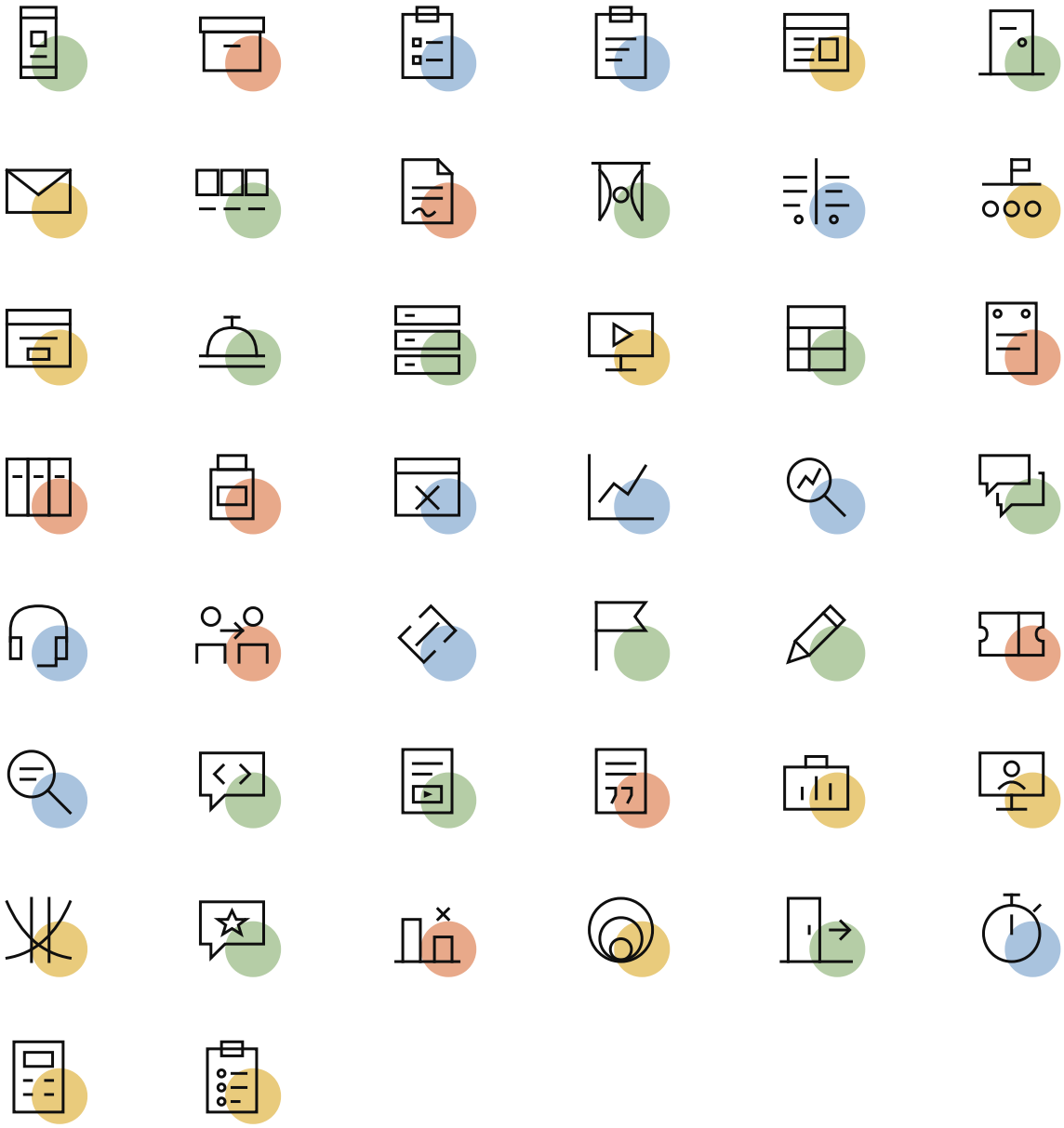
PRODUKTLAND

Promptkort

44 måder at teste en idé med AI, før I bygger den.



Sådan bruger I kortene

1 **Vælg spørgsmålet**

Hvilket af de fire spørgsmål er I mest usikre på? Start dér.

2 **Træk to-tre kort**

Forsiden viser, hvilke spørgsmål kortet svarer på. Tag dem, der passer.

3 **Åbn prompten i AI-værktøjet**

Bagsiden har en færdig prompt til værktøjet på kortet. Udfyld [parenteserne] med jeres egne oplysninger.

4 **Kør testen og beslut**

Skriv ned, hvad I lærte, og hvad I gør nu: byg, ret eller drop idéen.

De fire spørgsmål

Vil de bruge det?

Er der et behov, nogen vil gøre noget ved?

Kan de bruge det?

Forstår de løsningen og kommer i mål?

Kan vi bygge det?

Har vi teknikken, folkene og partnerne?

Vil vi supportere det?

Hænger det sammen med forretningen og driften?

Farverne

- Produkt · Kvalitativ
- Produkt · Kvantitativ
- Marketing · Kvalitativ
- Marketing · Kvantitativ

Sådan printer I

Print enkeltsidet på tykt papir. Hvert ark har to kort med forsiden til venstre og bagsiden til højre. Klip langs den stiplede linje, og fold hvert kort på midten.

Alle kortene

	KORT	KATEGORI	VIL DE BRUGE DET?	KAN DE BRUGE DET?	KAN VI BYGGE DET?	VIL VI SUPPORTERE DET?
01	Visuel prototype	Produkt · Kvalitativ	■	■		
02	Produktæsken	Marketing · Kvalitativ	■			
03	Problemundersøgelse	Produkt · Kvantitativ	■			
04	Løsningsundersøgelse	Produkt · Kvantitativ	■	■		
05	Online annonce	Marketing · Kvantitativ	■			
06	Fake Door	Produkt · Kvalitativ	■			
07	E-mailkampagne	Marketing · Kvantitativ	■			
08	Storyboard	Produkt · Kvalitativ	■	■		
09	Aftaledokument	Marketing · Kvalitativ	■			■
10	Wizard of Oz	Produkt · Kvalitativ	■	■	■	
11	Split-test	Produkt · Kvantitativ	■	■		
12	Crowdfunding	Marketing · Kvantitativ	■			■
13	Landingsside	Marketing · Kvantitativ	■			
14	Concierge	Produkt · Kvalitativ	■			■
15	Kortsortering	Produkt · Kvalitativ	■	■		
16	Forklaringsvideo	Marketing · Kvantitativ	■			
17	Datablad	Produkt · Kvalitativ	■		■	
18	Plakat	Marketing · Kvalitativ	■			
19	Brochure	Marketing · Kvalitativ	■			
20	Ny etiket	Marketing · Kvalitativ	■			
21	404-side	Produkt · Kvantitativ	■			
22	Webtrafik-analyse	Produkt · Kvantitativ	■	■		
23	Søgetrend-analyse	Produkt · Kvantitativ	■			
24	Online forum-analyse	Produkt · Kvalitativ	■			
25	Kundesupport-analyse	Produkt · Kvantitativ		■		■
26	Kundeanbefalinger	Marketing · Kvalitativ	■			■
27	Link-tracking	Produkt · Kvantitativ	■			
28	Færdigt produkt	Produkt · Kvalitativ	■	■	■	■
29	Skitse	Produkt · Kvalitativ	■	■		
30	Forsalg	Marketing · Kvalitativ	■			■
31	Søgeloggen	Produkt · Kvantitativ	■	■		
32	Prompten er produktet	Produkt · Kvalitativ	■	■	■	
33	Asynkront interview	Produkt · Kvalitativ	■			
34	Panelrapporten	Marketing · Kvalitativ	■			
35	Jobopslagsindekset	Marketing · Kvantitativ	■			
36	Webinaret	Marketing · Kvantitativ	■			
37	Prisgrænserne	Marketing · Kvantitativ	■			
38	Anmeldelserne	Produkt · Kvalitativ	■			
39	Tabte salg	Marketing · Kvalitativ	■			
40	Markedsstørrelsen	Marketing · Kvantitativ	■			■
41	Opsigelsesgrunden	Produkt · Kvalitativ	■			■
42	Tid til værdi	Produkt · Kvantitativ	■	■		
43	Regnestykket	Marketing · Kvantitativ	■			
44	Ventelisten	Marketing · Kvantitativ	■			

FOLD

01

Prompt til Figma Make



Visuel prototype

En klikbar prototype, der ligner det færdige produkt, men uden kode bagved. Brugeren løser en rigtig opgave i den, og I ser, hvor de går i stå.

