

10 تکنیک توی چت‌جی‌پی‌تی که همیشه باهاش نتایج بهتری گرفت:

1. درخواست اطلاعات کلی

❌ نمونه ضعیف: "هوش مصنوعی چیست؟"

✅ نمونه بهینه: "لطفاً توضیح بده که هوش مصنوعی چیست و چه کاربردهایی در زندگی روزمره دارد؟"

◆ دلیل بهبود: درخواست دقیق‌تر شده و مدل را هدایت می‌کند تا کاربردهای آن را نیز توضیح دهد.

لطفاً توضیح بده که هوش مصنوعی چیست و چه کاربردهایی در زندگی روزمره دارد؟

هوش مصنوعی (AI) به سیستم‌ها و برنامه‌هایی اطلاق می‌شود که توانایی انجام وظایفی را دارند که معمولاً نیاز به هوش انسان دارند، مانند یادگیری، تصمیم‌گیری، تشخیص الگوها و پردازش زبان طبیعی. این تکنولوژی‌ها به ماشین‌ها این امکان را می‌دهند که به‌طور خودکار مشکلات را حل کنند و از تجربیات گذشته یاد بگیرند.

کاربردهای هوش مصنوعی در زندگی روزمره:

1. دستیارهای مجازی (مثل سیری و الکسا): این دستیارها به کمک هوش مصنوعی می‌توانند دستورات صوتی شما را شناسایی کرده و به سوالات شما پاسخ دهند، قرارها را تنظیم کنند و حتی خانه شما را کنترل کنند.

2. درخواست یک لیست مشخص

❌ نمونه ضعیف: "بهترین ابزارهای بازاریابی دیجیتال را بگو."

✅ نمونه بهینه: "لطفاً یک لیست از ۱۰ ابزار برتر بازاریابی دیجیتال در سال ۲۰۲۴ همراه با توضیح کوتاه درباره کاربرد هرکدام ارائه بده."

◆ دلیل بهبود: تعداد مشخص شده، محدوده زمانی تعریف شده، و درخواست توضیح برای هر مورد اضافه شده است.

لطفاً یک لیست از ۱۰ ابزار برتر بازاریابی دیجیتال در سال ۲۰۲۴ همراه با توضیح کوتاه درباره کاربرد هرکدام ارائه بده.

در سال ۲۰۲۴، ابزارهای بازاریابی دیجیتال به طور چشمگیری پیشرفت کرده‌اند و کسب‌وکارها از آن‌ها برای بهینه‌سازی استراتژی‌های بازاریابی و به دست آوردن نتایج بهتر استفاده می‌کنند. در اینجا ۱۰ ابزار برتر بازاریابی دیجیتال همراه با توضیحاتی در مورد کاربردهای آن‌ها آورده شده است:

۱. Google Analytics

کاربرد: این ابزار برای تحلیل ترافیک وب‌سایت و رفتار کاربران استفاده می‌شود. Google Analytics 4 به شما کمک می‌کند تا بازدیدکنندگان سایت را ردیابی کنید، روندها را تحلیل کنید و تصمیمات مبتنی بر داده‌های واقعی بگیرید.

۲. HubSpot

کاربرد: HubSpot یک ابزار جامع برای مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)، بازاریابی ایمیلی، اتوماسیون، و مدیریت محتوا است. این ابزار برای تولید لید، پیگیری مشتریان و تحلیل داده‌ها بسیار مفید است.

۳. SEMrush



3. درخواست توضیح مرحله به مرحله

❌ نمونه ضعیف: "چگونه یک پرامپت خوب بنویسیم؟"

✅ نمونه بهینه: "لطفاً یک راهنمای گام به گام برای نوشتن یک پرامپت مؤثر ارائه بده، به همراه مثال‌هایی برای هر مرحله."

♦ دلیل بهبود: درخواست به شکل گام به گام شده و درخواست مثال نیز اضافه شده است.

