

GUIDE TIL CHATGPT: FRA MARKEDSRESEARCH TIL CONTENT MED RETTE TONE & STIL



HVORFOR DENNE GUIDE?

Denne guide giver en enkel, trin-for-trin-proces fra kort virksomhedsoverblik til færdige tekster i jeres brand og tone-of-voice.

I stedet for at hoppe direkte til "skriv et opslag", starter vi med **et fundament** (mål, målgruppe, tone) og bygger lag for lag, så bliver valgene nemmere, og I farer ikke vild.

Tænk på flowet som en **arbejdssti, hvor hvert trin forbereder det næste**: research → målgruppe → strategi → stil og tone → mini-brief → produktion → udrulning & måling.

Når du følger stien, får ChatGPT **de rigtige brikker i den rigtige rækkefølge**, så resultatet passer til jeres mål og brand.

Hvorfor køre hele flowet igennem? **Konsistens på tværs af kanaler, højere kvalitet, mindre spildtid** med omskrivninger og bedre læring over tid.

Kort sagt: Flowet gør AI til et værktøj - ikke et lotteri.





DIN TJEKLISTE TIL ALLE TRIN...

- ☐ **TRIN 1:** Virksomhedens profil
- ☐ **TRIN 2:** Opret projekt
- ☐ **Trin 3:** Markedsresearch
- ☐ **TRIN 4:** Målgruppeprofiler / kundepersonaer
- ☐ **TRIN 5:** Brand tone
- ☐ **TRIN 6:** Kampagnebrief
- ☐ **TRIN 7:** Produktionspakke
- ☐ **TRIN 8:** Udrulning og måling

DU KAN BRUGE SAMME FLOW TIL ANDRE OPGAVER...

Pressemeddelelser og PR

Brug flowet til at gøre
pressearbejdet stramt og
effektivt. **Research** → kortlæg
medietone, temaer og vinkler.

Jeres **strategi & voice** →
fastlæg vinkling og
nøglebudskaber. **Mini-brief &
produktion** → skriv
pressemeddelelsen først, lav
derefter korte SoMe-versioner
og en Q&A til talspersoner.

👉 Resultat: Samme budskab,
tilpasset forskellige formater,
og hurtigere
godkendelsesproces.

Kundehenvendelser og tilbud

Flowet kan bruges til at gøre
svar og tilbud hurtige, klare og
konsistente: **Research** → afklar
kundetype og behov.

Strategi & voice → vælg vinkel
og budskaber, så tonen
matcher relationen. **Mini-brief
& produktion** → skriv
hovedsvaret eller tilbuddet først,
tilpas derefter til e-mail, SoMe
eller PDF.

👉 Resultat:
Professionelle svar på
kort tid - med samme stil,
struktur og kvalitet hver
gang.



1. TRIN: MINI-OVERBLIK OVER DIN VIRKSOMHED

Hvorfor vigtigt? Fordi ChatGPT skriver bedre, når den kender jer.



Udfyld dette prompt og giv det til ChatGPT:

"Lav en sides virksomhedsoverblik ud fra:

- *Navn:*
- *Mission:*
- *Målgruppe:*
- *Produkter/ydelser:*
- *Markedsposition:*
- *3 styrker / kendetegn:*

Lav det som korte afsnit med punkter, og som pdf jeg kan downloade"

1. TRIN: MINI-OVERBLIK OVER DIN VIRKSOMHED // EKSEMPEL



 ChatGPT 5 

 Del ...

 Ny chat

 Søg i chats

 Bibliotek

 Codex

GPT'er

 Udforsk

 Baris Onay's Event Strategy ...

Projekter

 Nyt projekt

 Konsistent kommunikation

 Moving Destinations

Chats >

Lav en sides virksomhedsoverblik ud fra:

Navn:
Hotel Prompto

Mission:
At give gæster en varm, personlig og problemfri hoteloplevelse — hver gang.

Målgruppe:
Par og familier, der ønsker en afslappende weekend i byen, samt forretningsrejsende med behov for central beliggenhed og effektiv service.

Produkter/ytelser:

- Overnatning i komfortable værelser
- Morgenmadsbuffet med lokale specialiteter
- Mødefaciliteter og hurtig check-in/out
- Concierge-service og lokale oplevelsespakker

Markedsposition:
Et mellemklasse, moderne hotel med fokus på personlig service og lokal stemning. Centralt placeret tæt på byens kultur og transport.