SVARER PÅ

- Kan de bruge det?
- Vil de bruge det?

TAGER

En til to uger inklusive test.

01 Visuel prototype

PROMPT TIL FIGMA MAKE

Byg en klikbar prototype af [produkt] til [målgruppe]. Den skal kun dække én sti: brugeren skal kunne [opgave] fra start til slut.

Lav de fem til otte skærme, stien kræver, med rigtigt indhold og knapper, der fører videre. Alt uden for stien må gerne være tomt, så testen handler om det, vi vil lære.

SÅDAN GØR I

01 Byg kun den sti, der skal testes, i Figma eller lignende. Alt andet er en blindgyde.

02 Rekruttér fem brugere fra målgruppen og giv dem en opgave, de skal løse.

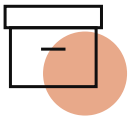
03 Mål, hvor mange der når i mål uden hjælp, og hvor det går galt.

BRUG DET NÅR

- Idéen er valgt, og spørgsmålet er, om folk kan finde ud af den.
- I skal vise noget konkret til ledelsen eller en kunde.

02

Prompt til ChatGPT



Produktæsken

Byg den æske, produktet ville ligge i på hylden: navn, de tre vigtigste løfter, pris. Lad kunder tage den i hånden og sige, om de ville lægge den i kurven.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

To dage at lave, en dag i butikken.

02 Produktæsken

PROMPT TIL CHATGPT

Vi vil lave en produktæske til [produktidé] for [målgruppe]. Det problem, den løser, er [problem].

Foreslå tre bud på navn og for hvert bud de tre løfter, der skal stå på forsiden, og én sætning til bagsiden. Skriv også fem spørgsmål, jeg kan stille kunderne, når de har æsken i hånden, så jeg finder ud af, om de ville købe den.

SÅDAN GØR I

01 Skriv forsiden: ét navn, én sætning om værdien, tre punkter om, hvad man får.

02 Lav æsken fysisk, pap og print er nok, og læg den mellem konkurrenternes.

03 Spørg ti kunder, hvad de tror, der er i, og hvad de ville betale.

BRUG DET NÅR

- I kan ikke forklare værdien på tre linjer endnu.
- Produktet skal sælges ved siden af noget, folk kender.

FOLD

FOLD

03

Prompt til Typeform



Problemundersøgelse

Et kort spørgeskema til mange om ét problem: hvor tit, hvor slemt, og hvad gør de i dag. Svaret viser, hvor mange der har problemet. Om de vil købe, kræver et andet kort.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En uge at skrive og sende, en uge at samle svar.

03 Problemundersøgelse

PROMPT TIL TYPEFORM

Vi vil vide, hvor mange i [målgruppe] der har problemet [problem], hvor tit det sker, og hvad de gør ved det i dag.

Skriv et spørgeskema på højst otte spørgsmål, som tager under tre minutter at svare på. Brug faste svarmuligheder, hvor det giver mening, og ét åbent spørgsmål til sidst. Foreslå også, hvordan jeg læser svarene, så jeg kan se, om problemet er stort nok.

SÅDAN GØR I

01 Skriv højst otte spørgsmål, alle om adfærd, ingen om jeres løsning.

02 Send til mindst 100 i målgruppen via nyhedsbrev, LinkedIn eller et panel.

03 Læs svarene som andele: hvor mange har problemet ugentligt, og hvad har de allerede prøvet.

BRUG DET NÅR

- Interviewene har givet et billede, og I vil vide, hvor udbredt det er.
- I skal vælge mellem to målgrupper.

04

Prompt til Google Forms



Løsningsundersøgelse

Vis en prototype eller en beskrivelse til mange og spørg, hvad de forstår, hvad de savner, og hvad de ville bruge den til. Et billigt tjek af, om budskabet lander.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?

TAGER

En til to uger.

04 Løsningsundersøgelse

PROMPT TIL GOOGLE FORMS

Vores løsning er [beskrivelse], og den er til [målgruppe]. Vi vil vide, om folk forstår den, når de læser beskrivelsen.

Skriv et spørgeskema på seks spørgsmål, der først beder folk forklare løsningen med egne ord og derefter spørger, hvad de savner, og hvad de ville bruge den til. Giv mig også to andre formuleringer af beskrivelsen, så jeg kan teste dem mod hinanden.

SÅDAN GØR I

01 Lav én side med skitsen og de tre løfter, som alle svarer på.

02 Spørg åbent først ("hvad tror du, det gør?") og lukket bagefter (skala 1 til 5).

03 Sortér de åbne svar i bunker, og se hvilken bunke der er størst.

BRUG DET NÅR

- I har en prototype, men ikke tid til at møde folk én ad gangen.
- I skal vælge mellem to beskrivelser af produktet.

FOLD

FOLD

05

Prompt til Meta AI



Online annonce

Køb annoncer for et produkt, der ikke findes endnu, med ét klart løfte og ét klik videre. Klikraten fortæller, om løftet trækker, før I har brugt en krone på at bygge.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En uge og et lille annoncebudget.

05 Online annonce

PROMPT TIL META AI

Vi vil teste efterspørgslen efter [produktidé] med annoncer på [kanal], før vi bygger noget. Målgruppen er [hvem], og problemet er [problem].

Skriv fem annoncer med hver sit løfte, højst 125 tegn i teksten og en overskrift på højst 40 tegn. Foreslå et budget og en varighed, og hvilken klikrate der ville få dig til at sige, at et løfte trækker.

SÅDAN GØR I

01 Skriv tre varianter af løftet, samme billede, og sæt dem op mod hinanden.

02 Peg dem alle på en landingsside med ét kald til handling.

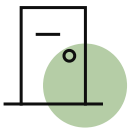
03 Kør for et lille beløb i en uge og sammenlign klikrate og tilmeldinger pr. variant.

BRUG DET NÅR

- Målgruppen er bred og findes på Meta, LinkedIn eller Google.
- I vil vide, hvilket budskab der trækker, før I skriver resten.

06

Prompt til v0



Fake Door

Sæt knappen til den nye funktion ind i produktet, før funktionen findes. Bag knappen står der, at den er på vej, og at man kan skrive sig op. Antallet af klik er svaret.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En dag at sætte op, to uger at måle.

06 Fake Door

PROMPT TIL V0

Byg en side, der ligner [produkt], med en knap til den nye funktion [funktion], og siden bag knappen. Siden skal ærligt sige, at funktionen er på vej, og bede om en mailadresse.

