



Workshop:

Anvendelse af AI i faget Afsætning

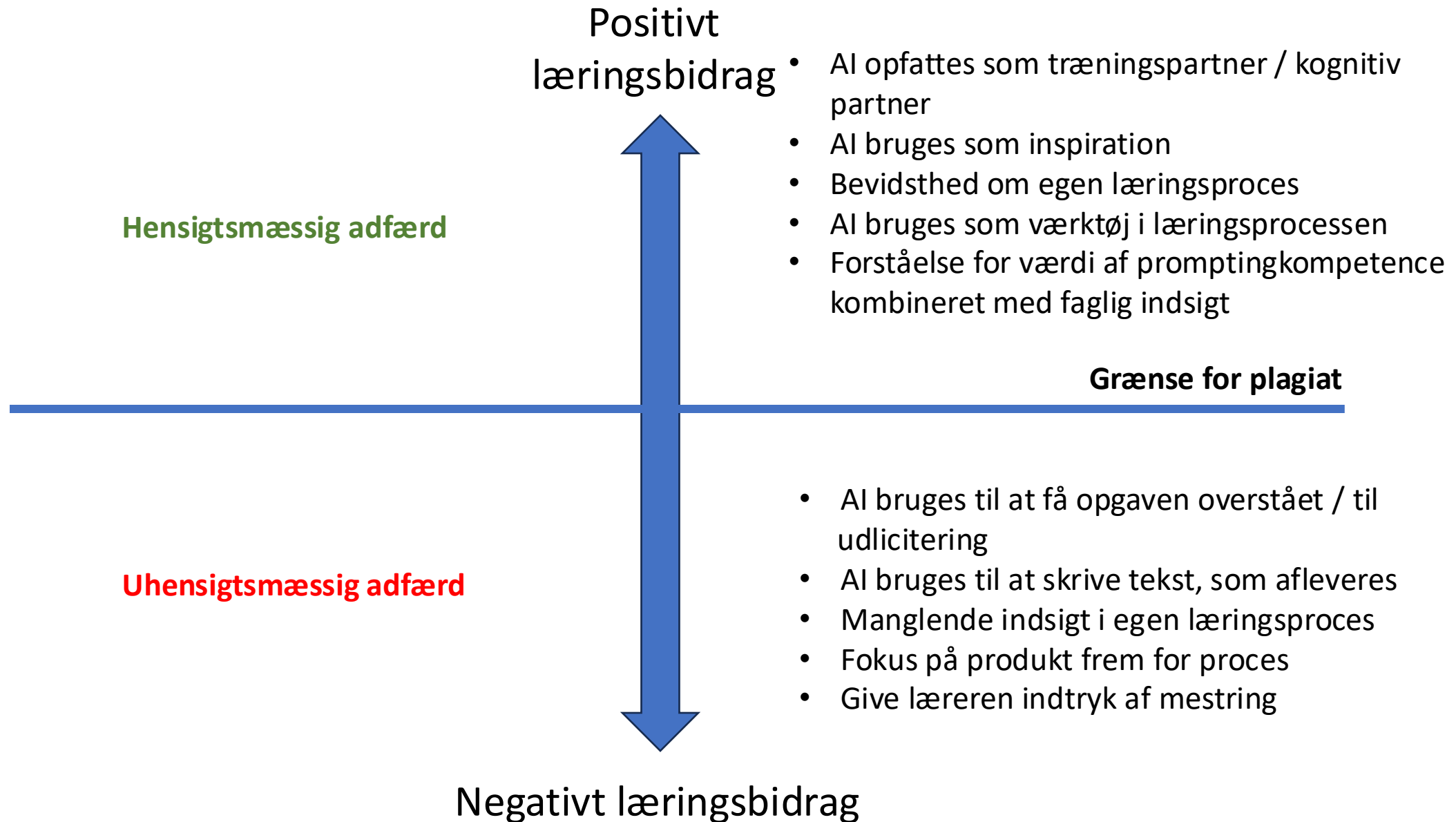
“Tankerne bag brugen af generative AI”



