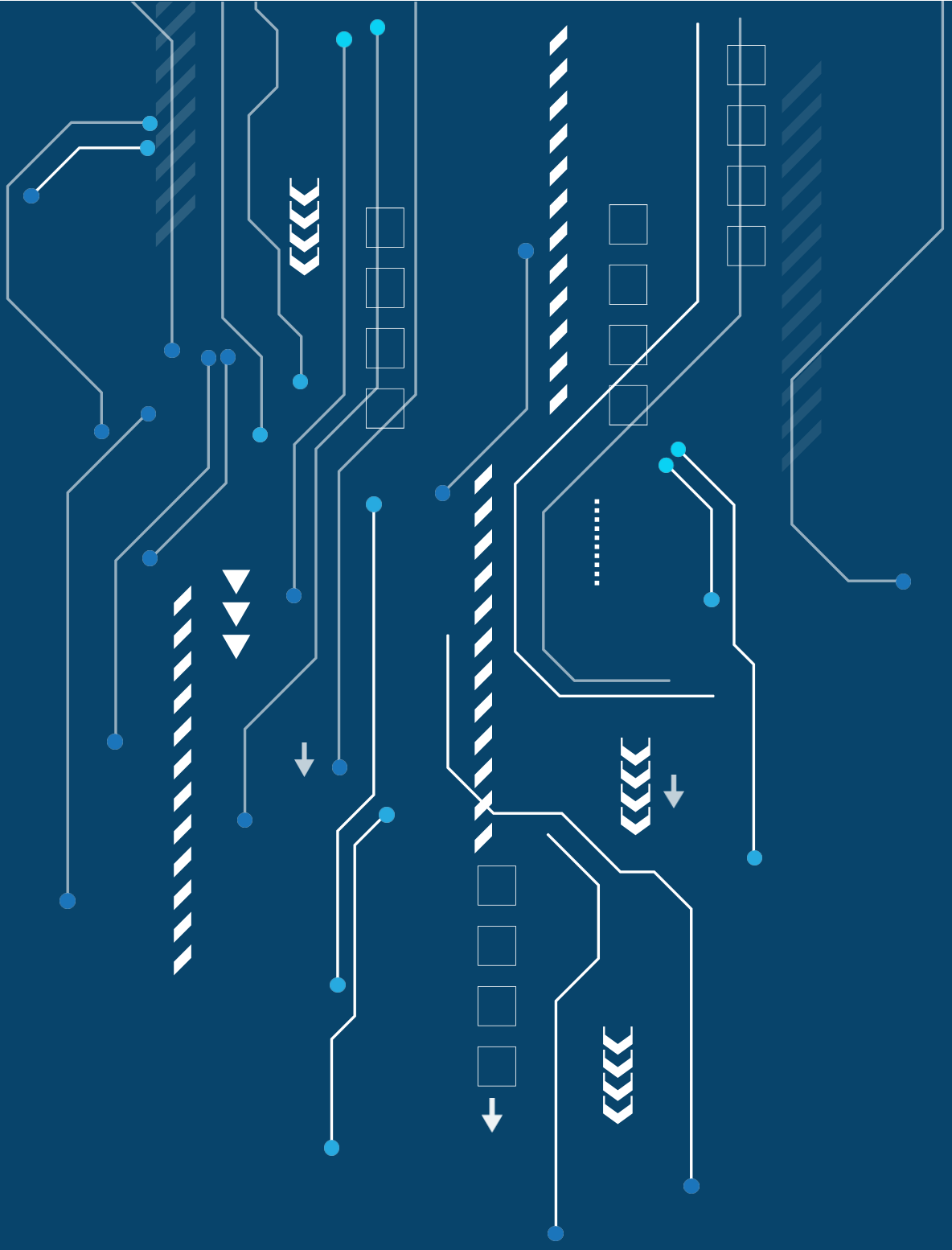


Inteligjenca Artificiale në Komunikimin dhe Marketingun e Biznesit

Doracak Praktik

Publisher

This brochure has been developed by the project 'Enabling Income Generation for the Poor (EnInGeP)', financed by the Austrian Development Agency (ADA) and co-financed by the Ministry of Industry, Entrepreneurship and Trade.

Disclaimer

The information provided in this brochure is designed to provide helpful information on the subject discussed. It does not substitute for specific consulting, advisory services, legal and tax advice. We make no representation or warranty of any kind, regarding the accuracy, adequacy, validity, reliability, availability, or completeness of any information on the brochure. Any liability on the part of authors is therefore excluded

PSE TË PËRDORET INTELIGJENCA ARTIFICIALE NË KOMUNIKIM DHE MARKETING?