Gør knappen tydelig uden at skubbe resten af siden til side, og tæl klik og tilmeldinger, så vi kan se, hvor mange der vil have funktionen.

SÅDAN GØR I

01 Placér knappen, hvor funktionen ville ligge, med det navn I selv ville give den.

02 Bag knappen: én sætning om, at den kommer, og et felt til mail. Vær ærlig.

03 Mål klik pr. besøg i to uger, og sammenlign med jeres andre funktioner.

BRUG DET NÅR

- I har brugere i et produkt allerede.
- Funktionen er dyr, og I vil se efterspørgslen før I bygger.

FOLD

FOLD

07

Prompt til Mailchimp



E-mailkampagne

Send én mail om den nye idé til en del af jeres kunder og mål, hvor mange der klikker og svarer. Kunder, I allerede har, er det billigste panel, I får.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

To dage at skrive, en uge at måle.

07 E-mailkampagne

PROMPT TIL MAILCHIMP

Vi vil sende én mail om idéen [idé] til [antal] af vores kunder for at se, om den vækker interesse. Kunderne er [hvem], og de kender os for [det, vi laver i dag].

Skriv tre emnelinjer og en kort mail med ét klart link og ét spørgsmål, de kan svare på. Foreslå, hvilke tal vi skal se efter, og hvornår svarene er gode nok til at gå videre.

SÅDAN GØR I

01 Vælg et udsnit på 200 til 500 kunder, der ligner dem, idéen er til.

02 Skriv mailen som en personlig besked med ét link og ét spørgsmål.

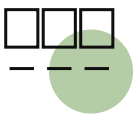
03 Mål åbning, klik og svar, og ring til de ti, der svarede mest.

BRUG DET NÅR

- I har en kundeliste, der må bruges til det.
- Idéen er en udvidelse af noget, kunderne allerede køber.

08

Prompt til Gemini



Storyboard

Tegn kundens rejse som en tegneserie i seks til otte ruder, fra problemet opstår, til det er løst. Vis den til kunder og kolleger og se, hvor de ryster på hovedet.

SVARER PÅ

- Kan de bruge det?
- Vil de bruge det?

TAGER

En eftermiddag.

08 Storyboard

PROMPT TIL GEMINI

Vi vil tegne et storyboard for [produkt] set fra kundens side. Kunden er [hvem], og problemet opstår, når [situation].

Skriv seks til otte ruder fra problemet opstår, til det er løst, med én sætning om, hvad der sker, og én om, hvad kunden tænker. Markér de to ruder, hvor jeg skal være mest opmærksom på kundernes reaktion.

SÅDAN GØR I

01 Vælg én kunde og én situation. Tegn rude for rude, tændstikmænd er fint.

02 Læg den foran tre kunder og bed dem fortælle historien tilbage med egne ord.

03 Markér de ruder, de springer over eller retter i. Dér er rejsen forkert.

BRUG DET NÅR

- Teamet er uenigt om, hvad produktet egentlig gør for kunden.
- I har brug for en fælles fortælling, før I prototyper.

FOLD

FOLD

09

Prompt til Claude



Aftaledokument

Et kort dokument, hvor kunden skriver under på, at de vil købe produktet, når det findes, til en bestemt pris. Det er ikke juridisk bindende. Det er alligevel svært at skrive under på noget, man ikke vil have.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

En dag at skrive, to til fire uger at samle underskrifter.

09 Aftaledokument

PROMPT TIL CLAUDE

Vi vil bede [kunde eller kundetype] skrive under på en hensigtserklæring om at købe [produkt] til [pris], når det er klar omkring [dato].

Skriv et aftaledokument på én side i et roligt og ærligt sprog: hvad de får, hvad det koster, hvornår, og at det ikke er juridisk bindende. Skriv også en kort mail, der sender dokumentet og forklarer, hvorfor vi beder om det.

SÅDAN GØR I

01 Skriv én side: hvad de får, hvad det koster, hvornår, og at det ikke binder.

02 Præsentér den for ti kunder efter en demo eller en skitse og bed om underskrift.

03 Tæl underskrifter, og lyt til hvad dem, der sagde nej, ville have ændret.

BRUG DET NÅR

- B2B-salg med få, store kunder.
- I skal vise ledelsen, at nogen faktisk vil betale.

10

Prompt til Claude



Wizard of Oz

Kunden bruger produktet, som om det var færdigt, men bag skærmen sidder et menneske og gør arbejdet i hånden. Kunden ser resultatet, I ser hvad der er værd at automatisere.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?
- Kan vi bygge det?

TAGER

En uge at sætte op, to til fire uger at drive.

10 Wizard of Oz

PROMPT TIL CLAUDE

Vi vil teste [produktidé] som Wizard of Oz: kunden bruger en simpel forside, og vi laver arbejdet bag ved i hånden. Kunden skal kunne [opgave].

Beskriv den mindste forside, vi skal bygge, og en drejebog for os bag skærmen: hvad vi gør, når en bestilling kommer ind, hvor hurtigt vi skal svare, og hvad vi noterer hver gang, så vi bagefter ved, hvad der er værd at automatisere.

SÅDAN GØR I

01 Byg kun forsiden: det kunden ser og taster i. Resten er en indbakke hos jer.

02 Lad fem til tyve kunder bruge det i to uger, og lever svarene manuelt inden for den lovede tid.

03 Log, hvad I gjorde i hånden hver gang. Det er kravspecifikationen.

BRUG DET NÅR

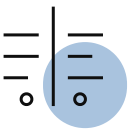
- Det bagvedliggende er dyrt at bygge (AI, integrationer, logistik).
- I vil vide, om kunderne kommer tilbage, før I automatiserer.

FOLD

FOLD

11

Prompt til PostHog AI



Split-test

Vis to udgaver af samme side eller funktion til hver sin halvdel af brugerne, og mål hvilken der får flest til at gøre det, I vil have. Det kræver trafik nok til, at forskellen ikke er tilfældig.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?

TAGER

En til fire uger, afhængigt af trafikken.

11 Split-test

PROMPT TIL POSTHOG AI

Vi vil split-teste [side eller funktion] i [produkt]. Det, vi vil have flere til at gøre, er [handling], og i dag gør [nuværende andel] det. Vi har cirka [antal] besøgende om ugen.

Foreslå tre hypoteser og en udgave B til den stærkeste. Regn ud, hvor længe testen skal køre, før forskellen ikke er tilfældig, og skriv, hvad vi gør, hvis vi aldrig når dertil.

SÅDAN GØR I

01 Vælg én ændring og ét mål (klik, køb, gennemført flow). Ikke tre ting på én gang.

02 Del trafikken tilfældigt og kør, til hver variant har mindst nogle hundrede hændelser.

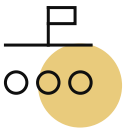
03 Stop først, når forskellen er stor nok til at holde. Ellers er svaret "ingen forskel".

BRUG DET NÅR

- I har tusindvis af besøg om ugen.
- To i teamet er uenige, og begge har en pointe.

12

Prompt til ChatGPT



Crowdfunding

Læg produktet på en crowdfunding-platform og lad folk betale, før det findes. Det er det hårdeste bevis, der findes, for at nogen vil have det, og det kræver en færdig fortælling, video og pris.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

To til tre måneder med forberedelse.

12 Crowdfunding

PROMPT TIL CHATGPT

Vi overvejer at lægge [produkt] på [platform] for at se, om folk vil betale, før vi producerer. Målgruppen er [hvem], og prisen er tænkt til [pris].