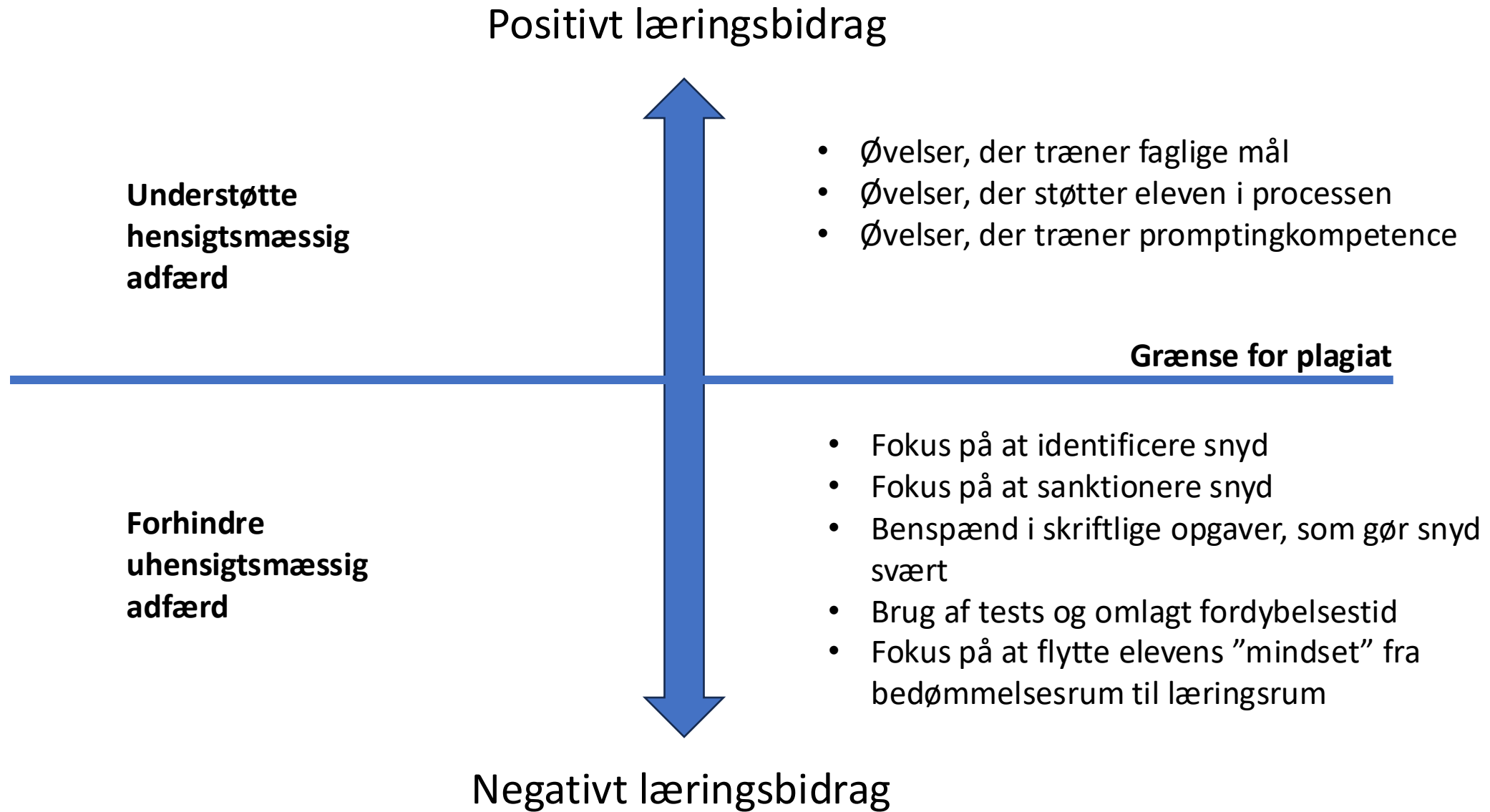
Elevernes først møde med AI i undervisningen

- **Grundforståelse** af brugen af AI
- Hvordan bruger elever AI i skolen?
- De to adfærdstyper:
 - **Uhensigtsmæssig adfærd**
 - **Hensigtsmæssig adfærd**

Eksempler på **elevadfærd**



Eksempler på **lærerindsatser / strategier til håndtering**





Forudsætningen for succesfuld brug af sprogmodeller

Eleverne skal have en ***grundfaglighed*** for at få et udbytte

”fagets sprog”

– ellers opnår man ikke:

