

Katarzyna Maciejko-Zielińska

# **INSTRUKCJA OBSŁUGI JUTRA**

Jak budować skuteczne prompty,  
które oszczędzają czas i podnoszą  
jakość projektów





# PROFESJONALNE WSPARCIE W CODZIENNEJ PRACY

ODKRYJ WIĘCEJ PUBLIKACJI  
I SKORZYSTAJ Z RABATÓW

Zeskanuj kod lub wejdź na stronę  
<https://ln.wip.pl/fabrykawiedzy>



# **Instrukcja obsługi jutra**

## **Jak budować skuteczne prompty, które oszczędzają czas i podnoszą jakość projektów**

Copyright © by Wiedza i Praktyka sp. z o.o.

Warszawa 2026

## **Instrukcja obsługi jutra. Jak budować skuteczne prompty, które oszczędzają czas i podnoszą jakość projektów**

Copyright © Warszawa 2026 by Wiedza i Praktyka sp. z o.o.

**Autor:** Katarzyna Maciejko-Zielińska

**Redakcja:** Anna Gardyniak

**Korekta:** Zespół

**Koordynator produkcji:** Mariusz Jeziński

**Koordynator projektów wydawniczych:** Anna Jagodzińska

**Content & Publishing Leader:** Marta Grabowska-Peda

**Projekt graficzny okładki:** Agnieszka Makowska

**Zdjęcie na okładce:** Adobe Stock

**Skład i łamanie:** Agnieszka Makowska

### **Wydanie I**

**Stan prawny:** kwiecień 2026 r.

**ISBN:** 978-83-8409-699-4

**Kod produktu:** 3QS23

### **Wydawca:**

Wiedza i Praktyka sp. z o.o.

03-918 Warszawa, ul. Łotewska 9a

tel. 22 518 29 29, faks 22 617 60 10

[www.wip.pl](http://www.wip.pl)

**Druk i oprawa:** KRM Druk sp. z o.o

**Dystrybucja:** ATENEUM [www.ateneum.pl](http://www.ateneum.pl)

### **Publikacja uwzględnia stan prawny obowiązujący na dzień 1 kwietnia 2026 r.**

Niniejsza publikacja oraz wszystkie zawarte w niej teksty, grafiki i materiały są chronione prawem autorskim. Żadna część tej książki nie może być reprodukowana, przechowywana w systemach wyszukiwania lub transmitowana w jakiegokolwiek formie i jakimikolwiek środkami – elektronicznymi, mechanicznymi, kopiowania, nagrywania lub innymi – bez uprzedniej pisemnej zgody Redakcji.

Zakaz ten nie dotyczy cytowania ww. materiałów w granicach dozwolonego użytku, z powołaniem się na źródło.

Treści zawarte w niniejszej publikacji mają charakter wyłącznie informacyjny i edukacyjny. Publikacja została przygotowana z zachowaniem najwyższej staranności oraz z wykorzystaniem wysokich kwalifikacji, wiedzy i doświadczenia autorów oraz konsultantów. Niemniej jednak zawiera ona ogólne wskazówki i nie powinna być traktowana jako indywidualna porada prawna, finansowa, medyczna ani żadna inna forma profesjonalnej konsultacji.

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za decyzje podjęte na podstawie informacji zawartych w tej publikacji. W przypadku potrzeby uzyskania specjalistycznej porady zaleca się konsultację z odpowiednim ekspertem lub specjalistą w danej dziedzinie.

# Spis treści

Słowo od autora .....	5
Rozdział 1. Jak działa LLM i dlaczego prompt ma znaczenie .....	7
Rozdział 2. Anatomia dobrego promptu .....	27
Rozdział 3. Higiena pracy – iteracje i kontrola jakości .....	47
Rozdział 4. Bezpieczeństwo i RODO w pracy z LLM .....	63
Rozdział 5. Komunikacja pisemna – e-maile, pisma, komunikaty .....	83
Rozdział 6. Obsługa klienta i standardy współpracy .....	105
Rozdział 7. Oferty i sprzedaż usług .....	121
Rozdział 8. Generowanie i redakcja treści .....	141
Rozdział 9. Social media w praktyce .....	155
Rozdział 10. Analityka i raportowanie .....	177
Rozdział 11. Mapowanie procesów i SOP .....	187
Rozdział 12. Techniki zaawansowane – jak wydobyć z AI więcej .....	201
Zakończenie. Twój następny krok .....	217

## Słowo od autora

AI może być Twoim najszybszym współpracownikiem – jeśli wiesz, jak do niego mówić. Ta książka da Ci tę umiejętność i dziesiątki gotowych narzędzi, żebyś już od pierwszego rozdziału pracował szybciej i pewniej.