لطفاً یک راهنمای گام به گام برای نوشتن یک پرامپت مؤثر ارائه بده، به همراه مثال‌هایی برای هر مرحله.

نوشتن یک پرامپت مؤثر، به ویژه برای مدل‌های هوش مصنوعی مثل GPT، می‌تواند تأثیر زیادی بر دقت و کیفیت پاسخ‌ها داشته باشد. در اینجا یک راهنمای گام به گام برای نوشتن یک پرامپت مؤثر همراه با مثال‌هایی برای هر مرحله آورده شده است.

گام ۱: تعریف هدف پرامپت

قبل از نوشتن پرامپت، باید دقیقاً مشخص کنید که چه هدفی دارید. آیا می‌خواهید اطلاعات خاصی دریافت کنید؟ یا نیاز به راهنمایی در مورد یک موضوع دارید؟ داشتن یک هدف روشن کمک می‌کند تا پرامپت شما دقیق‌تر و هدفمندتر باشد.

مثال: هدف شما این است که اطلاعاتی در مورد "بازاریابی محتوا" به دست آورید.

- هدف: کسب اطلاعات در مورد "بازاریابی محتوا" برای ایجاد یک استراتژی بازاریابی.

گام ۲: تعیین محدوده و جزئیات



برای اینکه مدل، بهتر بتواند نتیجه ارائه دهد، باید جزئیات و محدودیت‌ها را که لازم است در پاسخ در نظر گرفته شوند،

4. درخواست مقایسه

❌ نمونه ضعیف: "بازاریابی درون‌گرا و برون‌گرا چه تفاوتی دارند؟"

✅ نمونه بهینه: "لطفاً تفاوت‌های بازاریابی درون‌گرا و برون‌گرا را در قالب یک جدول مقایسه‌ای ارائه بده و مثال‌هایی برای هر کدام ذکر کن."

♦ دلیل بهبود: مدل را به یک قالب مشخص (جدول مقایسه‌ای) هدایت کرده و درخواست مثال نیز اضافه شده است.

لطفاً تفاوت‌های بازاریابی درون‌گرا و برون‌گرا را در قالب یک جدول مقایسه‌ای ارائه بده و مثال‌هایی برای هر کدام ذکر کن.

در اینجا تفاوت‌های اصلی بین بازاریابی درون‌گرا (Inbound Marketing) و بازاریابی برون‌گرا (Outbound Marketing) به صورت یک جدول مقایسه‌ای آورده شده است. همچنین برای هر کدام مثال‌هایی ذکر شده است.

ویژگی	بازاریابی درون‌گرا (Inbound Marketing)	بازاریابی برون‌گرا (Outbound Marketing)
تعریف	جذب مشتریان از طریق تولید محتوای ارزشمند و تعامل مستقیم با آن‌ها به صورت غیرتحمیلی.	تلاش برای جذب مشتریان از طریق روش‌های تبلیغاتی تحمیلی و ارسال پیام‌های تبلیغاتی به مخاطبان بالقوه.
هدف	جذب و جلب اعتماد مخاطب و تبدیل آن‌ها به مشتری وفادار.	جلب توجه سریع به محصول یا خدمات از طریق تبلیغات مستقیم.
استراتژی‌ها	تولید محتوا، SEO، رسانه‌های اجتماعی، وبلاگ نویسی، وبینارها، بازاریابی ایمیلی هدفمند.	تبلیغات تلویزیونی، تبلیغات رادیویی، تبلیغات چاپی، ایمیل‌های انبوه، تماس‌های تلفنی سرد.
مخاطب	مشتریانی که به طور فعال در حال جستجو برای اطلاعات یا حل مشکل هستند.	مخاطبانی که ممکن است به محصولات یا خدمات شما علاقه نداشته باشند و تبلیغات به آن‌ها تحمیل می‌شود.
رویکرد	تعامل و ارتباط مستمر با مشتری از طریق ارائه و ارائه ارزش.	ارسال پیام‌های تبلیغاتی به مخاطب و انتظار پاسخ یا واکنش سریع.

