

Jak opowiedzieć o AI, które robi więcej niż samo generowanie treści?

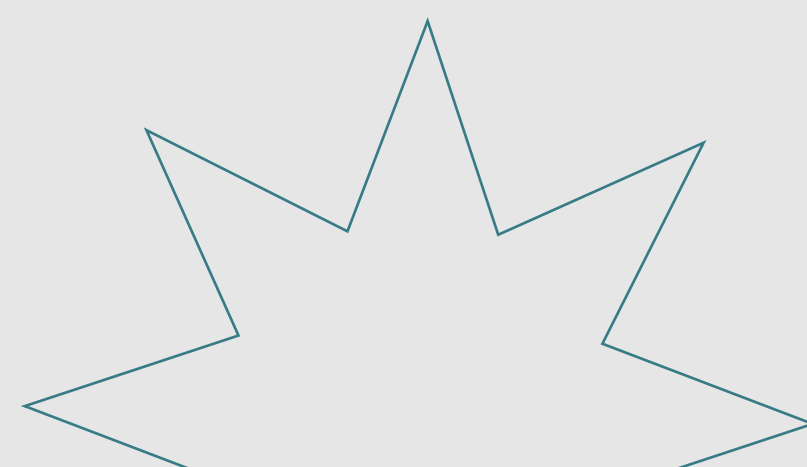




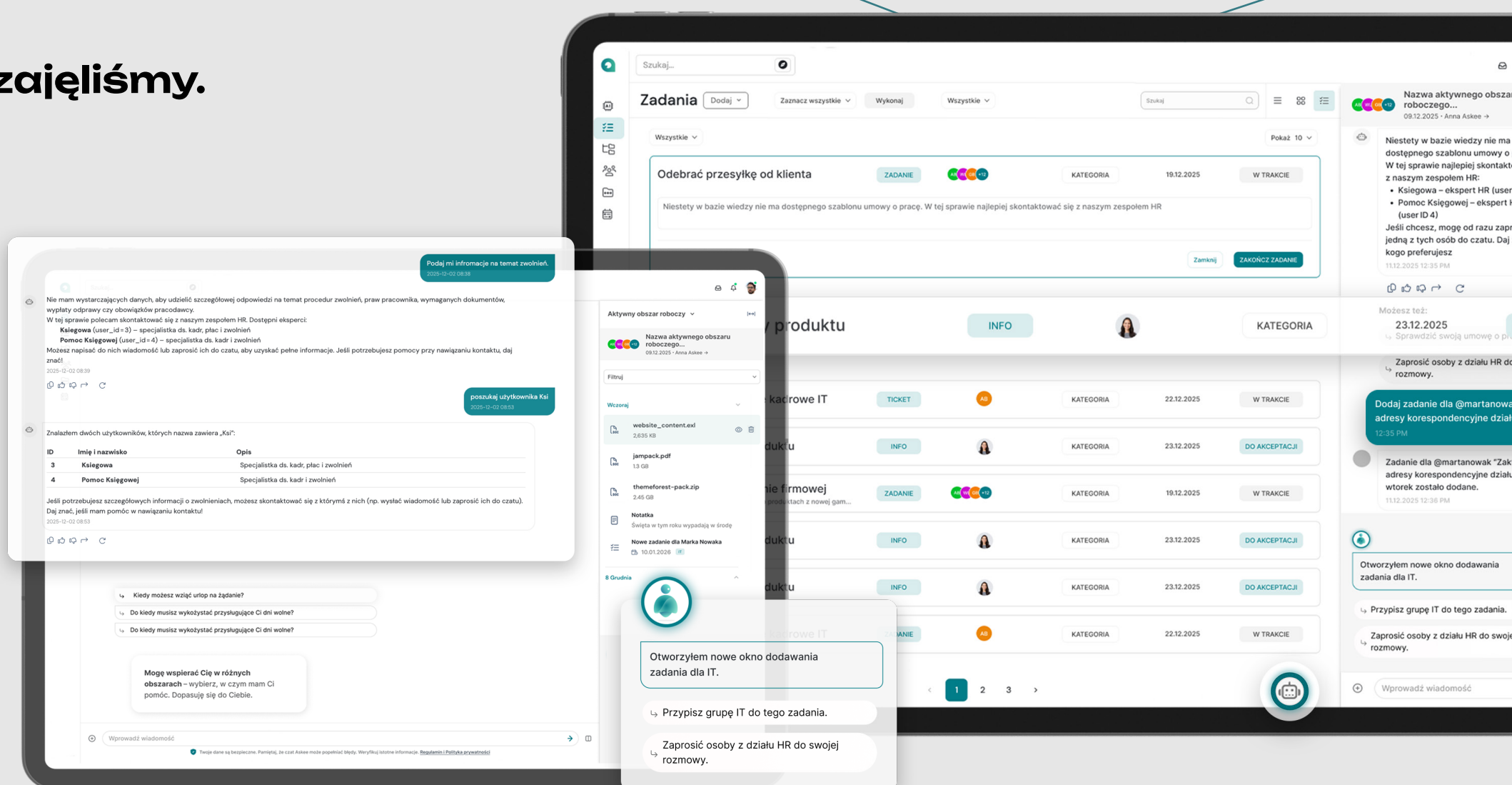
askee nie jest kolejnym chatbotem, który bez względu na input generuje ten sam output. To cały system wspierający decyzje i działanie w organizacjach na różnych poziomach: od HR, po sprzedaż, IT, marketing, produkcję czy obsługę klienta.