Nauczysz się struktury CEL/KONTEKST/DANE/FORMAT/OGRANICZENIA/TON i zaczniesz ją stosować do swoich własnych zadań. Dostaniesz gotowe szablony promptów do codziennej pracy: e-maili, raportów, ofert, komunikatów, opisów usług, postów i procedur – każdy w wersji do skopiowania i uzupełnienia.

Zrozumiesz, jak poprawiać prompt krok po kroku, zamiast zaczynać od zera, i jak wydobywać z modelu AI odpowiedzi, które faktycznie możesz wysłać klientowi lub przełożonemu.

Dowiesz się, czego nie wklejać do AI, jak chronić dane firmowe i osobowe i jak pracować z modelem zgodnie z RODO – bez stresu i bez ryzyka.

Opanujesz techniki, które oszczędzają czas: łączenie promptów w sekwencje, wymuszanie formatu odpowiedzi i uczenie modelu Twojego tonu na przykładach.

Niezależnie od tego, czy prowadzisz biuro obsługujące dziesiątki klientów, czy pracujesz w dziale kadr, księgowości albo marketingu – po tej lekturze zadania, które dziś zajmują Ci godzinę lub kilka, będą gotowe w kilka minut. Nie dlatego że AI jest magiczne – po prostu nauczysz się z nim rozmawiać.

**Rozdział 1**  
**Jak działa LLM i dlaczego**  
**prompt ma znaczenie**

## Jaki potencjał niesie ten rozdział

Zanim zaczniesz pisać prompty, które naprawdę działają – musisz zrozumieć jedną kwestię: jak model „czyta” to, co do niego wpisujesz. Nie chodzi o teorię ani techniczne szczegóły, ale o praktyczną wiedzę, która zmieni Twoje podejście do każdego kolejnego promptu.

Pewnie znasz to z własnego doświadczenia: wpisujesz „napisz mi pismo” albo „przygotuj raport” i dostajesz coś ogólnego, rozwlekłego, nie w tym tonie, nie w tym formacie. Próbujesz jeszcze raz, potem jeszcze raz, poprawiasz, doprecyzowujesz – i po dwudziestu minutach masz wynik, który „jakoś ujdzie”. A mogło to zająć dwie minuty.

Problem nie leży w modelu. Problem tkwi w tym, czego model od Ciebie nie dostał – bo nikt Ci wcześniej nie pokazał, czego on faktycznie potrzebuje, żeby dać Ci dobrą odpowiedź.

### Po lekturze tego rozdziału będziesz wiedzieć:

- dlaczego to samo pytanie daje odmienne odpowiedzi w różne dni i jak to wykorzystać, zamiast się frustrować,
- czego brakuje w promptach, które „nie działają” – i jak to naprawić jednym zdaniem,
- jak wygląda różnica między promptem, który generuje bylejakość, a promptem, który daje odpowiedź gotową do wysłania klientowi lub przełożonemu.

To fundament – bez niego nawet najlepsze szablony z kolejnych rozdziałów będą dla Ciebie formułkami pozbawionymi sensu. Z nim zaczniesz świadomie kontrolować to, co dostajesz od AI, i przestaniesz tracić czas na poprawianie tego, co powinno być dobre od razu.

## Co tak naprawdę robi model, gdy wpisujesz prompt

Żeby dobrze promptować, nie musisz wiedzieć, jak działa silnik AI od środka. Ale jedno warto zrozumieć – bo bez tego będziesz traktować model jak człowieka, a potem się dziwić, że „nie rozumie” albo „zmyśla”. Te trzy informacje, które przeczytasz poniżej, to fundament. Wracaj do nich za każdym razem, gdy wynik Cię zaskoczy.

## LLM nie „myśli” – przewiduje kolejne słowo

Wyobraź sobie, że siedzisz z kimś przy stole i ta osoba zaczyna zdanie: „W dniu dzisiejszym zwracam się z prośbą o...”. Twój mózg automatycznie podpowiada, co może być dalej – „udzielenie informacji”, „przesłanie dokumentów”, „rozpatrzenie sprawy”. Nie wiesz na pewno, ale zgadujesz na podstawie tysięcy podobnych zdań, lecz w życiu słyszałeś.

Model AI robi dokładnie to samo. Tyle że nie przeczytał tysięcy zdań – przeczytał ich miliardy. Teksty ze stron internetowych, książek, dokumentów, artykułów, forów. I na tej podstawie nauczył się jednej rzeczy: jakie słowo najczęściej pojawia się po poprzednich słowach w danym kontekście.