5. درخواست تولید محتوا

✗ نمونه ضعیف: "یک کپشن برای اینستاگرام بنویس."

✓ نمونه بهینه: "یک کپشن خلاقانه و انگیزشی برای یک پست اینستاگرام درباره موفقیت شخصی بنویس که شامل یک سوال در انتها باشد تا تعامل کاربران افزایش یابد."

♦ دلیل بهبود: سبک کپشن مشخص شده، موضوع تعیین شده و یک عنصر تعاملی اضافه شده است.

یک کپشن خلاقانه و انگیزشی برای یک پست اینستاگرام درباره موفقیت شخصی بنویس که شامل یک سوال در انتها باشد تا تعامل کاربران افزایش یابد.

"موفقیت نه یک مقصد، بلکه یک سفر است. هر قدمی که به سوی اهدافت برمی‌داری، تو را به فردی بهتر تبدیل می‌کند. هیچ‌گاه قدرت درون خود را دست کم نگیر؛ تو شایسته هر چیزی هستی که خواهی. ✨"

حالا نوبت توست! 🗨️ چه چیزی به تو انگیزه می‌ده که هر روز به جلو پیش بری؟"

این کپشن می‌تواند به راحتی کاربران را به تعامل و اظهار نظر در مورد انگیزه‌های شخصی‌شان تشویق کند.

6. درخواست خلاصه‌سازی

✗ نمونه ضعیف: "این متن را خلاصه کن."

✓ نمونه بهینه: "لطفاً این متن را در ۵ جمله خلاصه کن، به طوری که نکات کلیدی حفظ شوند و انسجام معنایی آن از بین نرود."

♦ دلیل بهبود: تعداد جملات مشخص شده و مدل هدایت شده تا خلاصه را بدون از بین بردن انسجام متن ارائه دهد.



لطفاً این متن را در ۵ جمله خلاصه کن، به طوری که نکات کلیدی حفظ شوند و انسجام معنایی آن از بین نرود:

"فروش انواع دستگاه تصفیه آب شیاثومی از طریق فروشگاه اینترنتی شیاثومی سیتی - نمایندگی رسمی فروش محصولات شیاثومی

تصفیه آب نیز چون دستگاه تصفیه هوا مد نظر مدیران شرکت شیاثومی قرار گرفته است. دستگاه تصفیه کننده آب بوسیله فیلتراسیون تمامی مواد شیمیایی میکروب ها را از بین می برد. این فیلترها علاوه بر بهبود دادن مزه آب ، آن را سبک و خوشگوار می کنند. انواع فلاسک ها و دستگاه های تخصصی مخصوص تصفیه آب در سایت شیاثومی سیتی قابل عرضه هستند.

7. درخواست تحلیل و پیشنهاد

❌ نمونه ضعیف: "چگونه فروش آنلاین را افزایش دهیم؟"

✅ نمونه بهینه: "۵ استراتژی کاربردی برای افزایش فروش آنلاین معرفی کن و برای هرکدام یک مثال عملی در زمینه فروش لوازم آرایشی ارائه بده."

♦ دلیل بهبود: تعداد استراتژی‌ها مشخص شده و درخواست مثال عملی باعث شده مدل پاسخ بهتری ارائه دهد.

۵ استراتژی کاربردی برای افزایش فروش آنلاین معرفی کن و برای هرکدام یک مثال عملی در زمینه فروش لوازم آرایشی ارائه بده.

در اینجا پنج استراتژی کاربردی برای افزایش فروش آنلاین به همراه مثال‌های عملی در زمینه فروش لوازم آرایشی آورده شده است:

۱. استفاده از بازاریابی محتوا

استراتژی: تولید محتوای ارزشمند و آموزشی برای جلب توجه و اعتماد مخاطبان. این محتوا می‌تواند شامل وبلاگ‌ها، ویدیوها، و پست‌های آموزشی در شبکه‌های اجتماعی باشد.