Pavarësisht nëse një biznes merret me prodhim, tregti, turizëm, teknologji apo ofrimin e shërbimeve profesionale, komunikimi i qartë me klientët, partnerët dhe furnitorët është pjesë e punës së përditshme. Shkrimi i email-eve, përgatitja e propozimeve, publikimi i përmbajtjeve në rrjete sociale dhe kthimi i përgjigjeve ndaj pyetjeve të përsëritura kërkojnë kohë dhe koordinim. Inteligjenca Artificiale (AI) mund të mbështesë këto detyra duke sugjeruar tekste, duke organizuar ide dhe duke ndihmuar ekipet të përgatisin një version fillestar të materialit, të cilin më pas e kontrollojnë dhe e përshtatin për përdorim real.

AI nuk e zëvendëson njohjen që biznesi ka për tregun, klientët, ofertën dhe reputacionin e vet. Ajo është një mjet mbështetës: ju përcaktoni qëllimin e komunikimit, kontrolloni faktet dhe vendosni çfarë publikohet ose dërgohet. Përdorimi i saj është më i dobishëm kur lidhet me një detyrë të matshme, si përmirësimi i një email-i për bashkëpunim, përgatitja e një kalendari përmbajtjeje apo krijimi i përgjigjeve të njëtrajtshme për pyetjet e klientëve.

Tri fusha praktike të këtij udhëzuesi

- Email-e dhe komunikim profesional: përdorimi i AI për oferta, propozime e mesazhe, duke përshtatur tonin sipas marrësit.
- Marketing dhe rrjete sociale: planifikimi i përmbajtjes për Facebook, Instagram dhe kanale të tjera, nga ideja e postimit deri te fushata e shkurtër.
- Komunikim me klientët: përdorimi i përgjigjeve automatike dhe chatbot-eve (asistentëve virtual), si dhe dallimi i rasteve që kërkojnë trajtim nga një punonjës.

Si të punoni me këtë broshurë

Nuk është e nevojshme të përdorni të gjitha mjetet njëherësh. Filloni me një situatë reale të biznesit tuaj, lexoni shembullin përkatës dhe kopjoni kërkesën e sugjeruar për AI, duke zëvendësuar pjesët në kllapa me informacione të sakta. Për një kompani prodhuese, rezultati mund të jetë një prezantim për distributorët; për një hotel, një seri postimesh mbi shërbimet; për një kompani konsulence, një email pas takimit; ndërsa për një tregtar, disa përgjigje të qarta mbi dërgesat. Shembujt në këtë broshurë janë ilustrues.

MJETET KRYESORE TË AI DHE MËNYRA SI TË FILLONI

Mjete të ndryshme ndihmojnë në detyra të ndryshme. Për të shkruar një email mund të mjaftojë një asistent tekstual; për planifikimin e postimeve mund të përdorni të njëjtin asistent dhe, nëse nevojitet, Canva për përgatitjen e materialit; ndërsa për përgjigjet ndaj klientëve mund të nisni nga funksionet që ofrojnë aplikacionet e komunikimit. Zgjedhja duhet të mbështetet te detyra, aftësitë e ekipit dhe kërkesat e sigurisë, jo te numri i platformave që përdoren.

Tabela e mëposhtme paraqet mjetet kryesore të AI, përdorimin e tyre praktik, mundësitë falas dhe çmimet orientuese të planeve me pagesë në dollarë amerikanë (USD).