Skriv kampagnens overskrift, de første tre afsnit af fortællingen og en plan for tre belønningsniveauer. Foreslå et realistisk mål, og hvad vi skal have klar, før vi trykker på start.

SÅDAN GØR I

01 Sæt et mål, der dækker den første produktion, og en pris, I kan leve med.

02 Lav kampagnesiden som en landingsside med video, og saml en liste af interesserede før start.

03 Kør kampagnen i 30 dage og følg op dagligt. De første 48 timer afgør det meste.

BRUG DET NÅR

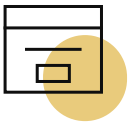
- Et fysisk produkt eller noget, der kan forklares på to minutter.
- I skal finansiere første oplag og bevise efterspørgslen på én gang.

FOLD

FOLD

13

Prompt til Lovable



Landingsside

Én side, der beskriver produktet, som om det fandtes, med ét kald til handling: skriv dig op, book en demo, forudbestil. Send trafik til den og mål, hvor mange der trykker.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

To dage at bygge, en til to uger at måle.

13 Landingsside

PROMPT TIL LOVABLE

Byg en landingsside for [produktidé], som om produktet fandtes. Målgruppen er [hvem], problemet er [problem], og vi vil have folk til at [skrive sig op, booke en demo eller forudbestille].

Siden skal have en overskrift, tre fordele, en kort sektion om, hvordan det virker, og én knap med en formular. Gem tilmeldingerne, så vi kan tælle dem.

SÅDAN GØR I

01 Skriv overskrift, tre fordele og ét kald til handling. Intet andet.

02 Send 500 besøg via annoncer, nyhedsbrev eller LinkedIn.

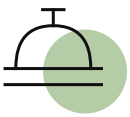
03 Regn konverteringen ud. Under to procent er et svar, over ti er et andet.

BRUG DET NÅR

- Idéen kan forklares på én side.
- I vil samle en liste af interesserede, før I bygger.

14

Prompt til Notion AI



Concierge

Lever værdien i hånden, åbent og personligt, til nogle få kunder, før der findes et produkt. Kunden ved, at det er jer, der gør arbejdet. I lærer, hvad de faktisk vil betale for.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

Fire til seks uger.

14 Concierge

PROMPT TIL NOTION AI

Vi vil levere [værdi] i hånden til tre til fem kunder i [målgruppe], før vi bygger et produkt. Det skal koste dem [pris], og vi kører det i [antal] uger.

Lav en plan for forløbet: hvordan vi finder kunderne, hvad vi leverer hver uge, og hvad vi spørger om undervejs. Skriv også et ugentligt skema, vi kan bruge til at notere, hvad de bruger, og hvad de ignorerer.

SÅDAN GØR I

01 Vælg tre til fem kunder og aftal, hvad I leverer, og hvad det koster, også selvom det er lidt.

02 Gør arbejdet selv i to til fire uger og tal med kunden hver uge.

03 Skriv ned, hvad de bruger, hvad de ignorerer, og om de vil fortsætte efter prøven.

BRUG DET NÅR

- Serviceydelser og B2B, hvor få kunder er nok at lære af.
- I ved ikke, hvad den egentlige værdi er endnu.

FOLD

FOLD

15

Prompt til Miro AI



Kortsortering

Skriv hver funktion på et kort og bed kunderne lægge dem i rækkefølge, eller i de grupper, der giver mening for dem. Rækkefølgen er deres prioritering. Grupperne er jeres menu.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?

TAGER

En uge med ti sessioner.

15 Kortsortering

PROMPT TIL MIRO AI

Vi skal lave en kortsortering med kunder fra [målgruppe] for at forstå, hvordan de grupperer funktionerne i [produkt]. Her er funktionerne: [liste].

Omskriv hver funktion til en kort etiket i kundens sprog. Skriv instruktionen, jeg giver deltagerne, og forklar, hvordan jeg bagefter samler resultaterne, så jeg kan se de grupper og den rækkefølge, deltagerne er mest enige om.

SÅDAN GØR I

01 Skriv 15 til 30 funktioner på hver sit kort, én linje pr. kort, ingen forklaring.

02 Lad otte til ti kunder sortere hver for sig og tænke højt imens.

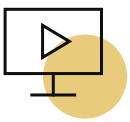
03 Tæl, hvilke kort der ligger øverst hos flest, og hvilke ingen rører.

BRUG DET NÅR

- Backloggen er lang, og alle mener, at deres funktion er vigtigst.
- I skal designe en navigation eller en menu.

16

Prompt til NotebookLM



Forklaringsvideo

En video på to minutter, der viser produktet, som om det fandtes. Læg den på en side med et tilmeldingsfelt og mål, hvor mange der ser den færdig og skriver sig op.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En uge at lave, to uger at måle.

16 Forklaringsvideo

PROMPT TIL NOTEBOOKLM

Vi vil lave en forklaringsvideo på to minutter om [produktidé] til [målgruppe], før produktet findes. Problemet er [problem].

Skriv manuskriptet i tre dele: problemet, løsningen og resultatet, højst 250 ord i alt. Foreslå, hvad der skal vises på skærmen i hver del, og teksten ved tilmeldingsfeltet under videoen.

SÅDAN GØR I

01 Skriv manuskriptet som problem, løsning, resultat. Højst 250 ord.

02 Optag med skærm og stemme eller enkle tegninger. Tydelighed tæller mere end finish.

03 Mål, hvor langt folk ser, og hvor mange der tilmelder sig bagefter.

BRUG DET NÅR

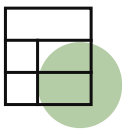
- Produktet er svært at forklare med tekst alene.
- I vil teste fortællingen, før I bygger noget.

FOLD

FOLD

17

Prompt til Claude



Datablad

Skriv databladet for produktet, som om det var i handlen: funktioner, tal, kompatibilitet, pris. Giv det til kunder, der er vant til at købe på specifikationer, og se hvad de spørger om.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan vi bygge det?

TAGER

To dage at skrive, en uge at få svar.

17 Datablad

PROMPT TIL CLAUDE

Vi vil skrive et datablad for [produkt], som om det var i handlen, og give det til kunder, der køber på specifikationer, fx [rolle].

Lav databladet med de afsnit, sådan et dokument plejer at have i [branche]: funktioner, tekniske data, kompatibilitet og pris. Markér de tal, vi ikke kender endnu, og skriv fem spørgsmål, kunderne sandsynligvis vil stille.

SÅDAN GØR I

01 Skriv én side i samme format som jeres eller branchens eksisterende datablade.

02 Send det til ti tekniske købere og bed om en vurdering, som var det et rigtigt tilbud.

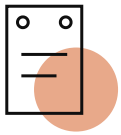
03 Notér, hvilke tal de går efter først, og hvilke krav I ikke havde tænkt på.

BRUG DET NÅR

- Kunderne er ingeniører eller indkøbere.
- Produktet er hardware eller en teknisk ydelse.

18

Prompt til Gemini



Plakat

Lav plakaten, der skulle hænge i butikken eller på messen: ét billede, én sætning, én pris. Hæng den op og se, om nogen stopper, og hvad de spørger om.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En dag at lave, en uge at hænge.

18 Plakat

PROMPT TIL GEMINI

Vi vil hænge en plakat op for [produktidé] i [butik, messe eller kontor] og se, om folk stopper. Målgruppen er [hvem].

Foreslå fem bud på den ene sætning, plakaten skal bære, og beskriv billedet til hvert. Skriv også, hvad jeg skal notere, når nogen stopper, og hvilke spørgsmål fra dem der ville være et godt tegn.