مثال عملی: تولید ویدیوهای آموزشی درباره نحوه استفاده از محصولات آرایشی مختلف (مثلاً نحوه استفاده از کرم پودر یا رژ لب) و انتشار آن‌ها در اینستاگرام یا یوتیوب. این ویدیوها می‌توانند برای مخاطبان جذاب باشند و به آن‌ها کمک کنند تا خرید محصولات را با اعتماد بیشتری انجام دهند.

۲. پیشنهادات ویژه و تخفیف‌ها

استراتژی: ارائه تخفیف‌ها، کدهای تخفیف و پیشنهادات ویژه برای تشویق به خرید فوری.



8. درخواست توضیح با توجه به سطح مخاطب

❌ نمونه ضعیف: "یادگیری ماشین چیست؟"

✅ نمونه بهینه: "یادگیری ماشین را به زبانی ساده توضیح بده، به طوری که یک دانش‌آموز دبیرستانی بتواند آن را درک کند."

◆ دلیل بهبود: سطح مخاطب مشخص شده و مدل ملزم شده تا پاسخ را ساده‌تر ارائه دهد.

یادگیری ماشین را به زبانی ساده توضیح بده، به طوری که یک دانش‌آموز دبیرستانی بتواند آن را درک کند.

یادگیری ماشین (Machine Learning) به شاخه‌ای از هوش مصنوعی که کمک می‌کند کامپیوترها بدون نیاز به دستورالعمل‌های خاص، خودشان یاد بگیرند و کارهایی را انجام بدن. تصور کن مثل اینکه به یک کامپیوتر نشون بدی که چطور یک کار رو انجام بده، اما به جای اینکه دقیقاً بگی چی کار کنه، فقط اطلاعات و مثال‌هایی بهش میدی و اون خودش به تدریج یاد می‌گیره.

مثال ساده: فرض کن می‌خواهی به کامپیوتر یاد بدی که آیا یک تصویر یک گربه است یا نه. بهش هزاران تصویر از گربه‌ها و غیرگربه‌ها نشون میدی. کامپیوتر با نگاه کردن به ویژگی‌های مختلف تصاویر (مثل شکل بدن، گوش‌ها، و دم) شروع به شناسایی الگوها می‌کنه. در نهایت، وقتی به یک تصویر جدید نشون میدی، کامپیوتر می‌تونه حدس بزنه که این تصویر مربوط به گربه هست یا نه، چون قبلاً این اطلاعات رو یاد گرفته.

در کل، یادگیری ماشین یعنی کامپیوترهایی که از داده‌ها یاد می‌گیرند و به تدریج کارهای جدیدی رو انجام می‌دن، مثل پیش‌بینی، شناسایی الگوها یا حتی پیشنهاد دادن چیزهایی که ممکنه دوست داشته باشیم!

9. درخواست مثال کاربردی

❌ نمونه ضعیف: "هوش مصنوعی چه تأثیری بر پزشکی دارد؟"

✅ نمونه بهینه: "۳ نمونه از کاربردهای هوش مصنوعی در پزشکی ارائه بده، همراه با توضیح درباره چگونگی تأثیر آن در بهبود تشخیص بیماری‌ها."

♦ دلیل بهبود: تعداد مثال‌ها مشخص شده و درخواست توضیح درباره تأثیر نیز اضافه شده است.



۳ نمونه از کاربردهای هوش مصنوعی در پزشکی ارائه بده، همراه با توضیح درباره چگونگی تأثیر آن در بهبود تشخیص بیماری‌ها.