Mjeti	Përdorimi për bizneset	Përdorimi falas dhe kostoja me pagesë (USD)
ChatGPT	Email-e, propozime, ide dhe tekste marketingu; rishikim i tonit.	Falas: po, me kufij përdorimi. Plus: 20 USD/muaj. Business Standard: 20 USD/përdorues/muaj me faturim vjetor ose 25 USD me faturim mujor (min. 2 përdorues).
Claude AI	Hartim dhe riformulim i dokumenteve, ofertave, email-eve e teksteve të gjata.	Falas: po, me kufij përdorimi. Pro: 20 USD/muaj (ose 200 USD/vit). Team Standard: 20 USD/përdorues/muaj me faturim vjetor ose 25 USD me faturim mujor.
Google Gemini	Përgatitje tekstesh, ide për marketing dhe mbështetje në shërbimet Google.	Falas: po, me funksione të kufizuara. Google AI Pro: 19,99 USD/muaj.
Microsoft Copilot	Hartim e përmbledhje dokumentesh, email-esh dhe raporteve në mjedise Microsoft.	Falas: po, për funksione bazë. Microsoft 365 Copilot Business: 18 USD/përdorues/muaj me pagesë vjetore ose 25,20 USD/përdorues/muaj me faturim mujor; kërkohet licencë përkatëse Microsoft 365.
Canva AI	Ide dhe përmbajtje për postime, fletushka, postera dhe materiale promovuese.	Falas: po, me përdorim të kufizuar të AI. Canva Pro: 144 USD/vit (12 USD/muaj në plan vjetor) ose 18 USD/muaj. Canva Business: 250 USD/vit/përdorues ose 25 USD/muaj/përdorues.
Perplexity AI	Hulumtime fillestare të tregut, kërkim me burime dhe vlerësim i trendeve.	Falas: po, për kërkime bazë. Pro: 20 USD/muaj. Enterprise Pro: 40 USD/përdorues/muaj ose 400 USD/vit/përdorues.
WhatsApp Business	Mesazhe mirëseardhjeje, përgjigje të shpejta dhe komunikim me klientët.	Falas: aplikacioni bazë, 0 USD. WhatsApp Business Platform/API: nuk ka çmim unik mujor; tarifat në USD varen nga kategoria, tregu, mesazhet e dorëzuara dhe ofruesi i integrimit.
Facebook Messenger	Përgjigje automatike bazë dhe menaxhim i mesazheve të klientëve.	Falas: funksionet bazë, 0 USD. Chatbot-et e avancuara me AI përmes shërbimeve të jashtme: kosto sipas ofruesit, pa çmim të vetëm standard.

Shqipja dhe qasja në Kosovë: Gemini e rendit shqipen si gjuhë të mbështetur dhe Canva e përfshin shqipen në funksionin Translate. Megjithatë, cilësia e tekstit në shqip, terminologjia profesionale dhe emrat vendorë duhen kontrolluar në

secilin mjet, veçanërisht në materialet e gjeneruara automatikisht, ngjashëm edhe në ChatGPT dhe Claude. Disponueshmëria e funksioneve me pagesë mund të varet nga vendi, llogaria dhe mënyra e pagesës. Nëse buxheti, lidhja me internetin ose njohuritë teknike janë të kufizuara, nisni me një funksion falas dhe një detyrë të thjeshtë, duke ofruar udhëzime të shkurtra për ekipin.

Një kërkesë e mirë jep kontekst, qëllim dhe kufij

Udhëzimi që i shkruani një mjeti AI quhet "prompt" ose kërkesë. Në vend të fjalisë së përgjithshme "Shkruaj një postim", përshkruani aktivitetin e biznesit, produktin ose shërbimin, publikun që dëshironi të arrini, qëllimin e mesazhit, tonin, gjatësinë dhe veprimin që prisni nga lexuesi. Jepni vetëm informacione që mund të ndahen në mënyrë të sigurt, pa të dhëna personale ose dokumente konfidenciale.

> **Kërkesë e gatshme për AI:** "Përfaqësoj një kompani në Kosovë që ofron [produkt/shërbim] për [lloji i klientëve]. Dua të përgatis [email/postim/propozim] me qëllim [qëllimi]. Shkruaj në shqip të natyrshme, me ton [formal/miqësor/bindës], jo më shumë se [numri] fjalë. Përfshi një thirrje të qartë për veprim, por mos shpik çmime, rezultate ose afate."

Nëse drafti nuk është i përshtatshëm, kërkoni një variant më formal, më të shkurtër ose më të afërt me gjuhën e markës. Mos e merrni versionin e parë si produkt përfundimtar: kontrolloni saktësinë, hiqni premtimet e pakonfirmuara dhe ruajini kërkesat që kanë dhënë rezultate të dobishme për t'i përdorur sërish.

AI PËR EMAIL-E DHE KOMUNIKIM PROFESSIONAL

Email-et janë të rëndësishme si për komunikimin me klientët individualë, ashtu edhe për marrëdhëniet ndërmjet bizneseve. Një kompani prodhuese mund të prezantojë katalogun te një distributor, një agjenci mund të dërgojë përmbledhjen e një takimi, ndërsa një operator turistik mund të sqarojë kushtet e rezervimit. AI mund t'i kthejë shënimet e shkurtra në një mesazh të kuptueshëm, të propozojë subjektin e email-it dhe të ndihmojë që toni të jetë i përshtatshëm për marrësin.

Udhëzim hap pas hapi për një email që mund të dërgohet

- Fillimisht shkruani në disa fjali pse po e kontaktoni marrësin, çfarë duhet të dijë dhe çfarë veprimi kërkoni.
- Më pas jepjani këtë informacion mjetit AI, duke përcaktuar gjatësinë dhe tonin e dëshiruar.
- Lexoni rezultatin për të parë nëse mesazhi nis me qëllimin kryesor, shpjegon qartë ofertën ose kërkesën dhe mbyllet me një hap konkret.
- Në fund, shtoni emrin e personit ose biznesit, kontrolloni të gjitha faktet dhe dërgojeni vetëm pasi ta keni përshtatur me mënyrën tuaj të komunikimit.