SÅDAN GØR I

01 Skriv tre udgaver af den ene sætning og vælg den, kollegerne forstår hurtigst.

02 Print i A2 og hæng den, hvor målgruppen går forbi, med en QR-kode til en side.

03 Tæl scanninger og spørgsmål i en uge.

BRUG DET NÅR

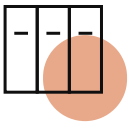
- Produktet sælges fysisk eller på messer.
- I vil teste budskabet, før I betaler for annoncer.

FOLD

FOLD

19

Prompt til Figma Make



Brochure

Lav brochuren, sælgerne ville have med ud, før produktet findes. Giv den til kunder og sælgere og hør, hvad de forstår, og hvad de savner.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

Tre dage.

19 Brochure

PROMPT TIL FIGMA MAKE

Vi vil lave den brochure, sælgerne skulle have med ud til [målgruppe], for [produkt], før det findes.

Skriv brochuren: forsiden med ét løfte, indersiden med problemet, løsningen og tre fordele, og bagsiden med pris og næste skridt. Skriv også fem spørgsmål, jeg kan stille sælgerne og kunderne, når de har læst den.

SÅDAN GØR I

01 Skriv en trefløjet folder: problem, løsning, hvad det koster, hvordan man kommer i gang.

02 Giv den til fem sælgere og bed dem sælge produktet til jer med den i hånden.

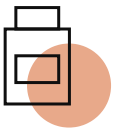
03 Giv den til fem kunder og spørg, hvad de ville gøre bagefter.

BRUG DET NÅR

- Salget går gennem sælgere eller forhandlere.
- I vil vide, om fortællingen holder, når I ikke selv er i rummet.

20

Prompt til ChatGPT



Ny etiket

Sæt jeres navn og jeres løfte på et produkt, der allerede findes, og se om målgruppen vil have det. I tester positioneringen uden at bygge noget.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En til to uger.

20 Ny etiket

PROMPT TIL CHATGPT

Vi vil teste vores positionering ved at sætte vores navn og løfte på et eksisterende produkt, [produkt], og tilbyde det til [målgruppe].

Foreslå tre bud på navn og løfte, der hver taler til et forskelligt behov. Skriv teksten til emballagen eller produktsiden for det stærkeste bud, og forklar, hvad vi kan lære, hvis folk vil have det, og hvad vi kan lære, hvis de lader det ligge.

SÅDAN GØR I

01 Køb et eksisterende produkt, der ligner det, I vil lave, gerne et anonymt.

02 Design jeres etiket og emballage med jeres løfte og pris.

03 Vis eller sælg det til 20 kunder og sammenlign med originalen.

BRUG DET NÅR

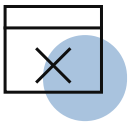
- Produktet ligner noget, der findes, og forskellen er brand og budskab.
- I overvejer at købe ind frem for at bygge selv.

FOLD

FOLD

21

Prompt til v0



404-side

Læg et link eller et menupunkt ind til en funktion, der ikke findes. Dem, der klikker, lander på en side, der siger det ærligt og spørger, om de vil høre mere. Klikkene er efterspørgslen.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En time at sætte op, to uger at måle.

21 404-side

PROMPT TIL V0

Byg et menupunkt til [funktion] i [produkt eller website] og den side, folk lander på, når de klikker. Siden skal ærligt sige, at funktionen ikke findes endnu.

Spørg kort, hvad de havde håbet på, og giv dem et felt til mailadressen. Tæl klik og svar, så vi kan se, hvor stor efterspørgslen er.

SÅDAN GØR I

01 Giv linket det navn, funktionen ville have, og placér det, hvor den ville ligge.

02 Skriv siden bag: "Den findes ikke endnu. Skriv dig op, så siger vi til."

03 Mål klik i forhold til besøg i to uger. Under én procent er stille, over fem er larm.

BRUG DET NÅR

- I har trafik på en side eller i en app.
- Flere funktioner konkurrerer om samme udviklingstid.

22

Prompt til PostHog AI



Webtrafik-analyse

Kig i de data, I allerede har: hvor kommer folk ind, hvor går de ud, hvilke sider læser de færdig. Svaret på mange spørgsmål ligger i et dashboard, ingen har åbnet.

SVARER PÅ

- Kan de bruge det?
- Vil de bruge det?

TAGER

En dag, hvis målingen findes.

22 Webtrafik-analyse

PROMPT TIL POSTHOG AI

Vi har data i [værktøj, fx Google Analytics eller PostHog] for [website eller produkt], og vi vil forstå [spørgsmål, fx hvor folk falder fra i tilmeldingen].

Foreslå de fem rapporter eller forespørgsler, jeg skal lave, og hvad jeg skal kigge efter i hver. Skriv også, hvordan jeg præsenterer fundene for teamet på én side.

SÅDAN GØR I

01 Stil ét spørgsmål, før I åbner værktøjet, fx "hvor falder folk fra i tilmeldingen?".

02 Følg én brugerrejse fra landing til mål og notér hvert trin, hvor halvdelen forsvinder.

03 Se ti optagelser af sessioner, der ikke nåede i mål.

BRUG DET NÅR

- I har et produkt med trafik og en måling, der er sat op.
- I gætter på, hvor problemet sidder, og vil se det i stedet.

FOLD

FOLD

23

Prompt til Gemini



Søgetrend-analyse

Se, hvad folk allerede søger efter i Google, og hvordan det har udviklet sig. Søgninger er behov, nogen har formuleret selv, uden at I har spurgt.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En time til en dag.

23 Søgetrend-analyse

PROMPT TIL GEMINI

Vi vil vide, hvad folk i [land eller marked] søger på, når de har problemet [problem]. Vores idé er [idé].

Skriv 20 søgeord og sætninger, kunderne selv ville bruge, når de beskriver problemet, på [sprog]. Grupper dem efter behov, og forklar, hvordan jeg bruger Google Trends og et søgeordsværktøj til at finde de tre grupper, der vokser.

SÅDAN GØR I

01 Skriv ti ord og sætninger, kunderne selv ville bruge, når de beskriver problemet.

02 Slå dem op i Google Trends og et søgeordsværktøj: volumen, udvikling, relaterede søgninger.

03 Find de tre søgninger, der vokser, og læs de sider, der rangerer på dem.

BRUG DET NÅR

- Før alt andet, det koster en time.
- I vil vide, om markedet vokser eller skrumper.

24

Prompt til Perplexity



Online forum-analyse

Læs de steder, kunderne taler sammen uden jer: fora, Facebook-grupper, anmeldelser af konkurrenterne. Folk beskriver deres problemer mest ærligt, når de ikke taler til en sælger.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En til to dage.

24 Online forum-analyse

PROMPT TIL PERPLEXITY

Jeg vil forstå, hvordan [målgruppe] taler om [problem] de steder, hvor vi ikke er med, fx fora, Facebook-grupper og anmeldelser af [konkurrent].

Foreslå ti steder, jeg kan lede, og de søgeord, jeg skal bruge. Lav et skema til at samle citater, så jeg kan tælle, hvilke problemer der går igen, og hvilke ord folk selv bruger om dem.

SÅDAN GØR I

01 Find tre til fem steder, målgruppen skriver, og søg på problemet, ikke på produktnavne.

02 Kopiér 50 til 100 indlæg eller anmeldelser ind i ét dokument.

03 Sortér dem efter tema og tæl. De tre største temaer er jeres hypoteser.

BRUG DET NÅR

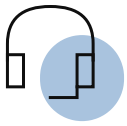
- Helt i starten, før I har noget at vise.
- Målgruppen er svær at få i tale direkte.