Kritisk faglig stillingtagen

Faglig refleksion



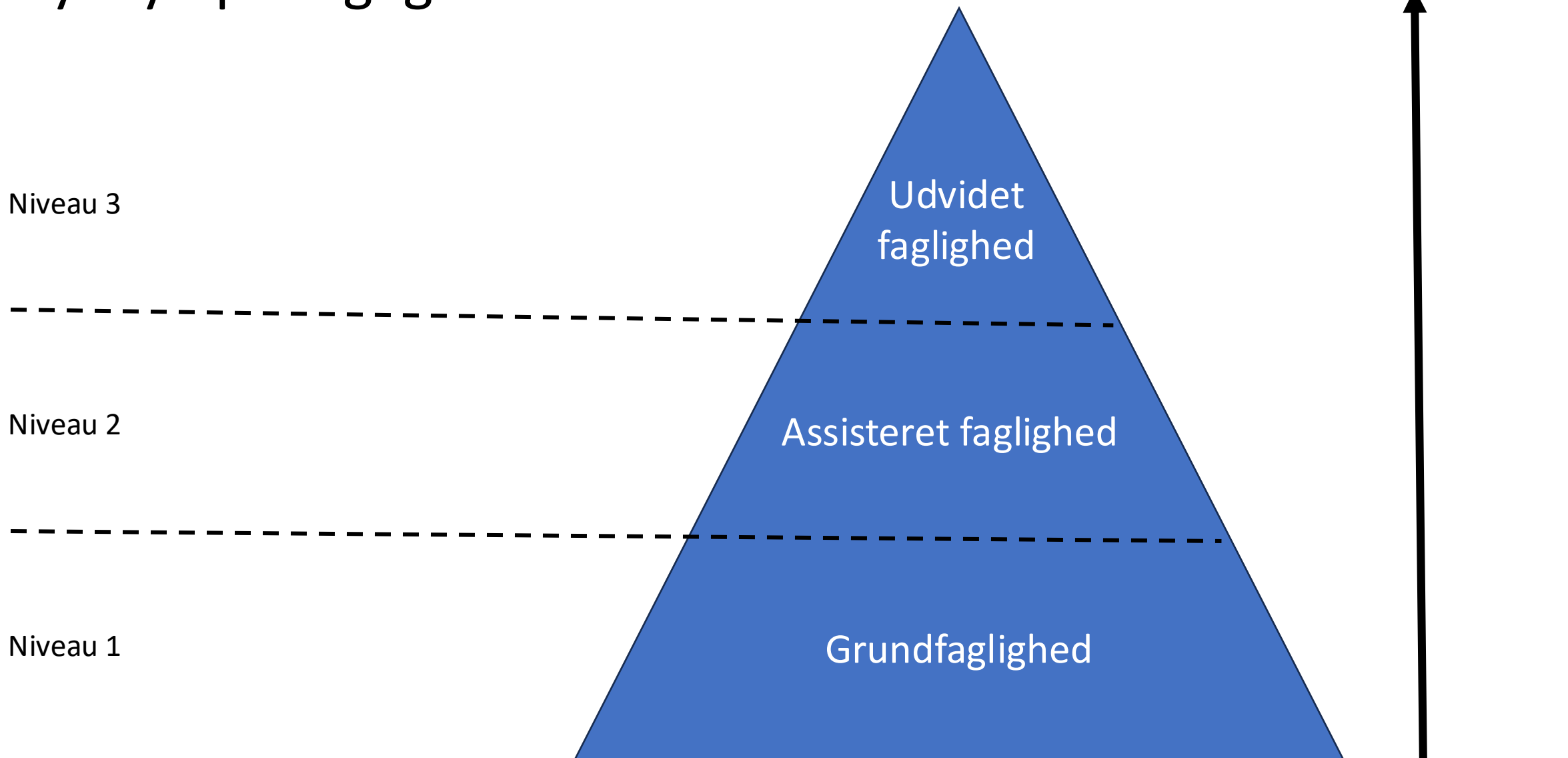
Fokus her er faglige sammenhænge mellem modeller

- De fleste fag bygger på et fundament af modeller og teorier
- Sjældent opnår en elev evnen til at komme videre end en "silotankegang"
- Min mission:

"Eleverne evner at se sammenhænge/relationer mellem fagets modeller og teorier og komme videre end en simpel model/teori forståelse (grundfaglighed → assisteret faglighed)"

("AI bruges som inspiration" – positivt læringsbidrag/hensigtsmæssig adfærd)

Nyt syn på faglighed med AI



Evnen til at prompte

– *en forudsætning for brug af sprogmodeller*

- Prompt strategier
- Loops



Prompt strategier

– bygger på Christian Nygaard: *Prompt engineering – en grundbog*. Samfundslitteratur