Shembull ilustrues: furnizim për një zinxhir hotelesh

Një prodhues i tekstileve për hotele në Kosovë dëshiron të paraqesë mundësinë e bashkëpunimit me një zinxhir hotelesh. Të dhënat e nevojshme janë lloji i

produkteve, mundësia e personalizimit, kapaciteti real i furnizimit dhe personi që duhet kontaktuar. Me një kërkesë të qartë, AI mund të prodhojë një email prezantues; megjithatë, informacionet mbi certifikimet, standardet e cilësisë, çmimet dhe afatet duhet të plotësohen vetëm nga biznesi.

Kërkesë e gatshme për AI: "Shkruaj një email profesional, deri në 150 fjalë, për t'i propozuar një zinxhiri hotelesh bashkëpunim me kompaninë tonë të tekstileve në Kosovë. Ne ofrojmë [produktet] dhe [shërbimet e konfirmuara]. Përfshi një prezantim të shkurtër, arsyen pse po kontaktojmë dhe një propozim për takim. Mos përmend certifikime, kapacitete apo kushte tregtare që nuk i kam dhënë."

Një hapje e mundshme e redaktuar është: "Përshëndetje, po ju kontaktojmë nga [Kompania], e cila furnizon biznese të sektorit të mikpritjes me [produktet]. Do të dëshironim të shqyrtonim mundësinë e një bashkëpunimi me ekipin tuaj dhe të prezantonim gamën tonë të produkteve sipas nevojave që keni. A do t'ju përshtatej një takim i shkurtër gjatë javës së ardhshme?" Ky tekst duhet personalizuar, në mënyrë që të mos duket si mesazh i dërguar njësoj te shumë marrës.

Ndryshoni tonin sipas situatës

Për një institucion, bankë ose partner kontraktues përdorni ton formal dhe të saktë; për klientët ekzistues mund të zgjidhni një ton më të afërt, por të respektueshëm; ndërsa për ftesat tregtare mund të përdorni gjuhë bindëse pa presion ose premtime të tepruara. Mund t'i kërkoni AI: "Rishkruaje këtë email për një furnitor në ton diplomatik, duke ruajtur kërkesën për rishikim të çmimit" ose "Përgatit një rikujtim të sjellshëm për një faturë të papaguar, pa përfshirë të dhëna konfidenciale".

PROPOZIMET DHE OFERTAT E BIZNESIT ME MBËSHTETJEN E AI

Një propozim tregtar nuk është thjesht tekst reklamues. Ai duhet të tregojë se cilën nevojë të klientit synon të zgjidhë biznesi, çfarë produkti ose shërbimi ofrohet, cilat janë kushtet e konfirmuara dhe cili është hapi i ardhshëm. AI mund ta organizojë një draft sipas një strukture të lexueshme, por nuk duhet t'i hartojë vetë çmimet, detyrimet kontraktuale, garancitë ose rezultatet që biznesi nuk mund t'i vërtetojë.

Përgatitja e një propozimi në katër hapa
• Së pari përcaktoni nevojën e marrësit, për shembull furnizim periodik, organizim të një aktiviteti, zhvillim të një shërbimi digjital ose mirëmbajtje teknike.
• Së dyti mblidhni informacionin që ju takon ta konfirmoni: zgjidhja e ofruar, përfshirjet, përjashtimet, afatet dhe mënyra e kontaktit.
• Së treti kërkojini AI ta kthejë informacionin në një strukturë me hyrje, përshkrim të propozimit, përfitime të arsyetuara dhe hapa të ardhshëm.
• Së fundi rishikojeni draftin me ekipin përgjegjës për ofertën dhe, kur ka çështje kontraktuale apo ligjore, me personin kompetent.

Shembull ilustrues: kompani shërbimesh IT për një klient afarist
Një kompani që ofron mirëmbajtje të pajisjeve kompjuterike merr kërkesë nga një biznes me disa lokacione. Klienti kërkon sqarim mbi mënyrën e mbështetjes dhe raportimit të problemeve. Ekipi mund të përdorë AI për të përgatitur tekstin hyrës dhe për ta bërë propozimin më të kuptueshëm, por duhet të vendosë vetë numrin e vizitave, orarin e disponueshmërisë, nivelin e shërbimit dhe koston.

