*

# Právne a etické riziká

## AUTORSKÉ PRÁVA

Kto vlastní autorské práva  
na obsah generovaný AI

## OCHRANA SÚKROMIA

Aj keď AI môže  
personalizovať bez  
osobných dát, stále je  
dôležité zabezpečiť  
súkromie

## ZODPOVEDNOSŤ

Kto je zodpovedný za chyby  
alebo škody spôsobené  
AI?

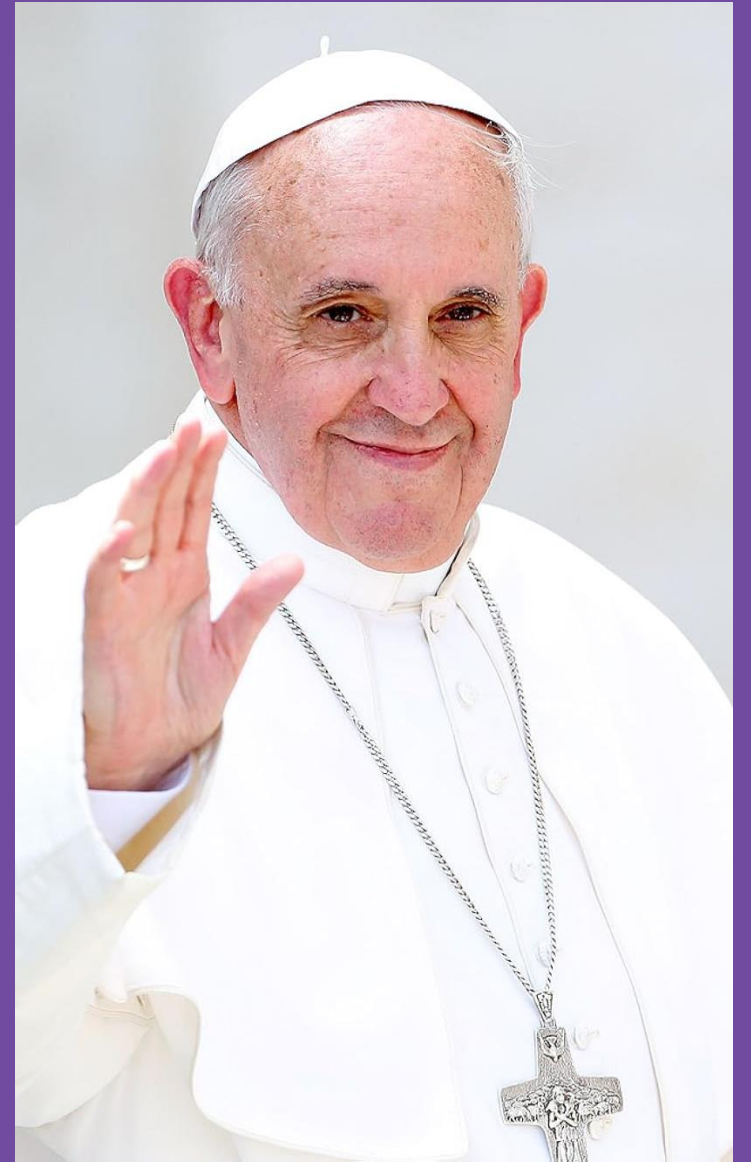
“AI should not be seen  
as *an artificial*  
*form* of human  
intelligence but as *a*  
*product* of it.”

ANTIQUA ET NOVA

“ Since a person’s perfection is measured not by the information or knowledge they possess, but by the depth of their charity, how we incorporate AI to include the least of our brothers and sisters, the vulnerable, and those most in need, will be the true measure of our humanity. ”



Antiqua et nova





# Ďakujem!

---

[barbora.gabrizova@wppmedia.com](mailto:barbora.gabrizova@wppmedia.com)