1. Spørgsmål prompting

Man får et klart og korrekt svar uden uddybende forklaringer – a la Google

2. Fortæl-mig prompting

Man får et mere detaljeret og uddybende svar

3. Forklar-mig prompting

Man får forklaret på en uddybende vis fx sammenhænge eller relationer mellem fx emner eller fænomener

4. Fokus-prompting

Man lader sprogmodellen koncentrere sig om specifikke aspekter af fx et emne. Man styrer sprogmodellen i retning af et bestemt interesseområde eller perspektiv, så man kan opnå en detaljeret analyse

5. Videngenerende prompting

Man opfordrer sprogmodellen til at skabe viden om et emne og får således en mere nuanceret og omfattende gennemgang af et emne

6. Tankekæde prompting

Sprogmodellen arbejder sig gennem et emne på systematisk vis ved at videreudvikle information fra tidligere svar

7. Bryd-ned prompting

Man spørger sprogmodellen til en kompleks problemstilling, man ønsker at bryde om i mindre dele komplekse dele

8. Kontekst prompting

Man bruger sprogmodellen til at fokusere på sammenhænge mellem fx emner

9. Teori prompting

Her beder man sprogmodellen om at bruge en specifik teori, når den svarer

Loops – kunsten at spørge ind, reflektere og gå i dialog med sprogmodellen

Udfordringer:

”Behagesyge”

”Sprogmodellens hallucinering ”

Eksempel fra undervisningen

ME

You

Vi er i faget Afsætning på HHX. Vi arbejder med SOR modellen. **FORKLAR** hvordan en virksomhed kan bruge "teknologiske stimuli" til at påvirke forbrugernes købsadfærd? Du skal være MEGET konkret med eksempler.

ChatGPT

ChatGPT

SOR-modellen (Stimulus-Organism-Response) er en teoretisk ramme, der forklarer, hvordan forskellige stimuli påvirker forbrugernes interne bearbejdning (organisme), hvilket fører til en bestemt adfærd (respons). I denne sammenhæng refererer "teknologiske stimuli" til anvendelsen af moderne teknologi for at påvirke forbrugerens opfattelse og købsadfærd. Her er nogle konkrete måder, hvorpå virksomheder kan bruge teknologiske stimuli:

1. Augmented Reality (AR) og Virtual Reality (VR):

- **Eksempel:** En møbelforhandler som IKEA tilbyder en AR-app, der gør det muligt for kunderne at se, hvordan forskellige møbler ville se ud i deres eget hjem, før de foretager et køb. Dette reducerer usikkerhed og øger sandsynligheden for køb ved at forbedre kundens evne til at forestille sig produktet i deres egen kontekst.

2. Personaliserede anbefalinger ved brug af AI:

- **Eksempel:** Netflix og Amazon bruger algoritmer til at analysere brugeradfærd og foretrukne indstillinger for at tilbyde personaliserede produkt- eller indholdsanbefalinger. Dette øger interaktionen og tilfredsheden ved at præsentere forbrugeren for muligheder, der sandsynligvis vil appellere til deres individuelle præferencer.

3. Mobil apps med push-notifikationer:

- **Eksempel:** Detailhandelsapps som Zalando eller H&M sender push-notifikationer om særlige tilbud, nye varer og eksklusive rabatter direkte til kundens smartphone. Dette øger sandsynligheden for impuls køb og holder kunden engageret med brandet.

4. Interaktive produktvisualiseringer på websites:

- **Eksempel:** Bilproducenter som Volvo tilbyder detaljerede, 360-graders interaktive visninger af deres biler online, hvor kunder kan tilpasse farver og funktioner. Dette giver en dybere forståelse og forbindelse med produktet, hvilket kan accelerere beslutningsprocessen om køb.

5. Brug af sociale medier til at skabe engagement og influere beslutninger:

- **Eksempel:** Mange brands bruger influencer marketing på platforme som Instagram og YouTube for at promovere produkter gennem personer, som forbrugerne stoler på og følger. Dette skaber en følelse af tillid og tilskynder til køb gennem social bekræftelse.

6. Chatbots til øjeblikkelig kundeservice:

- **Eksempel:** Virksomheder som H&M og Sephora bruger chatbots på deres hjemmesider og i deres apps til at tilbyde hurtig kundesupport, hjælpe med produktvalg og besvare hyppige spørgsmål. Dette forbedrer kundetilfredsheden og hjælper med at facilitere købsbeslutningen.

Ved at integrere disse teknologiske stimuli i deres marketingstrategier kan virksomheder skabe en mere engagerende, personlig og tilfredsstillende kundeoplevelse, som driver salg og bygger brandloyalitet.