Kërkesë e gatshme për AI: "Përgatit strukturën e një propozimi dyfaqësh në shqip për mirëmbajtjen e pajisjeve IT për një kompani me disa lokacione. Përdor vetëm informacionin që të jap: [shërbimet e konfirmuara], [orari], [mënyra e raportimit], [afati], [kushtet]. Vendos shënimin "për t'u plotësuar nga biznesi" për çdo detaj që mungon. Shkruaj në ton profesional, pa premtime të pambështetura."

Nga kërkesa e përgjithshme te një mesazh i vlefshëm

Para përdorimit të AI, një përgjigje mund të mbetet e paqartë: "Përshëndetje, kemi shërbime IT dhe mund të bashkëpunojmë". Pas strukturimit, mesazhi mund të shpjegojë në dy paragrafë çfarë mbulon mbështetja, si kontaktohet ekipi, cilat detaje duhen sqaruar dhe pse propozohet një takim. Përmirësimi nuk është te përdorimi i fjalëve më të ndërlikuara, por te informacioni i dobishëm për marrësin dhe ftesa e qartë për hapin e ardhshëm.

Këshillë për përdorim të përsëritur

Ruani një model propozimi të miratuar nga biznesi dhe përdoreni si pikënisje për raste të ngjashme. Mund t'i kërkoni AI të ndryshojë vetëm përmbledhjen hyrëse sipas sektorit të klientit, ndërsa kushtet teknike dhe komerciale duhet të mbeten nën kontrollin e ekipit. Në këtë mënyrë ulet rreziku që versione të ndryshme të përmbajnë informacione kontradiktore.

PLANIFIKIMI I PËRMBAJTJES PËR RRJETET SOCIALE

Prania në rrjete sociale është më efektive kur biznesi e di kujt po i flet dhe çfarë synon të arrijë. Një dyqan mund të prezantojë produktet e reja, një kompani ndërtimi mund të shpjegojë procesin e punës, një hotel mund të prezantojë shërbimet për vizitorët, ndërsa një kompani B2B mund të ndajë këshilla profesionale dhe informacione për zgjidhjet që ofron. AI mund të ndihmojë me idetë, ritmin e publikimit dhe variantet e tekstit, por strategjia duhet të mbështetet në objektivat reale të biznesit.

Si të krijoni një kalendar të thjeshtë përmbajtjeje

- Zgjidhni një qëllim për javën, si njohja e një shërbimi të ri, rritja e interesimit për një produkt ose sqarimi i pyetjeve të shpeshta.
- Përkufizoni audiencën, kanalin ku ajo është aktive dhe sa postime mund të realizojë realisht ekipi.
- Pastaj kërkojini AI një plan që të mos përmbajë vetëm oferta shitjeje, por edhe informacion praktik, dëshmi të verifikueshme mbi punën dhe përgjigje ndaj dilemave të klientëve.

Më poshtë paraqitet një shembull ilustrues për një kompani të pajisjeve profesionale të kuzhinës që komunikon me restorante dhe hotele.

Dita	Tema e përmbajtjes	Qëllimi i postimit
• E hënë	Prezantimi i një kategorie pajisjesh dhe përdorimit të saj.	Të sqarojë për cilat nevoja shërben produkti.
• E martë	Këshillë e përgjithshme për mirëmbajtje dhe përdorim të sigurt.	Të ofrojë informacion të dobishëm për klientët.
• E mërkurë	Pyetje e shpeshtë mbi porositjen, instalimin ose garancinë.	Të ulë paqartësitë para kontaktit me ekipin.
• E enjte	Prezantim i një shërbimi pas shitjes që biznesi e ofron realisht.	Të shpjegojë procesin e mbështetjes.
• E premte	Ftesë për konsultim ose kërkesë oferte.	Të nxisë interesime të kualifikuara.

Kërkesë e gatshme për AI: "Krijo një kalendar prej pesë postimesh për LinkedIn dhe Facebook për kompaninë tonë që furnizon [lloji i klientëve] me [pajisjet/shërbimet]. Qëllimi është [qëllimi]. Për çdo ditë sugjero një temë, një përshkrim deri në 70 fjalë dhe një thirrje të qartë për veprim. Mos shpik referenca klientësh, certifikime ose rezultate."

Rishikojeni kalendarin përpara publikimit: a janë temat të përshtatshme për biznesin dhe klientët, a ekzistojnë fotografitë ose informacionet që do të përdoren dhe a ka kohë ekipi të përgjigjet ndaj interesimeve që mund të krijohen? Planifikimi i qëndrueshëm është më i vlefshëm sesa një numër i madh postimesh që nuk mund të mbështeten me përmbajtje cilësore.