FOLD

FOLD

25

Prompt til NotebookLM



Kundesupport-analyse

Gennemgå supporthenvendelserne fra de sidste måneder og tæl, hvad folk skriver om. Hver henvendelse er en kunde, der ikke kunne finde ud af det selv, og det er dyrt for begge parter.

SVARER PÅ

- Kan de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

To til tre dage.

25 Kundesupport-analyse

PROMPT TIL NOTEBOOKLM

Her er [antal] supporthenvendelser fra de seneste måneder om [produkt]: [indsæt eller beskriv dem, uden navne og andre persondata].

Grupper dem efter, hvad kunderne prøvede at gøre, tæl, hvor mange der er i hver gruppe, og sorter efter, hvor meget de koster os. Foreslå for de tre største grupper én ændring i produktet, der ville fjerne behovet for at skrive til os.

SÅDAN GØR I

01 Træk de seneste 200 til 500 henvendelser ud med emne og tekst.

02 Giv hver et tema (login, betaling, forstod ikke X) og tæl, gerne med AI til første sortering.

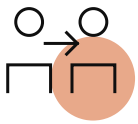
03 Regn ud, hvad de tre største temaer koster i supporttid om måneden.

BRUG DET NÅR

- Produktet er i drift og supporten har travlt.
- I skal prioritere mellem forbedringer og nye funktioner.

26

Prompt til HubSpot



Kundeanbefalinger

Bed jeres nuværende kunder om at anbefale produktet til én, de kender, og se hvor mange der gør det. Folk anbefaler kun ting, de selv er glade for. Det er testen.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

En måned.

26 Kundeanbefalinger

PROMPT TIL HUBSPOT

Vi vil bede vores nuværende kunder om at anbefale [produkt] til én, de kender, og måle, hvor mange der gør det. Kunderne er [hvem].

Skriv en kort og personlig mail, der beder om anbefalingen uden at love en belønning. Foreslå, hvordan vi gør det let at dele, hvordan vi måler det, og hvilken andel der vil være et godt tegn.

SÅDAN GØR I

01 Giv 50 kunder et personligt link eller en kode, de kan sende videre.

02 Sig, hvad både de og vennen får ud af det, og hold det enkelt.

03 Mål, hvor mange der sender, og hvor mange nye der kommer ind på en måned.

BRUG DET NÅR

- I har kunder og vil vide, om de er tilfredse nok til at sige det højt.
- Markedsføring er dyr, og I håber, at kunderne anbefaler jer til andre.

FOLD

FOLD

27

Prompt til Claude



Link-tracking

Læg et link til idéen på en side, I allerede har, med ét løfte i linkteksten, og tæl klikkene. Det måler nysgerrighed, og det koster en time.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En time at sætte op, en uge at måle.

27 Link-tracking

PROMPT TIL CLAUDE

Vi vil måle interessen for [idé] ved at lægge et link på [side, nyhedsbrev eller produkt], som folk allerede besøger.

Skriv fem bud på linkteksten med hver sit løfte, og foreslå, hvor linket skal stå. Forklar, hvordan jeg sætter måling op med UTM eller vores eget værktøj, og hvordan jeg sammenligner klikkene med et andet link på samme side.

SÅDAN GØR I

01 Skriv linkteksten som løftet, fx "Få rapporten hver mandag", og lav et sporbart link.

02 Sæt det ind på en side eller i et nyhedsbrev, hvor målgruppen allerede er.

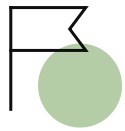
03 Sammenlign klikraten med jeres andre links samme sted.

BRUG DET NÅR

- Som første, hurtige tjek af om nogen overhovedet er interesserede.
- I vil sammenligne to idéer med samme publikum.

28

Prompt til Claude Code



Færdigt produkt

Byg den mindste udgave, der kan sælges, og lancér den til rigtige kunder. Det er det dyreste eksperiment og det eneste, der svarer på alle fire spørgsmål på én gang.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?
- Kan vi bygge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

Uger til måneder.

28 Færdigt produkt

PROMPT TIL CLAUDE CODE

Byg den mindste udgave af [produkt], der kan sælges til [målgruppe] og løse [problem]. Her er de funktioner, vi overvejer: [liste].

Foreslå først, hvilke funktioner der skal med i første udgave, og hvorfor. Byg så den udgave med login, betaling og måling af de tre vigtigste handlinger, og skriv, hvordan vi sætter den i drift.

SÅDAN GØR I

01 Skær ned, til der kun er den ene ting tilbage, kunden betaler for.

02 Lancér til en lille, navngiven gruppe først, ikke til alle.

03 Mål brug, betaling og support i de første 30 dage, og beslut så, om der skal bygges videre.

BRUG DET NÅR

- De billigere eksperimenter har sagt ja, og det eneste, der mangler, er virkeligheden.
- Produktet er lille nok til at bygge på uger, ikke måneder.

FOLD

FOLD

29

Prompt til Miro AI



Skitse

Tegn idéen i hånden på fem minutter og vis tegningen til en kunde. Det er det billigste eksperiment i sættet, og det afslører med det samme, om I kan forklare den.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?

TAGER

En time.

29 Skitse

PROMPT TIL MIRO AI

Min idé er [beskriv idéen i to sætninger], og den er til [målgruppe].

Foreslå, hvad jeg skal tegne på én side, så en kunde forstår idéen på 30 sekunder: hvilke dele, i hvilken rækkefølge, og hvad der skal stå med tekst. Skriv også de tre spørgsmål, jeg stiller, når jeg viser tegningen frem.

SÅDAN GØR I

01 Tegn på ét ark: hvad kunden ser, og hvad der sker, når de trykker.

02 Vis den til tre kunder uden at forklare først. Lad dem sige, hvad de tror, det er.

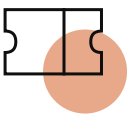
03 Tegn den igen med deres ord, og vis den til tre andre.

BRUG DET NÅR

- Allerførst, inden idéen har fået et navn.
- Teamet taler forbi hinanden om, hvad der skal bygges.

30

Prompt til Lovable



Forsalg

Sælg produktet til en lille, udvalgt gruppe, før det er færdigt, til en pris og en dato. Betalingen er beviset. Gruppen bliver jeres første rigtige brugere og de første, der klager.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

Fire til otte uger.

30 Forsalg

PROMPT TIL LOVABLE

Byg en side, hvor [målgruppe] kan forudbestille [produkt], før det er færdigt, til [pris] med levering [dato]. Der er plads til [antal] kunder.

Siden skal sige, hvad de får, hvornår, og hvad der sker, hvis vi ikke når det. Tilføj betaling med Stripe og en liste over dem, der har købt, så de kan blive vores første testere.

SÅDAN GØR I

01 Vælg 20 til 50 kunder, der har sagt, at de vil have det, og giv dem et tilbud med en leveringsdato.

02 Tag imod betaling, eller et depositum, og hold dem opdateret hver anden uge.

03 Lever til dem først, og brug deres tilbagemeldinger, før alle andre får det.

BRUG DET NÅR

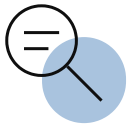
- Produktet er tæt på færdigt, og I vil vide, om prisen holder.
- I har brug for de første kunder, der vil være med til at forme det.

FOLD

FOLD

31

Prompt til Claude Code



Søgeloggen

Sæt et AI-søgefelt på jeres side, og gem det, folk skriver i det. Spørgsmålene uden et godt svar viser, hvad folk leder efter, og hvad I mangler.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?