3 styrker / kendetegn:

- 📍 Central beliggenhed i gåafstand til alt
- 🍷 Personlig, imødekommende service
- 💰 Komfort og kvalitet til en fair pris

Lav det som korte afsnit + bullets og som pdf, jeg kan downloade

Færdig! Du kan downloade PDF'en med virksomhedsoverblikket her:

 [Hotel_Prompto_Overblik.pdf](#) 

     ...

2. TRIN: OPRET PROJEKT



Lav et nyt projekt hvor du kan uploade din nye pdf med virksomhedsoverblik



Projekt navn

Konsistent kommunikation

Investering Lektier Skrivning Sundhed Uddannelse

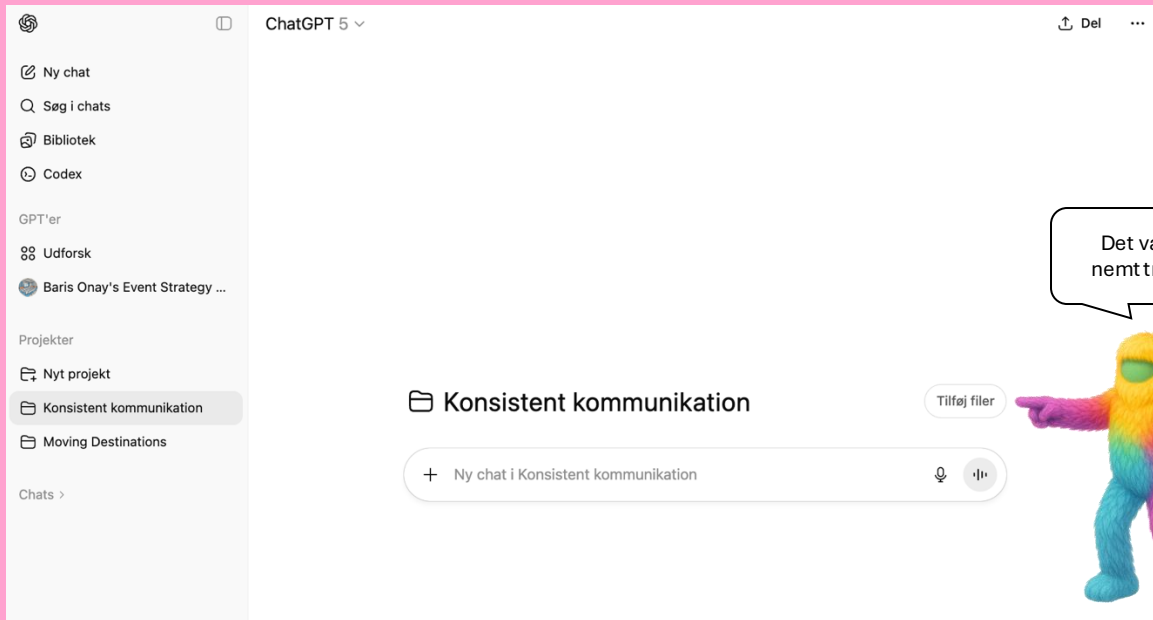
Projekter samler chats, filer og brugerdefinerede instruktioner på ét sted. Brug dem løbende eller til at få et overblik.

Opret projekt

Så popper dette vindue op, hvor du kan navngive dit projekt; her som eksempel har vi kaldt det "*Konsistent kommunikation*"