Na poziomie komunikacji brakowało tego, co wprowadza markę do gry tj.

1. spójnej warstwy językowej (tone of voice + semantyka)
2. wyraźnego pozycjonowania
3. obecności, która buduje zaufanie
4. umacniania przekazu o kluczowej roli człowieka we współpracy z AI.



I właśnie tym się zajęliśmy.





Wyzwanie: rozwiązanie, które nie mieści się w obecnych definicjach AI



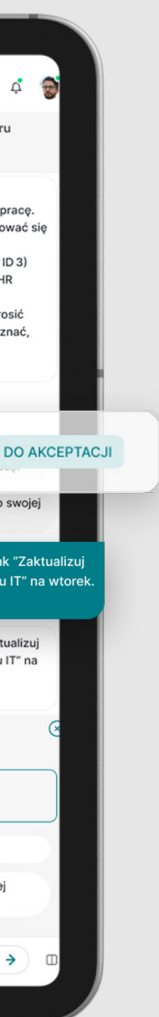
askee działa na styku AI, zarządzania i procesów decyzyjnych w firmie. To sfery, w których bardzo łatwo powstają uproszczenia i trudno osiąga się precyzję.

Z perspektywy komunikacyjnej dla nas oznaczało to:

- **brak gotowego modelu językowego dla nowej kategorii**
- **rynek zdominowany przez narrację typu AI = generowanie treści**
- **konieczność budowania eksperckości od podstaw**
- **rozproszone punkty styku z odbiorcami:**
LinkedIn, media, community
- **odpowiedź na negatywną narrację o wpływie AI i niwelowaniu roli człowieka.**



Krótko: dużo outputu, brak jednego modelu, który to spina... i działa, przechodząc na production.

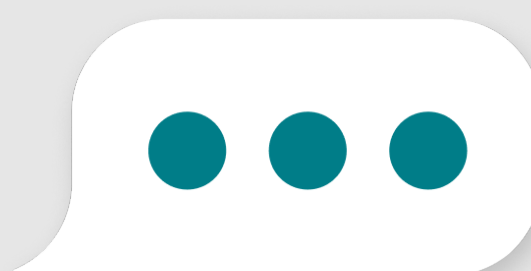




Bo w AI prompt to za mało – liczy się architektura i model

Nie zaczęliśmy standardowo od produkcji contentu.

Wiemy, że w tym wszystkim liczy się architektura, więc zaczęliśmy od zbudowania ram komunikacyjnych, które będą skalowalne we wszystkich kanałach.





Zaprojektowaliśmy to jako trzy współpracujące warstwy

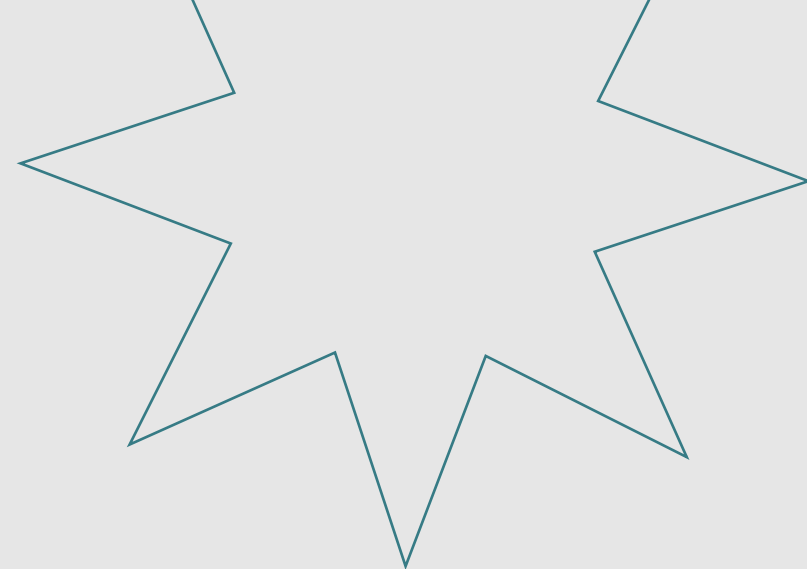
1. Narracja

Zdefiniowaliśmy askee jako system wspierający decyzje w firmach i integrujący wszystkie niezbędne dane w jednym miejscu. To prawdziwy asystent do pracy, a nie kolejne narzędzie do generowania treści.