TAGER

En dag at bygge, to til fire uger at samle.

31 Søgeloggen

PROMPT TIL CLAUDE CODE

Byg et søgefelt til [website], der svarer på spørgsmål ud fra vores eget indhold i [mappe eller sitemap]. Hver søgning skal gemmes med tekst, tidspunkt og om svaret fandt noget, uden IP, cookies eller andre persondata.

Lav også en simpel side kun til os, der viser søgningerne uden svar, grupperet efter emne og sorteret efter, hvor tit de kommer. Skriv til sidst, hvordan vi læser listen og vælger de tre huller, vi tester først.

SÅDAN GØR I

01 Byg et søgefelt, der svarer ud fra jeres eget indhold, og gem hver søgning uden navn eller IP.

02 Lad det køre i to til fire uger, og markér de søgninger, der ikke fik et brugbart svar.

03 Grupper hullerne efter emne. De tre største er jeres næste hypoteser.

BRUG DET NÅR

- I har trafik, men ved ikke, hvad folk kom for.
- I har meget indhold og vil se, hvor det slipper op.

32

Prompt til ChatGPT



Prompten er produktet

Byg løsningen som en GPT med jeres egen instruktion og viden, før I skriver kode. Giv den til fem kunder, og se, om de bruger den igen næste uge.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Kan de bruge det?
- Kan vi bygge det?

TAGER

En dag at bygge, en uge med kunderne.

32 Prompten er produktet

PROMPT TIL CHATGPT

Hjælp mig med at bygge en GPT, der skal hjælpe [målgruppe] med [opgave]. Den skal bruge vores eget materiale: [beskriv det, fx guides, priser, eksempler].

Skriv instruktionen til GPT'en: dens rolle, hvad den spørger om først, hvordan et godt svar ser ud, og hvad den skal sige nej til. Foreslå også tre spørgsmål, jeg stiller fem kunder efter en uge, så jeg kan se, om de ville savne den.

SÅDAN GØR I

01 Skriv instruktionen: hvem assistenten hjælper, med hvad, og hvordan et godt svar ser ud. Læg jeres eget materiale ind som viden.

02 Del linket med fem kunder, og bed dem bruge den på en rigtig opgave i denne uge.

03 Tal med dem efter en uge: brugte de den igen, og hvad manglede?

BRUG DET NÅR

- Idéen er et værktøj, der rådgiver, skriver eller sorterer for folk.
- I vil vide, om værdien ligger i svarene, før I bygger en app omkring dem.

FOLD

FOLD

33

Prompt til Typeform



Asynkront interview

Tre åbne spørgsmål i en formular, hvor folk svarer med tekst eller en kort video, når det passer dem. AI læser svarene og finder mønstrene, så I kan høre 30 kunder på den tid, fem interviews tager.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En uge.

33 Asynkront interview

PROMPT TIL TYPEFORM

Jeg vil forstå, hvordan [målgruppe] i dag håndterer [problem], uden at holde interviews. Jeg sender en formular, hvor de svarer på tre åbne spørgsmål med tekst eller en kort video.

Skriv de tre spørgsmål, så de handler om noget, folk faktisk har gjort, fx sidste gang de stod med problemet. Skriv også en kort invitation, og forklar, hvordan jeg bagefter grupperer svarene og finder de mønstre, der går igen.

SÅDAN GØR I

01 Skriv tre spørgsmål om noget, folk har gjort, fx "fortæl om sidste gang du stod med problemet".

02 Send formularen til 30 til 50 i målgruppen med en kort, personlig besked.

03 Lad AI sortere svarene i grupper, og læs selv ti af dem fra start til slut.

BRUG DET NÅR

- Målgruppen har travlt eller sidder spredt.
- I vil høre mange stemmer, før I vælger, hvem I interviewer i dybden.

34

Prompt til Claude



Panelrapporten

Stil fem spørgsmål til et panel af fagfolk i jeres målgruppe, og saml svarene til en rapport, folk giver deres mail for. Den viser både, hvad fagfolkene mener, og hvor mange der vil læse om emnet.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

Tre til fire uger.

34 Panelrapporten

PROMPT TIL CLAUDE

Jeg vil lave en rapport om [emne] ud fra svar fra et panel af [antal] [fagfolk, fx produktchefer i danske virksomheder]. Rapporten skal tiltrække [målgruppe], som giver deres mail for at læse den.

Skriv fem åbne spørgsmål til panelet, en kort invitation og en plan for rapportens kapitler, hvor hvert kapitel bygger på ordrette citater. Foreslå også, hvordan jeg måler, om emnet trækker, ud over antallet af tilmeldinger.

SÅDAN GØR I

01 Vælg 8 til 15 fagfolk, som målgruppen lytter til, og stil dem fem åbne spørgsmål om problemet.

02 Lad AI hjælpe med at samle svarene i kapitler med ordrette citater, og lad hver deltager godkende sine.

03 Læg rapporten bag en mailformular, og tæl tilmeldinger og læsetid.

BRUG DET NÅR

- I sælger til fagfolk og vil vide, hvad der optager dem.
- I har brug for en liste af interesserede, før I lancerer.

FOLD

FOLD

35

Prompt til Gemini



Jobopslagsindekset

Lad AI læse hundredvis af jobopslag i jeres målgruppe og tælle, hvad virksomhederne ansætter folk til. Når de betaler løn for at få et problem løst, er behovet der.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En dag, så en time om måneden.

35 Jobopslagsindekset

PROMPT TIL GEMINI

Jeg vil vide, hvor mange virksomheder i [land eller region] der ansætter folk til [opgave eller problem]. Find aktuelle jobopslag til rollerne [roller, fx produktchef og product owner].

Tæl, hvor stor en andel der nævner [opgave, værktøj eller ord], og citér tre typiske formuleringer. Lav en tabel med rolle, antal opslag og andel, og skriv, hvordan jeg gentager målingen hver måned, så jeg kan se udviklingen.

SÅDAN GØR I

01 Find opslagene til de roller, der i dag løser problemet, fx på Jobindex, Jobnet eller LinkedIn.

02 Lad AI tælle, hvor mange der nævner opgaven, værktøjerne og ordene, I leder efter.

03 Gentag hver måned, og se, om andelen vokser.

BRUG DET NÅR

- I sælger til virksomheder og vil se, hvad de selv prioriterer.
- I vil følge, om et behov vokser over tid.

36

Prompt til Mailchimp



Webinaret

Annoncér et gratis webinar om problemet, før produktet findes, og tæl tilmeldingerne. Dem, der dukker op og stiller spørgsmål, er jeres første kunder, og spørgsmålene er jeres næste eksperimenter.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

Tre uger.

36 Webinaret

PROMPT TIL MAILCHIMP

Jeg vil teste, om [målgruppe] har brug for [idé], ved at holde et gratis webinar på 45 minutter om problemet [problem], før produktet findes.

Skriv titlen, tilmeldingssiden med tre punkter om, hvad deltagerne får, og tre mails: invitation, påmindelse dagen før og opfølgning bagefter med ét tilbud. Foreslå også, hvor mange tilmeldinger og hvor mange svar på tilbuddet der skal til, før vi går videre.

SÅDAN GØR I

01 Skriv en titel om det problem, deltagerne har, og en side med dato, tre punkter og et tilmeldingsfelt.

02 Del den i jeres kanaler i to til tre uger, og mål tilmeldinger pr. kanal.

03 Hold webinaret, gem spørgsmålene, og slut med ét tilbud, I kan tælle svar på.

BRUG DET NÅR

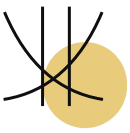
- I har en idé til et kursus, en tjeneste eller et produkt til fagfolk.
- I vil bygge en liste af interesserede, mens I tester.