2.1. TRIN: UPLOAD FIL TIL DIT PROJEKT

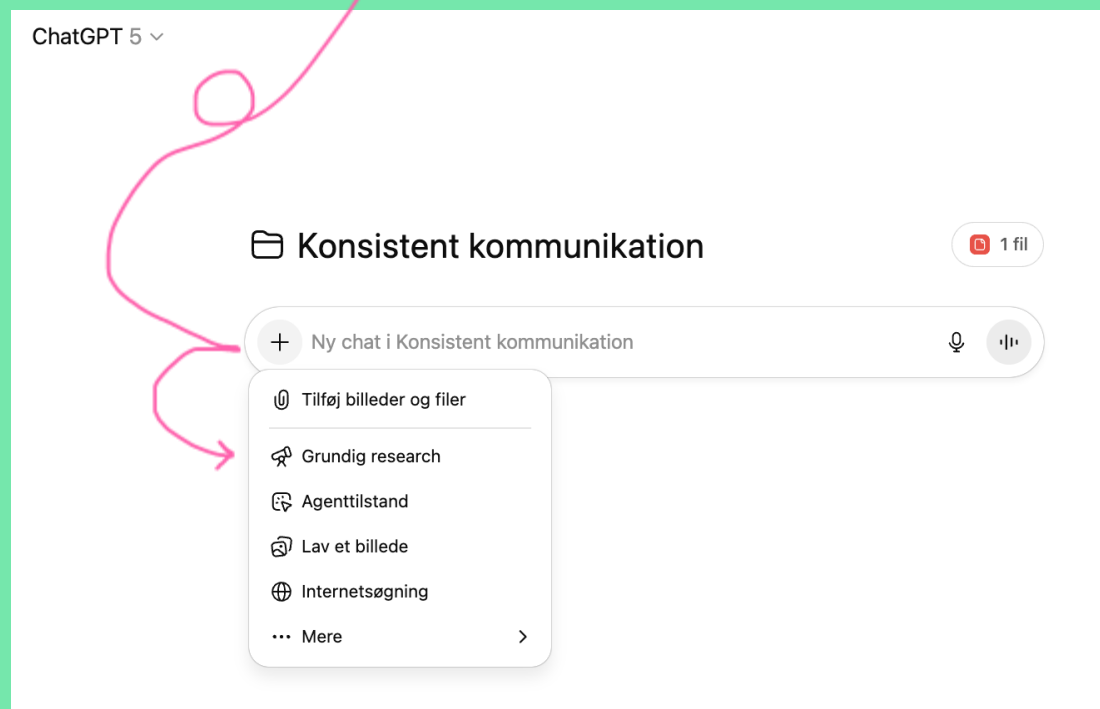
Tilføj nu din pdf med virksomhedsoverblik til dit nye projekt.



3. TRIN: MARKEDSRESEARCH



Bliv inde i dit nye projekt, og vælg nu "Grundig research" som funktion under "+" symbolet i chatvinduet.



3.1 TRIN: MARKEDSRESEARCH



Brug nu dette prompt – stadig inde i projektet (du kan sagtens lave det mere detaljeret, hvis du ønsker). Husk at indsætte navn på virksomhed:

"Lav en kort markedsanalyse for [virksomhed]."

Inkluder:

- Demografi og digital adfærd
- Hvor finder de os (YouTube, TikTok, Google m.m.)
- Skjulte behov og barrierer
- Indholdsformater, der virker
- Manglende vinkler hos konkurrenter
- Købsrejse og beslutningsfaktorer

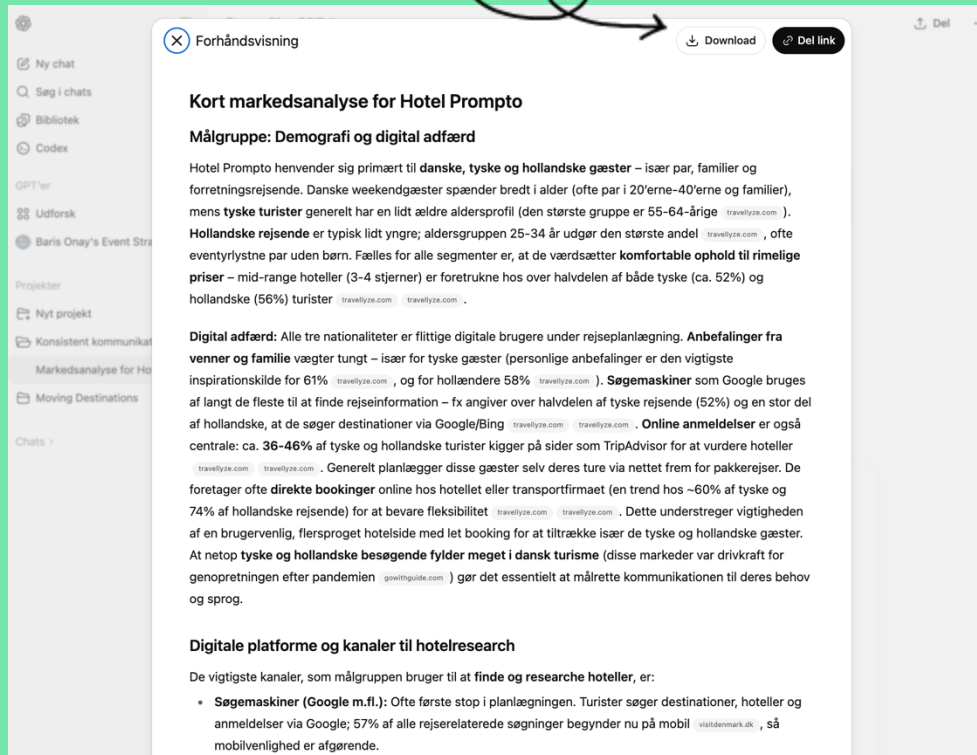
Lever som kort rapport med klare anbefalinger."



