
Vodič za pametnu
upotrebu AI u
marketingu

PROMPT nije čarolija

Creative
Communication
Agency

UVOD

Zašto je ova tema važna?

Vještačka inteligencija je u vrlo kratkom roku postala dio svakodnevnog marketinga. Tekstovi, ideje, oglasi i vizuali danas se mogu generisati za nekoliko sekundi.

Ipak, mnoge kompanije brzo shvate isto: rezultati su često generički, površni ili neusklađeni s brendom. Razlog nije u alatu. Razlog je u načinu na koji se AI koristi.

Ova brošura objašnjava kako AI može biti koristan saveznik u marketingu, ali i zašto prompt nije čarolija.

Šta je prompt – i zašto nije samo pitanje

Prompt se često doživljava kao jedna rečenica ili naredba. U stvarnosti, dobar prompt je jasno definisan zadatak.

Dobar prompt uvijek sadrži:

- kontekst (ko ste i u kojoj industriji poslujete)
- cilj (šta želite postići)
- publiku (kome se obraćate)
- ograničenja (šta mora, a šta ne smije)
- format i ton komunikacije

Bez ovih elemenata, AI ne može proizvesti smislen, brendu prilagođen rezultat.

Zašto AI često daje “prosječne” rezultate

AI ne razumije vaš brend, tržište ili kontekst – on radi isključivo s informacijama koje dobije.

Najčešći razlozi loših rezultata su:

- preopćeniti zahtjevi
- nedostatak cilja
- izostanak informacija o publici
- nedefinisan ton komunikacije
- očekivanje gotove strategije

Kada je input nejasan, output je neminovno generičan.

Najčešće greške u korištenju AI u marketingu

1. Očekivanje “čarobnog rješenja”

AI može pomoći, ali ne može zamijeniti razmišljanje, iskustvo i strategiju.

2. Kopiranje istih promptova

Kada svi koriste iste formule, svi dobijaju sličan sadržaj.

3. Zanemarivanje lokalnog konteksta

AI ne poznaje specifičnosti tržišta BiH i regije bez jasnog usmjeravanja.

4. Objavljivanje bez provjere

AI može griješiti u činjenicama, tonu i kontekstu.

Gdje AI ima stvarnu vrijednost u marketingu

AI je posebno koristan kao:

- alat za brainstorming
- podrška u strukturi teksta
- generator varijacija poruka
- pomoć u prilagodbi sadržaja različitim kanalima
- ubrzivač operativnog rada

AI štedi vrijeme – ali ne donosi odluke.

Gdje AI ne može zamijeniti stručnjake

Postoje oblasti gdje je ljudski faktor nezamjenjiv:

- razvoj strategije i pozicioniranja
- definisanje brend identiteta
- krizna i reputacijska komunikacija
- osjetljive teme (ESG, održivost, društvena pitanja)
- donošenje poslovnih odluka

U ovim segmentima, AI može pomoći – ali ne voditi proces.

Kako razmišljati kada pišete prompt

Umjesto da razmišljate šta da napišem, važno je razmišljati:

- šta želim postići
- kome se obraćam
- u kojem kontekstu
- kojim tonom
- s kojim ograničenjima

Dobar prompt ne počinje riječima, već razumijevanjem zadatka.

Zašto svi AI tekstovi zvuče isto

Bez jasnih smjernica, AI proizvodi sadržaj koji:

- je gramatički ispravan
- ali bez karaktera
- bez stava
- bez prepoznatljivog glasa
-

Brend glas ne nastaje slučajno. On se definiše, njeguje i dosljedno primjenjuje – uz ili bez AI alata.

Kako kombinovati AI i marketing agenciju

Najbolji rezultati nastaju kada:

- agencija postavlja strategiju i smjer
- AI pomaže u realizaciji i optimizaciji
- ljudi donose odluke i vrše kontrolu

AI tada ne zamjenjuje stručnjake, već im omogućava da rade brže, fokusiranije i kvalitetnije.

Zaključak

AI je moćan alat.

Prompt je način komunikacije s tim alatom. Međutim, ni jedno ni drugo nisu čarolija.

U marketingu i dalje pobjeđuju oni koji:

- razumiju svoj brend
- poznaju svoju publiku
- znaju šta žele postići
- koriste tehnologiju pametno, a ne slijepo

Kako vam mi možemo pomoći?

Pomažemo kompanijama da:

- razumiju gdje AI ima smisla u njihovom marketingu
- postavljaju jasne smjernice za njegovu upotrebu
- kombinuju tehnologiju, strategiju i ljudsko iskustvo
- izbjegnu generičan sadržaj i reputacijske greške

AI ne treba voditi marketing.

Marketing treba znati kako koristiti AI.

Republic - Creative Communication
Agency