Finalnie zdefiniowaliśmy wspólną semantykę a więc model, który spina całą komunikację:

- **czym askee jest**
- **czym askee nie jest**
- **jaką zmianę wnosi do organizacji**
- **dla kogo może stanowić realne wsparcie**
- **co dzięki jego wdrożeniu może zmienić się w firmach i na jakim poziomie.**





2. Eksperckość

Zbudowaliśmy linię komunikacyjną opartą na realnych problemach:

Finalnie zdefiniowaliśmy wspólną semantykę a więc model, który spina całą komunikację:

- **decyzje w organizacjach i sposób ich podejmowania**
- **odpowiedzialność managerów wobec zespołu i skutecznej realizacji zadań**
- **błędów i niespójności w działaniu firm – bez względu na branżę i wielkość**
- **roli AI w procesach biznesowych i jej wpływu na budowanie kultury organizacyjnej.**

askee zaczęło mówić o tym, co naprawdę interesuje biznes – nie o samej technologii.

3. Obecność (multi-channel communication)

Zaprojektowaliśmy spójną obecność w kluczowych punktach styku m.in. LinkedIn, media branżowe i publikacje, artykuły eksperckie, moderacja community (Human AI - Lab), stworzyliśmy fundament pod manifest „Manifest organizacji z AI w centrum działania”.

Każdy kanał pełni tu inną funkcję, ale łączy je jeden wspólny przekaz.



Warstwa komunikacyjna działająca jak dobrze wytrenowany model

LinkedIn stał się w tym przypadku nie tylko kanałem publikacji, ale środowiskiem, w którym model komunikacji ciągle uczy się rynku i odpowiada na jego realne wyzwania.

Tworzymy komunikację, która:

- **buduje pozycję ekspercką poprzez powtarzalne wzorce narracyjne (nie pojedyncze posty)**
- **operuje na realnych problemach biznesowych,**
- **zamiast generycznych wątków o AI**
- **inicjuje dyskusje, które zwiększają zasięg i pogłębiają percepcję marki**
- **opiera się na przekazie od produktu a nie o produkcie.**

Jak tego dokonaliśmy? Oddaliśmy głos askee, po prostu.

askee komunikuje się ze światem i sam prowadzi narrację.

Dzięki temu staje się interfejsem komunikacji pokazującym sposób myślenia.

To pozwala na jedno: askee staje się doświadczeniem potencjalnego użytkownika.



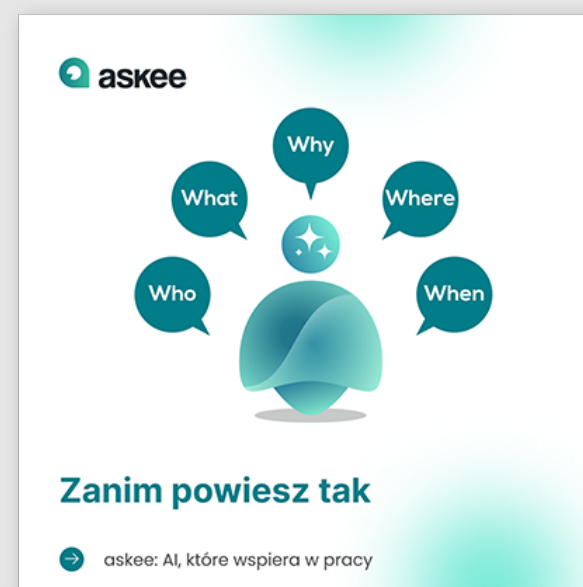
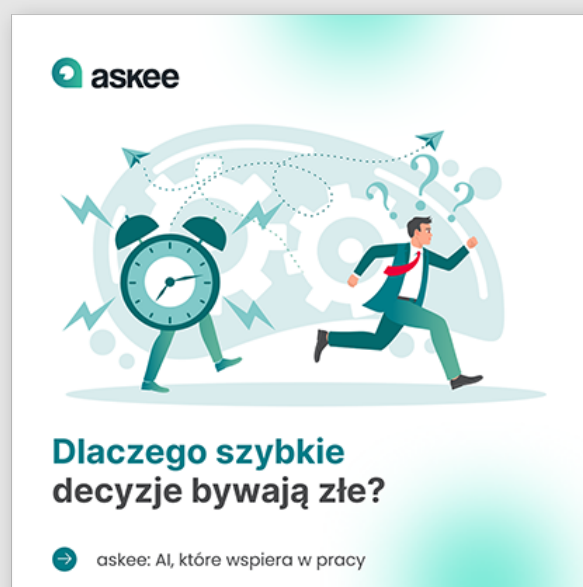
Każdy post jest instancją większego modelu komunikacji, bo:

- **wzmacnia określony sposób myślenia o produkcie**
- **dokłada kolejny element do modelu narracji**
- **buduje spójność w czasie a nie tylko zasięg na „tu i teraz”**
- **prorowadzi użytkownika przez określony kontekst i sytuację**
- **odpowiada na realne bolączki managerów**
- **tłumaczy decyzje i pokazuje ich długofalowe skutki mając wiedzę firmową.**



Innymi słowy: działa jak warstwa inferencyjna dla użytkownika.

LinkedIn to runtime dla naszego modelu komunikacji – kluczowe miejsce, w którym askee jest stale fine-tunowany w oparciu o dane z rynku i realne potrzeby użytkowników.



Media relations i publikacje eksperckie jako warstwa wpływu

Media w przypadku tego klienta traktujemy nie jako kanały do dystrybucji treści, ale jako środowisko, w którym model komunikacji skaluje się i buduje realny wpływ umacniając rozpoznawalność askee.

Odpowiadamy za:

- **tworzenie artykułów i komentarzy eksperckich**, które osadzają askee w realnych problemach biznesowych, nie w abstrakcyjnej narracji o AI
- **projektowanie materiałów redakcyjnych**, dopasowanych do logiki działania konkretnych mediów
- **dystrybucję i obecność w jakościowych tytułach**, które budują wiarygodność, a nie tylko zasięg

Media działają w tym przypadku jak zewnętrzna warstwa walidacji tj. miejsce, w którym komunikacja przechodzi z poziomu deklaracji do poziomu uznania rynkowego.

Efekt?

Przenosimy askee z poziomu marki do poziomu „głosu w dyskusji”.



Warstwa uczenia i współtworzenia: Human AI-Lab



W ramach współpracy stworzyliśmy i moderujemy przestrzeń do rozmowy. askee chce łączyć i dotyczy to także ludzi. Dzięki temu angażujemy ekspertów, wymieniamy się doświadczeniem, zbieramy realne przypadki z organizacji i inicjujemy wątki do kolejnych narracji.

Ten think tank to żywy dataset.. i warstwa treningowa dla modelu narracji, która pozwala testować, obserwować, kalibrować narrację w oparciu o feedback z rynku.

Jednocześnie jest środowiskiem z którym współtworzymy „Manifest organizacji z AI w centrum działania”.

Po co to robimy?

Bo rozwijanie opowieści o askee jest dobrym pretekstem do wyznaczenia ram.Chcemy uporządkować sposób myślenia o wykorzystaniu AI w firmach, określić granice odpowiedzialności i ustanowić wspólny model interpretacji. Dzięki temu skee nie tylko komunikuje, ale naprawdę współtworzy dyskusję.



Od publikacji do modelu, który się kalibruje

Specyfika tego projektu nie polegała wyłącznie na zwiększeniu liczby treści, ale dotyczyła czegoś więcej: obecności i spójności w przekazie oraz oswojenia obiekcji, jakie narastają wokół rozwoju AI.

Output po iteracji:

- jednoznaczne pozycjonowanie marki
- rosnąca widoczność w mediach i przestrzeni eksperckiej
- konsekwentny thought leadership
- aktywne community wokół marki
- treści, które budują wartość w czasie

Not a bug: system działa zgodnie z architekturą

W komunikacji na temat AI nie liczy się, aby napisać jak najwięcej.

Ten sprint wygrywa ten, kto potrafi zdefiniować kategorię, osadzić technologię w realnym kontekście biznesowym i konsekwentnie prowadzić narrację.

Liczy się to, **czy produkt sam uczy rynek, jak go rozumieć.**



Twoja technologia też zasługuje na dobrą narrację.

Produkty, które wyprzedzają rynek, potrzebują czegoś
więcej niż zwykłej komunikacji.

Tu chodzi o sposób, w jaki rynek nauczy się je rozumieć. Spójny język,
konkretny kontekst biznesowy i konsekwencja w działaniu.

To naprawdę się skaluje... i kompiluje w czasie.
Chcesz zdeployować razem z nami Twój model
komunikacji na rynek?

Skontaktuj się z nami:
kontakt@agencjagrow.pl
+48 795 115 885

Nasze współprace