NGA NJË IDE TE POSTIMI, FUSHATA DHE MATERIALI PROMOVUES

AI mund të ndihmojë të shndërroni një temë në tekst për Facebook, Instagram ose LinkedIn, të krijoni versione me gjatësi të ndryshme dhe të përgatisni tituj të shkurtër për materiale promovuese. Përmbajtja më e dobishme zakonisht përgjigjet në tri pyetje: çfarë po ofrohet ose shpjegohet, pse ka rëndësi për audiencën dhe çfarë duhet të bëjë lexuesi më pas. Në vend të gjuhës së përgjithshme si "cilësi e jashtëzakonshme", jepni veçori konkrete që mund të verifikohen.

Shkrimi i një postimi në katër hapa

- Fillimisht zgjidhni një produkt, shërbim, njoftim ose këshillë që është aktuale për biznesin.
- Pastaj jepini AI një përshkrim të shkurtër, audiencën dhe kanalin ku do të publikohet, duke kërkuar dy ose tri variante të përmbajtjes.
- Përzgjidhni variantin që tingëllon më natyrshëm për markën, kontrolloni informacionin dhe shtoni mënyrën e kontaktit.
- Hashtag-ët duhet të lidhen me temën dhe audiencën; nuk është e nevojshme të përdoren shumë vetëm sepse AI i sugjeron.

Shembull ilustrues: prezantimi i një shërbimi të ri

Një qendër profesionale trajnimi në Gjilan po hap regjistrimet për një kurs të ri. Në vend që të publikojë vetëm "Regjistrimet janë hapur", ajo mund të shpjegojë

kujt i drejtohet kursi, çfarë trajtohet dhe ku kërkohen informacione shtesë. Nëse data, pagesa dhe numri i vendeve nuk janë finalizuar, AI duhet të lërë fusha për plotësim dhe jo t'i shpikë.
Postimi përfundimtar duhet të kalojë kontrollin e personit përgjegjës për programin.

Kërkesë e gatshme për AI: "Shkruaj tri variante të një postimi në Facebook për hapjen e regjistrimeve në kursin [emri i kursit] në [qyteti]. Audienca është [grupi i synuar]. Përdor vetëm këto të dhëna të konfirmuara: [informacionet]. Një variant të jetë informues, një miqësor dhe një më bindës. Secili të përfundojë me thirrjen për të kërkuar informacione në [kanali]."

Përgatitja e tekstit për një material promovues

Për një fletushkë, poster ose postim me përmasa të caktuara, përdorni AI për të propozuar titullin, përshkrimin e shkurtër dhe ftesën për veprim. Canva AI mund të ndihmojë me ide dhe shabllone për vendosjen e përmbajtjes, ndërsa materialet përfundimtare përgatiten sipas identitetit të markës. Përmbajtja e këtij udhëzuesi është vetëm tekstuale; vendimin për pamjen grafike e merr biznesi ose dizajneri përgjegjës. Fotografitë dhe imazhet e gjeneruara nuk duhet ta keqparaqesin produktin ose t'i japin klientit përshtypjen se po sheh një rezultat real të pakonfirmuar.

Marketing gjithëpërfshirës dhe përmbajtje të qasshme

- Para publikimit, kontrolloni nëse tekstet dhe imazhet e gjeneruara nga AI përfaqësojnë në mënyrë të drejtë gra dhe burra, persona të moshave e komuniteteve të ndryshme dhe persona me aftësi të kufizuara.
- Për shembull, nëse një reklamë për shërbime profesionale i paraqet burrat vetëm në role drejtuese dhe gratë vetëm në role mbështetëse, kërkoni një variant pa këto stereotipe.
- Përdorni gjuhë të kuptueshme, kontrast të lexueshëm, titra për videot dhe përshkrime alternative të imazheve për lexuesit e ekranit.
- Mos publikoni fotografi të klientëve ose personelit pa leje dhe mos përdorni AI për të krijuar imazhe që mund të cenojnë dinjitetin e tyre.
- Mos përdorni rekomandimet e AI për të përjashtuar klientë nga ofertat ose për të marrë vendime automatike mbi punësimin, financimin apo pagat bazuar në supozime për gjininë apo prejardhjen.

Kërkesë e gatshme për AI: "Rishiko këtë tekst reklamues dhe përshkrimin e imazhit [teksti/përshkrimi]. Identifiko stereotipet gjinore ose përjashtimin e grupeve sipas moshës, aftësisë së kufizuar apo prejardhjes. Sugjero një version gjithëpërfshirës në shqip të qartë, me ftesë të njëjtë për të gjitha audiencat, dhe propozo një përshkrim alternativ të shkurtër për imazhin. Mos supozo karakteristika personale që nuk janë dhënë."

