

# ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΟ “YES”

Πώς το ΑΙ χαρτογραφεί τα Competitive Signals που επηρεάζουν το πλαίσιο της επιλογής

**Sissy Theofanopoulou**

Instructor, Institute of Communication | Author

Competitive Signal | Ανταγωνιστικό Σήμα / Ένδειξη: cue ή πληροφορία που μπορεί να επηρεάσει το πώς ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται, συγκρίνει και αξιολογεί ένα brand.

**Before consumers choose a brand, they read a market.**

POSITIONING

PRICING

MESSAGING

REVIEWS

TRUST CUES

OBJECTIONS

SENTIMENT

**The challenge is not finding signals. It is connecting them.**

# MASTER PROMPT: COMPETITIVE CHOICE MAPPING

ΑΝΤΙΓΡΑΨΕ. ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΕ.  
ΤΡΕΞΕ.

|                 |                                                            |                         |                                                                                      |
|-----------------|------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ROLE</b>     | Λειτουργήσε ως Consumer Choice Analyst.                    | <b>MEDIA TO EXPLORE</b> | Websites, e-shops, Search, Social Media, Reviews, Forums, Marketplaces.              |
| <b>CATEGORY</b> | Όρισε την αγορά και την Product Category.                  | <b>SIGNALS</b>          | Positioning, Pricing & Value, Messaging, Reviews, Trust Cues, Objections, Sentiment. |
| <b>BRANDS</b>   | Όρισε το Brand και τους βασικούς Competitors.              | <b>OUTPUT</b>           | Choice Map + 3 επαναλαμβανόμενα Signals + 3 Barriers + 3 Choice Hypotheses.          |
| <b>CONTEXT</b>  | Όρισε αγορά, κοινό, περίσταση αγοράς και Decision Context. | <b>GUARDRAIL</b>        | Διαχώρισε το Evidence από την ερμηνεία. Χαρακτήρισε τις παραδοχές ως Hypotheses.     |
| <b>LANGUAGE</b> | Όρισε τη γλώσσα για το Research και το τελικό Output.      |                         |                                                                                      |

**Το Master Prompt οργανώνει την ανάλυση. Το Human Judgement αποφασίζει τι έχει πραγματικά σημασία.**

# ΠΩΣ ΜΟΙΑΖΕΙ ΤΟ OUTPUT

ΥΠΟΘΕΤΙΚΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

## ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ PREMIUM ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ

Ενδεικτικό AI Output. Δεν αποτελεί πραγματικό Market Research.

| SIGNAL          | ΣΟΚΟΛΑΤΑ Α         | ΣΟΚΟΛΑΤΑ Β                     | ΣΟΚΟΛΑΤΑ Γ                |
|-----------------|--------------------|--------------------------------|---------------------------|
| POSITIONING     | Απόλαυση           | Premium προέλευση              | Καθημερινή απόλαυση       |
| PRICING & VALUE | Premium / εμπειρία | Premium / προέλευση κακάο      | Μεσαία τιμή / προσιτή     |
| MESSAGING       | Έντονη γεύση κακάο | Κακάο συγκεκριμένης προέλευσης | Μικρή καθημερινή απόλαυση |
| REVIEWS         | Γεύση, υφή         | Προέλευση, ποιότητα            | Γεύση, αξία               |
| TRUST CUES      | Ποιότητα κακάο     | Προέλευση και τεχνογνωσία      | Αναγνωρισιμότητα, Ratings |
| OBJECTIONS      | Price              | Περιορισμένες γεύσεις          | Λιγότερα Premium Cues     |
| SENTIMENT       | Απολαυστική        | Premium, αυθεντική             | Οικεία, προσιτή           |

ΑΠΟ 7 SIGNALS ΣΕ ΕΝΑ CHOICE MAP

# ΑΠΟ ΤΑ SIGNALS ΣΤΑ CHOICE HYPOTHESES

ΥΠΟΘΕΤΙΚΟ ΑΙ OUTPUT

## 3 ΕΠΑΝΑΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΑ SIGNALS

### ΑΠΟΛΑΥΣΗ

Η ένταση της γεύσης δημιουργεί έναν σαφή λόγο επιλογής.

### TRUST

Η προέλευση, τα συστατικά και τα Ratings μπορούν να μειώσουν την αβεβαιότητα.

### VALUE FOR MONEY

Η τιμή αξιολογείται σε σχέση με το Perceived Benefit.

## 3 POTENTIAL BARRIERS

### PRICE

Το Premium Positioning μπορεί να δημιουργήσει αντίσταση λόγω τιμής.

### COMPROMISE

Απόλαυση vs price.

### DIFFERENTIATION

Παρόμοια Premium Claims μπορεί να θολώνουν τη διαφοροποίηση.

## 3 CHOICE HYPOTHESES ΠΡΟΣ ΕΛΕΓΧΟ

### H1

Η ένταση της γεύσης μπορεί να είναι ισχυρότερο Cue από ένα γενικό Premium Claim.

### H2

Η προέλευση του κακάο μπορεί να αυξάνει το Perceived Trust και την αντίληψη ποιότητας.

### H3

Τα Reviews για γεύση και υφή μπορεί να μειώνουν την αντίσταση στο Premium Pricing.

**ΤΟ ΑΙ ΕΝΤΟΠΙΖΕΙ ΤΑ PATTERNS.  
ΤΟ RESEARCH ΕΛΕΓΧΕΙ ΑΝ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ.**

# ΑΙ & COMPETITION: ΤΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

**ΤΟ ΑΙ ΔΕΝ ΜΑΣ ΛΕΕΙ  
ΓΙΑΤΙ Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΛΕΕΙ “YES”.**

**Μας βοηθά να χαρτογραφήσουμε γρηγορότερα τα Competitive Signals  
που συναντά πριν από την επιλογή.**

To Competitive Analysis δημιουργεί Hypotheses.

To Research και το Human Judgement τις επιβεβαιώνουν ή τις απορρίπτουν.

**ΑΙ FOR SPEED. RESEARCH FOR TRUTH. HUMANS FOR DECISIONS.**

# THANK YOU

**Sissy Theofanopoulou**