ChatGPT kan godt finde på at stille opklarende spørgsmål, før den går i gang med research. Så svarer du blot efter bedste evne!

3.2 TRIN: DOWNLOAD MARKEDSRESEARCH

Når rapporten er klar, trykker du på den lille pil oppe i hjørnet af rapporten – så åbner et vindue, hvor du kan downloade den.



The screenshot shows a web application interface. On the left is a sidebar with navigation items: 'Ny chat', 'Søg i chats', 'Bibliotek', 'Codex', 'GPT'er', 'Udforsk', 'Baris Onay's Event Str...', 'Projekter', 'Nyt projekt', 'Konsistent kommunik...', 'Markedsanalyse for Ho...', 'Moving Destinations', and 'Chats >'. The main content area is titled 'Forhåndsvisning' (Preview) and contains a report titled 'Kort markedsanalyse for Hotel Prompto'. The report has a sub-header 'Målgruppe: Demografi og digital adfærd'. The text discusses the target audience of Hotel Prompto, mentioning Danish, German, and Dutch guests, and their digital behavior. It notes that 61% of Danish guests use Google for inspiration, 58% of Dutch guests use Google, and 52% of German guests use Google. It also mentions that 36-46% of German and Dutch guests use Google/Bing for destination searches, and that 60% of German and 74% of Dutch guests use Google for booking. The report concludes that the target audience is highly digital and uses Google for inspiration and booking. A hand-drawn arrow points from the text 'så åbner et vindue, hvor du kan downloade den.' to the 'Download' button in the top right corner of the report preview window.

Forhåndsvisning

Download Del link

Kort markedsanalyse for Hotel Prompto

Målgruppe: Demografi og digital adfærd

Hotel Prompto henvender sig primært til **danske, tyske og hollandske gæster** – især par, familier og forretningsrejsende. Danske weekendgæster spænder bredt i alder (ofte par i 20'erne-40'erne og familier), mens **tyske turister** generelt har en lidt ældre aldersprofil (den største gruppe er 55-64-årige [travellyze.com](#)). **Hollandske rejsende** er typisk lidt yngre; aldersgruppen 25-34 år udgør den største andel [travellyze.com](#), ofte eventyrlystne par uden børn. Fælles for alle segmenter er, at de værdsætter **komfortable ophold til rimelige priser** – mid-range hoteller (3-4 stjerner) er foretrukne hos over halvdelen af både tyske (ca. 52%) og hollandske (56%) turister [travellyze.com](#) [travellyze.com](#).

Digital adfærd: Alle tre nationaliteter er flittige digitale brugere under rejseplanlægning. **Anbefalinger fra venner og familie** vægter tungt – især for tyske gæster (personlige anbefalinger er den vigtigste inspirationskilde for 61% [travellyze.com](#), og for hollændere 58% [travellyze.com](#)). **Søgemaskiner** som Google bruges af langt de fleste til at finde rejseinformation – fx angiver over halvdelen af tyske rejsende (52%) og en stor del af hollandske, at de søger destinationer via Google/Bing [travellyze.com](#) [travellyze.com](#). **Online anmeldelser** er også centrale: ca. 36-46% af tyske og hollandske turister kigger på sider som TripAdvisor for at vurdere hoteller [travellyze.com](#) [travellyze.com](#). Generelt planlægger disse gæster selv deres ture via nettet frem for pakkerejser. De foretager ofte **direkte bookinger** online hos hotellet eller transportfirmaet (en trend hos ~60% af tyske og 74% af hollandske rejsende) for at bevare fleksibilitet [travellyze.com](#) [travellyze.com](#). Dette understreger vigtigheden af en brugervenlig, flersproget hotelside med let booking for at tiltrække især de tyske og hollandske gæster. At netop **tyske og hollandske besøgende fylder meget i dansk turisme** (disse markeder var drivkraft for genopretningen efter pandemien [gowithguide.com](#)) gør det essentielt at målrette kommunikationen til deres behov og sprog.