Gdy wpisujesz prompt, model nie siada, nie zastanawia się, nie analizuje Twojego problemu. On generuje odpowiedź słowo po słowie – za każdym razem wybierając to, które statystycznie najlepiej pasuje do tego, co już napisał.

### Dlaczego to ważne dla Ciebie? Bo oznacza trzy rzeczy:

- **Model nie „wie”** – on dopasowuje wzorce. Jeśli Twój prompt jest ogólny, model dopasuje ogólny wzorzec. Jeśli dasz mu konkret – dopasuje konkretny wzorzec. Jakość Twojego promptu dosłownie decyduje o jakości odpowiedzi.
- **Model nie „rozumie”** Twojej intencji. Ty wiesz, że chcesz krótki e-mail do wymagającego klienta. Model widzi tylko słowa, które wpisałeś. Jeśli napisałeś „napisz e-mail” – dostaniesz generyczny e-mail. Jeśli wskazałeś „napisz krótki e-mail do wymagającego klienta B2B, ton profesjonalny, maks. 800 znaków” – dostaniesz coś zupełnie innego. Nie dlatego że model „lepiej zrozumiał”. Po prostu dałeś mu lepszy wzorzec do dopasowania.
- **Model może generować rzeczy, które brzmią świetnie, ale są nieprawdziwe.** Skoro przewiduje „co pasuje” – czasem wygeneruje coś, co brzmi przekonująco, ale jest zmyślane. Dlatego w rozdziale 3 nauczysz się, jak kontrolować jakość odpowiedzi. Na razie zapamiętaj: AI to nie wyrocznia. To narzędzie, które wymaga Twojej weryfikacji.

## Dlaczego ten sam prompt daje różne wyniki

Zdarzyło Ci się wpisać to samo pytanie dwa razy i dostać dwie różne odpowiedzi? To nie błąd. To normalne działanie modelu.

Wróćmy do analogii: model za każdym razem wybiera „następne słowo”. Ale nie zawsze wybiera to z najwyższym prawdopodobieństwem. Ma w sobie element losowości – celowo. Dzięki temu jego odpowiedzi nie brzmią jak kopiowane formułki, tylko jak naturalny tekst.

Pomyśl o tym jak o kucharzu, który gotuje rosół. Ma ten sam przepis, te same składniki – ale za każdym razem rosół smakuje trochę inaczej. Szczypta soli tu, minuta gotowania więcej tam. Efekt jest podobny, ale nie identyczny.

Co to oznacza w praktyce? Dwie rzeczy:

**Nie panikuj, gdy odpowiedź wygląda inaczej niż wczoraj.** Jeśli prompt jest dobrze napisany, różnice będą kosmetyczne – inny szyk zdania, inne słowo. Sens i jakość będą spójne.

**Jeśli wyniki są za każdym razem zupełnie inne – to sygnał, że Twój prompt jest zbyt ogólny.** Im bardziej precyzyjny prompt, tym mniejszy rozrzut odpowiedzi. To jak przepis: „zrób coś dobrego na obiad” da Ci za każdym razem inne danie. „Zrób rosół z kury z makaronem, na 4 porcje, gotuj 2 godziny” – da Ci za każdym razem wariant tego samego.

### Zapamiętaj

Precyzyjny prompt = przewidywalny wynik. To jedna z najważniejszych zasad, do których będziemy wracać w całej książce.

## Co z tego wynika dla Ciebie w praktyce

Skoro już wiesz, jak model działa „od kuchni”, przełóżmy to na Twoją codzienną pracę. Oto trzy zasady, które od teraz powinny towarzyszyć Ci przy każdym prompcie:

**Zasada 1: Im więcej dajesz, tym lepsze treści dostajesz.** Model nie czyta Ci w myślach. Wszystko, czego mu nie powiesz – sam sobie dopowie. Czasem trafi, częściej nie. Twoja rola to dać mu kontekst, cel, format i ograniczenia, a on odwzajemni się odpowiedzią, której nie musisz poprawiać.

**Zasada 2: Traktuj model jak nowego, zdolnego praktykanta.** Jest szybki, chętny i ma ogromną wiedzę ogólną. Ale nie zna Twojej firmy, Twojego klienta, Twojej

branży. Musisz mu to powiedzieć – za każdym razem. Nie dlatego że jest głupi. Po prostu nie ma dostępu do Twojego kontekstu dopóty, dopóki go nie podasz.