Si të matni nëse përmbajtja ishte e dobishme?

Përveç shikimeve dhe reagimeve, vëzhgoni tregues që lidhen me qëllimin e postimit: pyetje për produktin, kërkesa për ofertë, klikime në kanalin e kontaktit ose rezervime të konfirmuara. Krahasojini rezultatet e disa postimeve me tema të ngjashme dhe përdorini vëzhgimet për të përmirësuar kërkesat që i jepni AI.

Mbani një dokument të shkurtër me tekstet dhe tonin që funksionojnë më mirë, në vend që të nisni nga zero në çdo publikim.

AI, CHATBOT-ET DHE PËRGJIGJET AUTOMATIKE PËR KLIENTËT

Një pjesë e madhe e komunikimit me klientët përbëhet nga pyetje të përsëritura: orari i punës, disponueshmëria, mënyra e porositjes, kushtet e dërgesës, kthimet ose kanali i duhur për mbështetje. Bizneset që marrin shumë kërkesa mund të përfitojnë nga mesazhet e përgatitura paraprakisht dhe nga automatizimi i disa hapave të komunikimit. Qëllimi nuk është të shmanget kontakti njerëzor, por që klienti të marrë një përgjigje të parë të qartë dhe të ketë mundësi të lidhet me personin përgjegjës kur është e nevojshme.

Çfarë është përgjigje automatike dhe çfarë është chatbot me AI?

Një mesazh mirëseardhjeje në WhatsApp Business, një përgjigje e ruajtur për pyetjet e zakonshme ose një njoftim jashtë orarit funksionon sipas rregullave të vendosura paraprakisht dhe nuk është domosdoshmërisht chatbot me AI. Një chatbot i avancuar mund të analizojë pyetje të formuluara ndryshe, të lidhet me sisteme të biznesit dhe të japë përgjigje në bazë të informacionit që i është lejuar të përdorë. Këto integrime mund të kërkojnë konfigurim teknik, mbikëqyrje, kushte për mbrojtjen e të dhënave dhe shpenzime shtesë. Për shumë biznese, hapi i parë i arsyeshëm është përgatitja e përgjigjeve të sakta dhe vendosja e automatizimeve bazë.

Hapat për një komunikim më të rregullt

- Mblidhni pesë pyetjet që përsëriten më shpesh dhe shkruani përgjigjet e verifikuara nga biznesi.
- Kërkojini AI t'i shkurtojë dhe t'i bëjë më të kuptueshme, pa ndryshuar kuptimin.
- Më pas vendosini si përgjigje të shpejta ose mesazhe automatike në aplikacionin që përdorni, sipas funksioneve të tij aktuale, dhe testojini nga këndvështrimi i klientit.
- Sigurohuni që mesazhet të mos pretendojnë se një porosi është konfirmuar, një pagesë është pranuar ose një problem është zgjidhur pa pasur verifikim nga sistemi apo nga stafi.

Kërkesë e gatshme për AI: "Përgatit katër përgjigje të shkurtra në shqip për klientët e kompanisë sonë të [sektori]: një mesazh mirëseardhjeje, një përgjigje jashtë orarit, një përgjigje për kërkesë oferte dhe një përgjigje për ankesë. Përdor ton profesional e miqësor. Mos premto afat përgjigjeje; lër [orari], [email-i] dhe [kontakti i ekipit] për t'u plotësuar."

Shembuj mesazhesh që mund të përshtaten

Për një pyetje të përgjithshme: "Përshëndetje! Faleminderit që na kontaktuat te [Biznesi]. Na tregoni cilin produkt ose shërbim po kërkoni dhe ekipi ynë do ta shqyrtojë kërkesën tuaj." Për jashtë orarit: "Ju falënderojmë për mesazhin. Aktualisht jemi jashtë orarit [orari]. Kërkesën tuaj do ta trajtojmë gjatë orarit të

punës.” Për një ankesë: “Na vjen keq për shqetësimin. Ju lutemi përdorni [kanali i sigurt] që ekipi përgjegjës ta shqyrtojë rastin dhe t’ju informojë për hapat e mëtejshëm.”

Përdorimi i reagimeve të klientëve

AI mund të ndihmojë edhe në përmbledhjen e komenteve të përgjithësuara sipas temave, si cilësia, komunikimi, dërgesa dhe shërbimi pas shitjes. Hiqni emrat dhe identifikuesit personalë para analizës, kërkoni një përmbledhje të tri problemeve më të shpeshta dhe lexoni edhe komentet origjinale para vendimmarrjes. Rastet e ndjeshme, ankesat komplekse dhe çështjet kontraktuale duhet t’i trajtojë një punonjës kompetent.