هوش مصنوعی (AI) در پزشکی توانسته انقلابی در فرآیند تشخیص و درمان ایجاد کند. در اینجا سه نمونه از کاربردهای آن در پزشکی آورده شده است:

۱. تشخیص تصاویر پزشکی (مانند رادیوگرافی و ام‌آر‌آی)

چگونگی تأثیر: سیستم‌های هوش مصنوعی می‌توانند تصاویر پزشکی مانند رادیوگرافی، سی‌تی‌اسکن یا ام‌آر‌آی را تجزیه و تحلیل کرده و بیماری‌ها را شناسایی کنند. این سیستم‌ها قادرند به سرعت و دقت بیشتری از انسان‌ها بیماری‌هایی مانند سرطان، عفونت‌ها و بیماری‌های قلبی را تشخیص دهند. مثال عملی: یک سیستم هوش مصنوعی می‌تواند تصاویر رادیوگرافی از ریه‌ها را تجزیه و تحلیل کند و به پزشک هشدار دهد که آیا نشانه‌هایی از سرطان ریه یا ذات‌الریه وجود دارد. این کار باعث می‌شود که تشخیص زودهنگام‌تر و درمان سریع‌تری انجام شود.

۲. پیش‌بینی بیماری‌ها با استفاده از داده‌های پزشکی

چگونگی تأثیر: هوش مصنوعی می‌تواند از داده‌های پزشکی موجود برای پیش‌بینی بیماری‌های احتمالی استفاده کند. این سیستم‌ها با تحلیل تاریخچه پزشکی بیمار، آزمایش‌ها ↓ بلی، عادات زندگی و دیگر فاکتورها، احتمال بروز

10. درخواست پاسخ ساختاریافته

✗ نمونه ضعیف: "چگونه یک استراتژی بازاریابی موفق داشته باشیم؟"

✓ نمونه بهینه: "یک استراتژی بازاریابی موفق را در قالب ۳ بخش توضیح بده: (۱) تحلیل بازار، (۲) تدوین استراتژی، و (۳) اجرای تاکتیک‌ها. لطفاً برای هر بخش یک مثال ارائه کن."

♦ دلیل بهبود: ساختار مشخص شده، بخش‌بندی انجام شده و درخواست مثال اضافه شده است.



یک استراتژی بازاریابی موفق را در قالب ۳ بخش توضیح بده: (۱) تحلیل بازار، (۲) تدوین استراتژی، و (۳) اجرای تاکتیک‌ها. لطفاً برای هر بخش یک مثال ارائه کن

یک استراتژی بازاریابی موفق شامل سه بخش اصلی است: تحلیل بازار، تدوین استراتژی، و اجرای تاکتیک‌ها. در اینجا توضیح می‌دهیم که هر بخش چیست و چگونه می‌توان آن را به‌خوبی پیاده‌سازی کرد:

1. تحلیل بازار

توضیح: در این مرحله، باید بازار هدف، رقبا، نیازها و رفتار مصرف‌کنندگان را بررسی کرد. این تحلیل به شما کمک می‌کند تا نقاط قوت و ضعف بازار و فرصت‌ها و تهدیدهای آن را شناسایی کنید.

مثال: فرض کنید قصد دارید یک برند جدید لوازم آرایشی راه‌اندازی کنید. در این مرحله باید به تحلیل بازار لوازم آرایشی بپردازید و ببینید که برندهای رقیب چه ویژگی‌هایی دارند، قیمت‌ها چطور است، مشتریان به چه ویژگی‌هایی از محصولات اهمیت می‌دهند، و در نهایت، چه نیازهایی در بازار وجود دارد که برطرف نشده‌اند.



2. تدوین استراتژی

سعی دارم با نشون دادن این تکنیکا، مهارت استفاده از
هوش مصنوعیتون رو افزایش بدم.

**من پیمان محمدیان هستم و اینجا براتون در مورد
هوش مصنوعی و بیزینس و بازاریابی می‌نویسم و سعی
دارم هرچی که بلام رو در طبق اخلاص بذارم. متن
پستامم توی کانال تلگرامم میذارم.**

لینک کانال: <https://t.me/tafakkoratpeyman>