**Zasada 3: Zawsze weryfikuj.** Model generuje tekst, który „brzmi dobrze”. Ale „brzmi dobrze” to nie to samo, co „jest poprawne”. Zanim wyślesz cokolwiek do klienta, przełożonego czy urzędu – przeczytaj, sprawdź fakty, porównaj z tym, co wiesz. AI jest Twoim pierwszym krokiem, nie ostatnim.

#### **Uwaga**

Ta trzecia zasada jest szczególnie ważna, jeśli pracujesz z tematami regulowanymi: kadry, księgowość, prawo, medycyna, BHP. Model nie zna aktualnych przepisów, nie śledzi zmian w ustawach i nie ponosi odpowiedzialności za błędy. Ty – tak. Dlatego w rozdziale 4 pokażę Ci dokładnie, jak bezpiecznie pracować z AI w branżach, gdzie pomyłka kosztuje.

## **Dlaczego „napisz mi pismo” nie działa**

Teraz wiesz, jak model generuje odpowiedzi – słowo po słowie, na podstawie wzorców. Czas zobaczyć, co to oznacza w praktyce, gdy siadasz do pracy i wpisujesz swój pierwszy prompt. Bo właśnie tutaj popełniasz (albo popełniałeś) błąd, który kosztuje Cię najwięcej czasu.

## **Czego brakuje modelowi, gdy dajesz za mało**

Wyobraź sobie taką sytuację. Wchodzisz do biura, podchodzisz do nowego pracownika – pierwszego dnia w pracy – i mówisz: „Napisz mi pismo”. Nic więcej. Nie mówisz do kogo, w jakiej sprawie, w jakim tonie, jak długie, kiedy ma być gotowe.

Co zrobi ten pracownik? Albo napisze coś ogólnego i „na czuja”, albo przyjdzie do Ciebie z dziesięcioma pytaniami. I jedno, i drugie zajmie czas.

Model AI zachowa się jak opcja pierwsza. Nie przyjdzie z pytaniami. Nie poprosi o doprecyzowanie. Po prostu napisze – cokolwiek pasuje do wzorca „pismo”. I dostaniesz tekst, który wygląda jak pismo, brzmi jak pismo, ale nie jest Twoim pismem. Bo model nie wiedział:

- **do kogo** pisze (klient? urząd? pracownik? zarząd?),
- **w jakiej sprawie** (prośba? reklamacja? informacja? wezwanie?),
- **w jakim tonie** (uprzejmie? stanowczo? neutralnie?),

- **jak długie ma być** (3 zdania? cała strona?),
- **czego nie powinien w nim umieścić** (dane osobowe? kwoty? szczegóły umowy?).

I jest jeszcze coś, o czym łatwo zapomnieć: model nie zna Ciebie. Nie wie, jak zwykle piszesz do swoich klientów, jakim stylem komunikujesz się w firmie, co działa na Twojego odbiorcę, a co go irytuje. Sam nie obmyśli, że klient X lubi konkrety w trzech punktach, a klient Y potrzebuje cieplejszego tonu i dłuższego wstępu. Nie zdaje sobie sprawy, że Twój przełożony chce zawsze widzieć wnioski na górze, a szczegóły pod spodem. Tego wszystkiego musisz go nauczyć – promptem.

Każda z tych informacji to element, który zmienia odpowiedź. Nie trochę – diametralnie. I to jest właśnie sedno promptowania: nie chodzi o to, żeby „ładnie poprosić”. Istotą sprawy jest to, żeby dać modelowi wszystko, czego potrzebuje, aby trafić za pierwszym razem.

**Pomyśl o tym tak:** Twój prompt to brief. Im lepszy brief – tym lepsza realizacja. Dokładnie jak przy zleceniu grafikowi, copywriterowi czy asystentowi. Różnica jest taka, że model nie dopyta – więc Twój brief musi być kompletny od razu.

## **ZŁY prompt vs. DOBRY prompt – 3 pary z życia wzięte**

### **Para 1: Prośba o dokumenty**

#### **× ZŁY prompt:**

Napisz e-maila do klienta z prośbą o przesłanie brakujących faktur. Ma być profesjonalnie i krótko.

Co dostaniesz? E-mail, który wygląda poprawnie, ale jest generyczny. Model nie wie, ile faktur brakuje, za jaki okres, na kiedy potrzebujesz, jak klient ma je dostarczyć i co się stanie, jeśli się spóźni. Dostaniesz grzeczną prośbę, którą i tak będziesz przerabiać, bo nie pasuje do sytuacji.