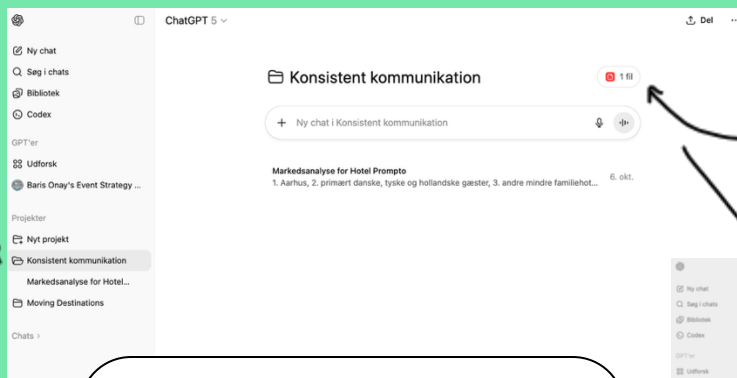
Digitale platforme og kanaler til hotelresearch

De vigtigste kanaler, som målgruppen bruger til at **finde og researche hoteller**, er:

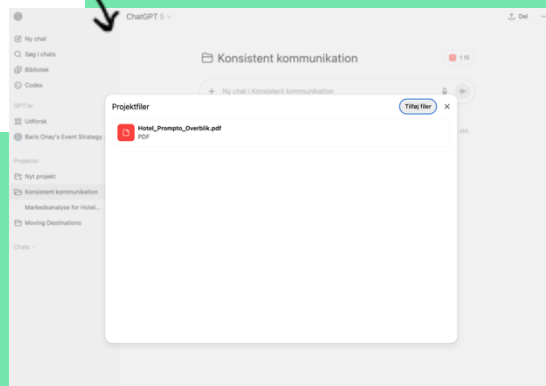
- **Søgemaskiner (Google m.fl.):** Ofte første stop i planlægningen. Turister søger destinationer, hoteller og anmeldelser via Google; 57% af alle rejserelaterede søgninger begynder nu på mobil [visitdenmark.dk](#), så mobilvenlighed er afgørende.

3.3 TRIN: UPLOAD MARKEDSRESEARCH

Gå nu ud af chatten om markedsresearch til projektfolderen og upload markedsresearch-dokumentet til projektets "database", hvor du allerede har uploadet virksomhedsprofilen.



Pointen med at lave et "projekt" i ChatGPT er, at du kan have flere chats inden for samme projekt, der trækker på samme vidensdatabase. Det er den vidensdatabase, du er i gang med at opbygge med 1) virksomhedsoverblik og 2) markedsresearch.... Vi fortsætter nu med næste input til vidensbasen.



4. TRIN: MÅLGRUPPEPROFILER

Start en ny chat inde i projektet for at lave målgruppeprofiler/personaer:

"Lav 3 personaer baseret på markedsanalysen. For hver persona skal du beskrive:

- *Demografi og psykografi (alder, livsstil, værdier, interesser)*
- *Digital adfærd (kanaler, platforme, typiske vaner)*
- *Behov, udfordringer og motivation*
- *Foretrukne indholdsformater*
- *Købsrejse (fra første kontakt til beslutning)*
- *Typiske spørgsmål eller indvendinger.*

Lever som en kompakt rapport (2–3 korte afsnit og punktopstillinger pr. persona), og som pdf jeg kan downloade."

Og når du så har pdf med målgruppeprofiler, så uploader du dem på projektet som del af vidensdatabasen, den kan trække på i svarene til dig.



5. TRIN: BRAND TONE

Du har gættet det! Igen skal du uploade pdf til projektets vidensdatabase

Start en ny chat inde i projektet for at lave dit brand's "tone of voice". Brug dette prompt:

"Baseret på virksomhedsprofil, markedsresearch og målgruppeprofiler. Lav en kort brand voice- og budskabsguide for [virksomhedens navn], der sikrer ensartethed på tværs af alle digitale kanaler.