Eksempel fra undervisningen

ME

You (2. loop)

Fint, men Vi er stadig i faget Afsætning på HHX. Vi arbejder med SOR modellen. Men **FORTÆL MIG** hvordan en virksomhed kan bruge "teknologiske stimuli" til at påvirke forbrugernes behov, købmotiver og forbrugsvaner? Du skal igen være MEGET konkret med eksempler og bruge begreber fra "behov", "købmotiver" og "forbrugsvaner".

ChatGPT

ChatGPT

For at dykke dybere ned i hvordan teknologiske stimuli kan påvirke forbrugernes behov, købmotiver og forbrugsvaner inden for rammerne af SOR-modellen, skal vi se på, hvordan disse teknologier appellerer til og ændrer kundernes indre tilstande og adfærd. Her er nogle konkrete eksempler:

1. Behovsaktivering via sociale medier:

- Eksempel:** En modebutik kan bruge Instagram til at vise billeder og videoer af kendte personer eller influencere, der bærer deres tøj i trendy, aspirational settings. Dette kan vække et behov hos forbrugeren om at efterligne denne stil eller tilhøre en vis social gruppe. Sociale medier kan altså skabe eller forstærke et socialt behov eller et behov for selv værd hos forbrugeren. (ingen konkrete behovsformer)

2. Købmotiver stimuleret af personaliseret markedsføring:

- Eksempel:** En online boghandel som Amazon bruger dataanalyse til at forudsige og anbefale bøger baseret på tidligere købs- og søgeadfærd. Ved at fremhæve bøger, der passer til kundens smag, tilskyndes kunden til at købe baseret på personaliseringsmotivet, hvor købet tjener til at tilfredsstille en unik og personlig præference. (ingen konkrete købmotiver!)

3. Ændring af forbrugsvaner gennem bekvemmelighedsteknologier:

- Eksempel:** Leveringstjenester som Uber Eats eller Wolt ændrer forbrugernes spisevaner ved at gøre det bekvemt at bestille mad fra forskellige restauranter hjem til døren. Dette reducerer barrieren for at prøve nye retter og kan skifte forbrugernes vaner fra selv at lave mad til oftere at bestille udefra. (ingen begreber fra vores verden)

4. Behovsforstærkning gennem gamification:

- Eksempel:** Fitness-apps som Strava eller Fitbit bruger gamification-elementer som pointscoring, badges og konkurrence med venner til at motivere brugere til regelmæssig motion. Dette tilskynder ikke kun til køb af appen og tilhørende wearables, men kan også skabe eller forstærke et behov for sundhed og fitness gennem regelmæssig brug. (ingen konkrete behovsformer!)

5. Købmotiver fremkaldt af AR-teknologi:

- Eksempel:** IKEAs AR-app, der lader forbrugere se, hvordan møbler vil se ud i deres eget hjem, appellerer direkte til sikkerhedsmotivet. Kunderne motiveres til at købe, fordi de kan føle sig sikre på, at produktet passer ind i deres hjem, hvilket mindsker risikoen for fejkøb. (ingen konkrete købmotiver!)

6. Teknologinduceret skift i forbrugsvaner ved brug af digitale assistenter:

- Eksempel:** Smarte hjem-enheder som Amazon Echo eller Google Home gør det muligt for forbrugere at styre hjemmets enheder via stemmekommandoer, hvilket ændrer den måde, hvorpå folk interagerer med teknologien i deres hjem. Dette kan føre til nye vaner, som indebærer øget brug af stemmeaktiveret teknologi til daglige opgaver.

Disse eksempler illustrerer, hvordan virksomheder kan anvende teknologiske stimuli til at påvirke og forme forbrugernes behov, købmotiver og forbrugsvaner, hvilket skaber mere målrettede og effektive markedsføringsstrategier inden for rammerne af SOR-modellen.

Næste loop (3. loop):

Hvad skal udbygges nu for at få et bedre svar?

(konkrete ord/begreber fra behov, købmotiver og forbrugsvaner)

Hvilke udfordringer har der været?

- Eleverne **skal have deres grundfaglige viden** – start derfor i det små
- *Loops: det er svært at lave loops og tilpasse dem – særligt 3. loop og fremefter, hvis man skal opnå en dybde og idégenerere – ”øvelse gør mester”*
- *Hvordan klarer den svage elev sig i dette?*
 - *Gør det simpelt for eleven, så de få succesoplevelser med AI*

Spørgsmål og diskussion