#### **✓ DOBRY prompt:**

CEL: napisz e-maila z prośbą o przesłanie brakujących dokumentów księgowych. KONTEKST: piszę jako biuro rachunkowe do klienta B2B (mała firma han-

dlowa). Klient współpracuje z nami od roku, relacja dobra. Brakuje dokumentów do zamknięcia miesiąca. DANE WEJŚCIOWE: brakujące dokumenty – [LISTA\_BRAKÓW]. Termin dostarczenia – [TERMIN]. Sposób dostarczenia – [SPOSÓB\_DOSTARCZENIA]. Jeśli klient się spóźni – rozliczenie przesunie się na kolejny okres. FORMAT WYJŚCIA: temat e-maila + treść z listą brakujących dokumentów jako punkty + jedno zdanie o konsekwencji opóźnienia + CTA z konkretnym krokiem, który klient ma wykonać. OGRANICZENIA: maks. 800 znaków. Bez kwot, numerów faktur i danych osobowych. Bez straszenia karami. TON/STYL: uprzejmy, konkretny, partnerski – jak do kogoś, z kim dobrze się współpracuje.

Co się zmieniło? Model wie, kim jesteś (biuro rachunkowe), kim jest odbiorca (stały klient, dobra relacja), co dokładnie ma się znaleźć w e-mailu, czego w nim nie powinno być – i jak to wszystko ma brzmieć. Zamiast generycznego „uprzejmie prosimy o przesłanie” dostaniesz e-mail, który pasuje do tej konkretnej sytuacji i tej konkretnej relacji.

## Para 2: Komunikat o zmianie w firmie

### ✗ ZŁY prompt:

Napisz komunikat dla pracowników o zmianie w obiegu faktur. Ma być krótki i zrozumiały.

Co dostaniesz? Komunikat, który brzmi jak ogłoszenie z tablicy w korytarzu – „informujemy, że od dnia X obowiązuje nowa procedura”. Pracownik przeczyta, wrzuci ramionami i nadal nie będzie wiedział, co konkretnie ma teraz robić inaczej. Bo model nie wiedział, co się zmienia, co zostaje po staremu i jaki jest pierwszy krok dla pracownika.

### ✓ DOBRY prompt:

CEL: przygotuj komunikat wewnętrzny informujący pracowników o zmianie procedury obiegu faktur kosztowych. KONTEKST: firma usługowa, 40 pracowników. Zmiana dotyczy sposobu przekazywania faktur do działu księgowości – z e-maili na dedykowany folder w systemie [NARZĘDZIE]. Zmiana obowiązuje od [DATA]. Powodem jest duża liczba zagubionych dokumentów w skrzynkach e-mailowych. Komunikat trafi do wszystkich pracowników przez [KANAL]. DANE WEJŚCIOWE: co się zmienia – [ZMIANY]. Co zostaje bez zmian – [BEZ\_ZMIAN]. Kogo pytać w razie problemów – [OSOBA\_KONTAKTOWA] z działu [DZIAŁ]. Do kiedy trzeba się przestawić – [TERMIN]. FORMAT WYJŚCIA: krótkie intro wyjaśniające powód

zmiany (2–3 zdania, bez korporacyjnego żargonu) + lista „co się zmienia” vs. „co zostaje po staremu” + sekcja „co robię teraz?” z ponumerowanymi krokami, które pracownik wykonuje od najbliższego poniedziałku + krótkie FAQ (4–5 pytań, które pracownicy najprawdopodobniej zadadzą). OGRANICZENIA: maks. 1800 znaków. Prosty język – tak żeby zrozumiał pracownik, który nie jest w temacie. Bez porad prawnych. Bez straszenia konsekwencjami. TON/STYL: spokojny, klarowny, pomocny – jak wiadomość od kolegi z działu, który tłumaczy zmianę po ludzku, nie jak okólnik z zarządu.

Co się zmieniło? Model wie, dlaczego zmiana się pojawia (zagubione faktury w e-mailach), kto jest odbiorcą (zwykły pracownik, nie księgowy), czego ten pracownik potrzebuje (konkretne kroki, nie ogólne „dostosujcie się”) – i jak to ma brzmieć. Zamiast korporacyjnego „niniejszym informujemy” dostaniesz komunikat, który ludzie faktycznie przeczytają do końca.

### Para 3: Wyjaśnienie trudnego tematu

#### ✗ ZŁY prompt:

Wyjaśnij split payment prostym językiem dla mojego klienta. Krótko i na temat.