Inkluder:

- *Kernestemme: personlighed (3–5 ord), 4–6 tone-principper og kommunikationsstil (ordvalg, sætningslængde, tiltaleform).*
- *Kanaltilpasninger (fx website, nyhedsbrev, Instagram, LinkedIn, annoncer): tone-variation, indholdsstil, nøglebudskaber samt 1–2 eksempler pr. kanal.*
- *Mini-ordbog med faste udtryk og korte forklaringer.*

Lever som kort, praktisk guide med punktopstillinger og en tjekliste til sidst, og som pdf, jeg kan downloade."



6. TRIN: KAMPAGNEBRIEF

Lav et simpelt kampagnebrief (eller kort brief på den opgave, du skal producere tekst til) – og du kan selvfølgelig sagtens bruge ChatGPT til at hjælpe dig med brief.

Brug dette prompt:

"Lav et Mini-kampagnebrief med følgende elementer

Kampagnenavn: ...

Mål (1 tal + deadline): ...

Produkt(er): ...

Trafikdestination (URL): ...

Tidslinje: ..."

Måske ved du bare, at du skal lave en kampagne for julemåneden, så der kan fyldes værelser i forbindelse med julemarked... så skriv det til ChatGPT og bed den om at udfylde resten af briefet



7. TRIN: PRODUKTIONSPAKKE



Nu har du lavet et projekt med en målrettet og relevant vidensdatabase, som betyder at du kan producere konsistent og målrettet tekst / content til det formål, du har brug for. Her er nogle eksempler på forskellige formater du kan lave:

7.1 Blog (ca. 1.000 ord)

Brug dette prompt:

"Skriv et blogindlæg (ca. 1.000 ord) til [kampagnenavn]. Brug virksomhedsprofil, personer og kampagnebrief som baggrund. Inddrag relevante vinkler og nøglebudskaber. Inkluder H2/H3-underoverskrifter og en klar CTA."

7.2 Instagram-karusel

Brug dette prompt:

"Lav 6 instagram-karuseller til [kampagnenavn]. Brug research, personer og brand voice til at vælge vinkler og sprog. Struktur pr. karusel:

- *Slide 1: Hook + titel*
- *Slide 2-4: 3 konkrete tips eller pointer*
- *Slide 5: Klar CTA + nævnt produkt*

Lever som tabel med slide-tekster + billedidéer."

7. TRIN: PRODUKTIONSPAKKE



7.3 Email-kampagne (ca. 1.000 ord)

"Lav en e-mailsekvens (dag 1, 3 og 7) til målgruppen i kampagnen [navn]. Tag udgangspunkt i personaer og kampagnens formål.

Hver mail skal indeholde:

- 3 forslag til emnelinje
- Kort, fængende brødtekst
- Én tydelig CTA (call to action)"

7.4 Annoncetekst

"Udarbejd annoncekopier til [Google-søgning, Display, LinkedIn, Instagram/Facebook] for [kampagnenavn].

Brug personaer, brand voice og research.

Søgeordsopsætning (Google Search):

- Foreslå 3 annoncegrupper med primære søgeord + varianter.
- Giv 5 negative søgeord.
- Skriv 6 overskrifter (≤ 30 tegn) og 4 beskrivelser (≤ 90 tegn) pr. gruppe.

Display & Social:

- Korte, iøjnefaldende hooks + 1-2 hovedfordele + klar CTA.
- Foreslå billed-/videoidéer + 3 ALT-tekster pr. format.
- Giv 3 vinkler: informerende, problemløsende, inspirerende.

Medtag 5-8 nøgleord/fraser til brug i målretning/tekst (naturligt integreret)"

8. TRIN: UDRULNING OG MÅLING

Brug dette prompt til at lave en plan for løbende at evaluere og rapportere på indsatsen:

"Lav en simpel tracking-plan for kampagnen [navn] med forslag til KPI'er, rapporteringsfrekvens og beslutningsregler (hvad ændrer vi hvornår?)."

Nu kan du lave et projekt med ChatGPT, som hjælper dig med at kommunikere konsistent på tværs af formater og over tid – inden for samme kampagne eller projekt.



NU GÆLDER DET OM AT KOMME IGANG...