Këshillë praktike për sigurinë dhe përfshirjen: Ofroni edhe një mënyrë kontakti me një person, jo vetëm chatbot, për klientët që nuk përdorin lehtësisht internetin ose teknologjinë. Kur një mesazh përmban ngacmim, kërcënim ose keqpërdorim të fotografive, mos ia lini vendimin vetëm një sistemi automatik: ruajeni raportimin në mënyrë të sigurt dhe kalojeni te personi përgjegjës sipas procedurave të biznesit. Kontrolloni nëse përgjigjet automatike janë të sjellshme dhe të njëjta për të gjithë klientët, pa supozime për gjininë, përkatësinë apo aftësitë e tyre.

PËRFITIMET, KUFIZIMET DHE PËRDORIMI I PËRGJEGJSHËM

Çfarë përfiton biznesi dhe ku duhet të jetë i kujdesshëm?

AI mund të shpejtojë hartimin e versionit të parë të një email-i, të ndihmojë në organizimin e ofertave, të sugjerojë ide për postime dhe të krijojë përgjigje të njëtrajtshme për pyetjet e klientëve. Përfitimi kryesor është lehtësimi i punës përgatitore, në mënyrë që ekipi t’i kushtojë më shumë vëmendje kontrollit, marrëdhënieve me klientët dhe vendimeve të biznesit. Megjithatë, AI mund të prodhojë informacione të pasakta, gjuhë të përgjithshme, përkthime të papërshtatshme ose premtime të cilat biznesi nuk i ka konfirmuar; prandaj çdo material duhet rishikuar nga një person përgjegjës përpara përdorimit.

Për zgjedhjen e një mjeti, krahasoni së pari detyrat që biznesi synon të realizojë me funksionet falas dhe me pagesë të paraqitura në tabelën e seksionit 2. Një abonim është i dobishëm vetëm nëse lehtëson punë konkrete dhe justifikon koston, kohën e konfigurimit dhe nevojën për mbikëqyrje njerëzore.

Rregullat për mbrojtjen e të dhënave dhe besueshmërinë

Mos vendosni në sisteme publike AI të dhëna personale të klientëve dhe punonjësve, numra telefoni, adresa private, dokumente identifikimi, të dhëna bankare, lista të porosive apo përmbajtje kontratash konfidenciale pa bazën e nevojshme ligjore, autorizimet dhe vlerësimin e kushteve të shërbimit. Për shembuj dhe analiza përdorni të dhëna të përgjithësuara ose anonimizuara, sa herë që është e mundur. Kontrolloni emrat, çmimet, datat, afatet, pretendimet mbi produktin dhe të drejtat e përdorimit të teksteve e fotografive. Nëse një mesazh ose imazh është gjeneruar me AI dhe mund të krijojë përshtypje të rreme për produktin apo shërbimin, korrigjojeni ose sqarojeni përpara publikimit.

Çfarë mund të zbatoni që këtë javë?

- Ditën e parë zgjidhni një detyrë të përsëritur, si përgatitja e një email-i apo kthimi i një përgjigjeje standarde.
- Ditën e dytë krijoni një kërkesë të qartë për AI dhe rishikoni dy variante të tekstit.
- Ditën e tretë përgatitni një model email-i ose propozimi që mund ta ripërdorni.
- Ditën e katërt planifikoni tri deri në pesë postime sipas objektivit të biznesit, ndërsa ditën e pestë krijoni përgjigjet për pyetjet më të shpeshta dhe testojini.
- Në fund të javës vlerësoni nëse keni kursyer kohë pa cenuar saktësinë, nëse keni pasur më pak paqartësi në komunikim dhe cilat materiale kanë nevojë për përmirësim.

Kontrolli përfundimtar para dërgimit ose publikimit

Për secilin material pyesni: A është informacioni i saktë dhe i verifikuar? A është toni në përputhje me biznesin dhe me marrësin? A ka një veprim të qartë që pritet nga klienti? A janë shmangur të dhënat personale dhe premtimet e pakonfirmuara? A e ka miratuar personi përgjegjës tekstin përfundimtar? Nëse përgjigjja për ndonjërën pyetje është "jo", përmirësojeni materialin përpara se ta përdorni.

Kontroll shtesë për gjithëpërfshirjen:

- A ka gjuha apo imazhi stereotipe gjinore ose përjashton grupe të caktuara?
- A mund ta kuptojnë mesazhin persona me nivele të ndryshme njohurish digjitale?
- A ofrohet tekst alternativ, titrim ose kanal joautomatik kur nevojitet?
- Nëse jo, rishikojeni përmbajtjen përpara publikimit.