Co dostaniesz? Uproszczoną definicję, która nadal brzmi jak artykuł z portalu księgowego. „Split payment, czyli mechanizm podzielonej płatności, polega na...”. Twój klient – właściciel firmy, który chce wiedzieć, czy go to dotyczy i co ma klikać w banku – po dwóch zdaniach straci zainteresowanie, by cokolwiek zrozumieć.

#### ✓ DOBRY prompt:

CEL: wyjaśnij mechanizm split payment (podzielonej płatności) w sposób, który klient zrozumie i zapamięta bez notatek. KONTEKST: odbiorca to właściciel małej firmy handlowej (sklep z materiałami budowlanymi), nie jest księgowym, nie lubi „urzędowego” języka. Pyta, bo dostał fakturę z adnotacją „mechanizm podzielonej płatności”, i nie wie, co z tym zrobić. Piszę jako biuro rachunkowe obsługujące tego klienta. DANE WEJŚCIOWE: pytanie klienta – [PYTANIE\_KLIENTA]. Branża klienta – handel materiałami budowlanymi (towary z załącznika 15 ustawy o VAT). FORMAT WYJŚCIA: 1 akapit wyjaśnienia „o co chodzi” w maks. 5 zdaniach, bez odwołań do numerów ustaw + 3 praktyczne przykłady z branży klienta (np. zakup cementu, stali, usługi budowlanej) pokazujące, kiedy split payment jest obowiązkowy, a kiedy nie + 3 najczęstsze błędy, które popełniają właściciele firm w tej branży + FAQ z 3 pytaniami, które klienci najczęściej zadają (np. „co, jeśli

zapłacę zwykłym przelewem?”). OGRANICZENIA: bez cytowania paragrafów i numerów ustaw – klient tego nie potrzebuje. Jeśli odpowiedź zależy od indywidualnej sytuacji – oznacz „△ do weryfikacji z księgowym”. Nie pisz, że „zawsze trzeba” ani „nigdy nie wolno” – zależy od kwoty i rodzaju towaru. TON/STYL: spokojny, cierpliwy, rzeczowy – jak rozmowa z księgowym, który tłumaczy przy kawie, a nie jak pismo z urzędu skarbowego.

Co się zmieniło? Model wie, kim jest konkretny klient (właściciel sklepu budowlanego), dlaczego pyta (dostał fakturę i nie rozumie), czego się boi – i wie, że nie ma udawać urzędu, tylko wyjaśnić to tak, jak Ty byś wyjaśnił przy kawie. Zamiast encyklopedycznej definicji dostaniesz tekst, który możesz skopiować i wysłać klientowi w e-mailu – bez przeróbek.

## Pierwszy rzut oka na strukturę CEL/KONTEKST/ FORMAT

Zauważyłeś pewnie, że w każdym dobrym prompcie powyżej powtarza się schemat. To nie przypadek. Każdy skuteczny prompt zawiera kilka stałych elementów i właśnie ich nauczysz się w rozdziale 2. Na razie wystarczy, że zobaczysz je z lotu ptaka:

- **CEL** – co model ma dla Ciebie zrobić. „Napisz e-maila”, „Przygotuj komunikat”, „Wyjaśnij pojęcie”.
- **KONTEKST** – w jakiej sytuacji, dla kogo, w jakiej branży. „Klient B2B”, „właściciel małej firmy”, „pracownicy działu księgowości”.
- **DANE WEJŚCIOWE** – konkretne informacje, których model potrzebuje. Lista braków, nazwa procedury, dane zagregowane.
- **FORMAT WYJŚCIA** – jak ma wyglądać odpowiedź. „Temat + treść + lista + CTA”, „akapit + 3 przykłady + 3 błędy”.
- **OGRANICZENIA** – czego model nie powinien robić. „Max 800 znaków”, „bez danych osobowych”, „bez porad prawnych”.
- **TON/STYL** – jak ma to brzmieć. „Uprzejmy i konkretny”, „spokojny i rzeczowy”, „stanowczy, ale profesjonalny”.

Nie musisz tego teraz zapamiętywać. W rozdziale 2 rozłożymy każdy element na części, z osobnymi przykładami i ćwiczeniami. Teraz ważne jest jedno: widzisz, że

różnica między złym a dobrym promptem to nie talent i nie doświadczenie z AI. To struktura. A struktury można się nauczyć.

## Twój pierwszy prompt – ćwiczenia

Dość teorii. Czas napisać swój pierwszy prompt albo poprawić ten, który już masz. Poniżej znajdziesz trzy ćwiczenia. Każde bazuje na poprzednim, więc rób je po kolei. Nie musisz trafić idealnie za pierwszym razem – w rozdziale 3 nauczysz się iterować, czyli poprawiać prompt krok po kroku. Na razie chodzi o jedno: żebyś zobaczył na własne oczy, jaką różnicę robi struktura.

### Rada na start

Otwórz model AI obok tej książki – ChatGPT ([chatgpt.com](https://chatgpt.com)), Claude ([claude.ai](https://claude.ai)) lub Gemini ([gemini.google.com](https://gemini.google.com)). Każda z tych wersji jest dostępna za darmo. Każde ćwiczenie przetestuj na żywo – wklej prompt, zobacz wynik, porównaj. Teoria zostaje w głowie, gdy widzisz efekt na ekranie.

## Ćwiczenie 1: Napisz prompt do swojego codziennego zadania

Pomyśl o jednym zadaniu, które robisz w pracy regularnie – najlepiej takim, które zabiera Ci czas, a jest powtarzalne. Może to jest:

- e-mail z przypomnieniem o dokumentach,
- podsumowanie tygodnia dla przełożonego,
- odpowiedź na pytanie klienta, które słyszysz po raz setny,
- komunikat wewnętrzny o nowej procedurze,
- opis usługi, który trzeba w końcu napisać.

Wymyśliłeś, czym się zajmiesz? Teraz napisz prompt do tego zadania. Nie zastanawiaj się za długo nad formą – napisz tak, jak napisałbyś do tej pory. Dokładnie tak, jak przychodzi Ci do głowy.

Wklej go do AI i zapisz swój wynik. Nie poprawiaj jeszcze niczego – wrócimy do tego za chwilę.

## Ćwiczenie 2: Rozbuduj swój prompt o brakujące elementy

Teraz weź ten sam prompt z ćwiczenia 1 i przejdź przez poniższą checklistę. Przy każdym punkcie zadaj sobie pytanie: „Czy model to wie, czy musi zgadywać?”

- **CEL** – Czy napisałeś, co model ma zrobić? (napisać e-maila? przygotować listę? wyjaśnić pojęcie?).
- **KONTEKST** – Czy model wie, kim jesteś, kim jest odbiorca i jaka jest sytuacja? (biuro rachunkowe pisze do klienta? pracownik HR pisze do zespołu? menedżer raportuje do zarządu?).
- **DANE WEJŚCIOWE** – Czy dałeś mu konkrety, których potrzebuje? (jakich dokumentów brakuje? jaki okres? jakie dane ma wykorzystać?).
- **FORMAT** – Czy powiedziałaś, jak ma wyglądać odpowiedź? (e-mail z tematem? lista punktów? tabela? akapit + przykłady?).
- **OGRANICZENIA** – Czy model wie, czego NIE robić? (maks. długość? bez danych osobowych? bez porad prawnych? bez żargonu?).
- **TON** – Czy wie, jak to ma brzmieć? (uprzejmie? stanowczo? partnersko? jak do stałego klienta czy jak do kogoś nowego?).

Uzupełnij swój prompt o brakujące elementy. Nie musisz używać jeszcze formalnej struktury CEL/ KONTEKST/DANE/FORMAT/OGRANICZENIA/TON – wystarczy, że dopiszesz brakujące informacje swoimi słowami.

Wklej rozbudowany prompt do AI i zapisz wynik obok poprzedniego.

### Ćwiczenie 3: Porównaj wyniki – przed i po

Masz teraz dwa wyniki z AI – jeden z promptu „na szybko”, drugi z promptu rozbudowanego. Połóż je obok siebie (albo otwórz w dwóch oknach) i odpowiedz sobie na pięć pytań:

- 1) **Trafność** – Który wynik jest bliższy temu, czego faktycznie potrzebowałeś? Który wymagałby mniej przeróbek, zanim go wyślesz?
- 2) **Ton** – Który brzmi tak, jak Ty piszesz (albo chciałbyś pisać) do swoich klientów, współpracowników, przełożonych?
- 3) **Format** – Który jest lepiej zorganizowany? Który łatwiej skopiować i użyć?
- 4) **Zbędne rzeczy** – Czy w którymś wyniku model dodał coś, o co nie prosiłeś? Generyczne formułki? Zbyt długi wstęp? Porady, których nie potrzebujesz?

5) **Czas** – Ile zajęło Ci napisanie pierwszego promptu, a ile drugiego? I ile czasu zaoszczędzisz na poprawkach, gdy wynik jest dobry od razu?

**Jeśli różnica jest niewielka** – Twój pierwszy prompt był prawdopodobnie lepszy, niż myślisz. Sprawdź, czy nieświadomie zawarłeś w nim kontekst i format. Jeśli tak – rozdział 2 pomoże Ci to zrobić świadomie i powtarzalnie.

**Jeśli różnica jest ogromna** – właśnie zobaczyłeś, o co chodzi w promptowaniu. I to jest dopiero początek. W rozdziale 2 zamienisz tę checklistę w system, który działa na każde zadanie.

**Zachowaj oba prompty i oba wyniki.** Wrócisz do nich w rozdziale 3, gdy będziemy uczyć się iteracji – czyli poprawiania promptu krok po kroku, aż wynik będzie dokładnie taki, jak chcesz.

## Checklista rozdziału

Zanim przejdziesz do rozdziału 2, upewnij się, że masz to za sobą:

Wiesz, że model nie „myśli” – przewiduje kolejne słowo na podstawie wzorców. Im lepszy wzorzec mu dasz, tym lepszą odpowiedź dostaniesz.

Rozumiesz, dlaczego ten sam prompt daje różne wyniki – i wiesz, że im precyzyjniejszy prompt, tym mniejszy rozrzut odpowiedzi.

Traktujesz model jak zdolnego praktykanta, nie jak eksperta – dajesz mu kontekst, bo sam go nie ma.

Wiesz, że „napisz mi e-maila” to za mało – i potrafisz wskazać, czego w takim prompcie brakuje (cel, odbiorca, ton, format, ograniczenia).

Znasz sześć elementów dobrego promptu z lotu ptaka: CEL/KONTEKST/DANE WEJŚCIOWE/ FORMAT/OGRANICZENIA/TON – nawet jeśli jeszcze nie używaś ich formalnie.

Zrobiłeś trzy ćwiczenia: napisałeś prompt „na szybko”, rozbudowałeś go o brakujące elementy i porównałeś wyniki.

Masz zapisane oba prompty i obydwa wyniki – wrócisz do nich w rozdziale 3.

**Jeśli pominąłeś ćwiczenia** – wróć do nich teraz. Cała ta książka jest zbudowana tak, żebyś ćwiczył na swoich zadaniach, nie na abstrakcyjnych przykładach. Bez praktyki kolejne rozdziały dadzą Ci wiedzę, ale nie umiejętność.

## Przykłady branżowe

Poniżej znajdziesz konkretne zastosowania tego, czego nauczyłeś się w tym rozdziale – dla różnych typów branż i stanowisk. Każdy przykład pokazuje jedno typowe zadanie i gotowy prompt, który możesz skopiować, uzupełnić o swoje dane i przetestować od razu. Zwróć uwagę, jakie w każdym prompcie pojawiają się elementy, które już znasz: cel, kontekst, odbiorca, format, ograniczenia i ton.

### HR/kadry/płace

**Zadanie:** Przygotowanie odpowiedzi na pytanie pracownika o zasady urlopu wypoczynkowego.

**Wariant usługodawca** (biuro kadrowe obsługujące klientów):

*CEL: napisz odpowiedź na pytanie pracownika klienta o zasady wykorzystania urlopu wypoczynkowego. KONTEKST: jestem biurem kadrowym, obsługuję firmę produkcyjną (60 pracowników). Pracownik pyta, ile dni urlopu mu zostało i do kiedy musi go wykorzystać. Odpowiadam w imieniu działu kadr klienta. DANE WEJŚCIOWE: wymiar urlopu – [LICZBA] dni, wykorzystane – [LICZBA] dni, zaległy urlop – [LICZBA] dni z [ROK]. Termin wykorzystania zaległego – [TERMIN]. FORMAT WYJŚCIA: krótki e-mail (temat + treść). Treść: 2–3 zdania odpowiedzi + podsumowanie dni w formie minitabeli (przysługujący/wykorzystany/pozostały/zaległy) + jedno zdanie o kolejnym kroku. OGRANICZENIA: maks. 600 znaków. Bez interpretacji prawnych – jeśli sytuacja jest niestandardowa, oznacz „⚠ do weryfikacji z działem kadr klienta”. Bez danych osobowych pracownika. TON/STYL: rzeczowy, życzliwy – jak odpowiedź od kadrowej, która chce pomóc, nie jak pismo urzędowe.*

**Wariant etatowiec** (specjalista HR w firmie):

*Ten sam prompt, ale zmień KONTEKST na: „jestem specjalistą HR w firmie produkcyjnej, odpowiadam bezpośrednio pracownikowi” i w FORMAT dodaj: „na końcu dopisz: w razie pytań skontaktuj się z [OSOBA\_KONTAKTOWA] z działu [DZIAŁ]”.*