FOLD

FOLD

37

Prompt til Google Forms



Prisgrænserne

Spørg målgruppen, ved hvilken pris produktet virker for billigt, billigt, dyrt og for dyrt. De fire svar giver et prisvindue, før I sætter et tal på siden.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En dag at sende, en uge at samle svar.

37 Prisgrænserne

PROMPT TIL GOOGLE FORMS

Vi skal prise [produkt] til [målgruppe] og vil bruge de fire prisspørgsmål fra Van Westendorp. Produktet gør [hvad det gør], og alternativet i dag er [alternativ].

Skriv en kort produktbeskrivelse til spørgeskemaet og de fire spørgsmål. Forklar derefter, hvordan jeg læser svarene i et regneark, så jeg finder det prisvindue, flest kan acceptere.

SÅDAN GØR I

01 Beskriv produktet i tre linjer, så alle svarer på det samme.

02 Send de fire prisspørgsmål til mindst 50 i målgruppen, fx jeres nyhedsbrev eller kunder.

03 Tegn de fire kurver. Hvor de krydser hinanden, ligger det vindue, I kan prise inden for.

BRUG DET NÅR

- I skal sætte en pris for første gang.
- I er uenige internt om, hvad produktet er værd.

38

Prompt til Perplexity



Anmeldelserne

Læs, hvad kunderne skriver om konkurrenterne på Trustpilot, G2 og App Store. Klagerne i de middelmådige anmeldelser viser, hvad folk allerede betaler for og stadig mangler.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En halv dag.

38 Anmeldelserne

PROMPT TIL PERPLEXITY

Find anmeldelser af [konkurrent 1], [konkurrent 2] og [konkurrent 3] fra det seneste år på Trustpilot, G2 og App Store. Vi overvejer at bygge [produktidé] til [målgruppe].

Saml klagerne i emner, og vis, hvor tit hvert emne kommer igen, med to citater og et link pr. emne. Slut med de tre huller, som ingen af dem løser godt.

SÅDAN GØR I

01 Vælg tre til fem konkurrenter, og saml 50 til 100 anmeldelser fra det seneste år.

02 Sortér klagerne efter emne, og tæl, hvor tit hvert emne kommer igen.

03 Gør de tre hyppigste klager til hypoteser om, hvad jeres produkt skal gøre bedre.

BRUG DET NÅR

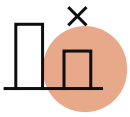
- I går ind på et marked, hvor andre allerede sælger.
- I har ikke kunder at spørge endnu.

FOLD

FOLD

39

Prompt til HubSpot



Tabte salg

Gå de sidste 20 vundne og tabte salg igennem, og find mønstret. Noterne og mailene siger mere om, hvorfor I taber, end feltet med tabsårsag gør.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En dag.

39 Tabte salg

PROMPT TIL HUBSPOT

Her er noter og mails fra vores sidste [antal] vundne og [antal] tabte salg af [produkt]: [indsæt eller vedhæft].

Find de grunde, der går igen i hver bunke, og vis forskellen mellem dem med citater. Skriv derefter de tre vigtigste hypoteser om, hvorfor vi taber, og for hver ét spørgsmål, jeg kan stille en tabt kunde for at teste den.

SÅDAN GØR I

01 Træk de sidste ti vundne og ti tabte salg ud med noter, mails og tabsårsag.

02 Lad AI'en finde de grunde, der går igen, og sammenlign de to bunker.

03 Ring til tre af dem, I tabte, og spørg, om billedet stemmer.

BRUG DET NÅR

- Salget går i stå, og alle har en teori om hvorfor.
- I overvejer at ændre pris eller pakke.

40

Prompt til ChatGPT



Markedsstørrelsen

Regn markedet ud nedefra: hvor mange har problemet, hvad betaler de, og hvor mange kan I realistisk få. Et regnestykke med kilder er nemmere at tro på end en rapport, der siger milliarder.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

En halv dag.

40 Markedsstørrelsen

PROMPT TIL CHATGPT

Vi overvejer [produkt] til [målgruppe] i [lande]. Prisen bliver cirka [pris] om [måneden eller året].

Regn markedet ud nedefra: hvor mange har problemet, hvor mange kan vi nå, og hvor mange får vi realistisk inden for tre år. Skriv, hvor hvert tal kommer fra, og markér de tal, du har gættet, så jeg ved, hvad jeg skal tjekke.

SÅDAN GØR I

01 Tæl, hvor mange virksomheder eller personer der har problemet i de lande, I sælger i.

02 Gang med en pris, de realistisk betaler, og skriv, hvor hvert tal kommer fra.

03 Tag den andel, I kan nå inden for tre år, og tjek, om tallet bærer det, I vil bygge.

BRUG DET NÅR

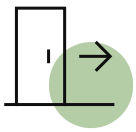
- I skal vælge mellem to markeder eller segmenter.
- Ledelsen eller en investor spørger, hvor stort det kan blive.

FOLD

FOLD

41

Prompt til Typeform



Opsigelsesgrunden

Spørg dem, der går, hvorfor de går, i det øjeblik de går. Opsigelsen sker med det samme, og spørgsmålet er frivilligt bagefter, så ingen føler sig holdt fast.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?
- Vil vi supportere det?

TAGER

En time at sætte op, en måned at samle.

41 Opsigelsesgrunden

PROMPT TIL TYPEFORM

Vi vil spørge kunder, der opsiger [produkt], hvorfor de går. Opsigelsen skal gå igennem med det samme, og spørgsmålet skal være frivilligt bagefter.

Skriv spørgsmålet, fem faste svar og en kort tak, i en rolig tone uden at prøve at holde på dem. Foreslå også, hvordan vi grupperer tekstsvarene efter en måned, og hvilke svar der bør få os til at handle.

SÅDAN GØR I

01 Læg ét spørgsmål med fem faste svar og et tekstfelt lige efter opsigelsen eller afmeldingen.

02 Gem svarene uden navn, og lad det køre i en måned.

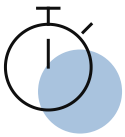
03 Læs tekstsvarene for sig. De grunde, der går igen, er jeres næste problem at løse.

BRUG DET NÅR

- Kunder siger op, og I ved ikke hvorfor.
- I vil vide, om det er produktet, prisen eller timingen.

42

Prompt til PostHog AI



Tid til værdi

Mål, hvor lang tid der går, fra en ny bruger tilmelder sig, til de første gang får det, de kom for. Det trin, hvor flest falder fra, er det første, I skal forbedre.

SVARER PÅ

- Kan de bruge det?
- Vil de bruge det?

TAGER

En dag at sætte op, to uger at måle.

42 Tid til værdi

PROMPT TIL POSTHOG AI

Vores produkt er [produkt], og en ny bruger har fået værdi, når de har [handling]. Vi måler med PostHog, og tilmeldingen hedder [event].

Foreslå de events, tragten fra tilmelding til værdi skal bestå af, og hvordan jeg måler tiden mellem dem. Skriv derefter, hvordan jeg læser resultatet, og hvilke typer ændringer der plejer at flytte det trin, hvor flest falder fra.

SÅDAN GØR I

01 Bestem den ene handling, der betyder, at brugeren har fået værdi, fx første rapport sendt.

02 Byg en tragt fra tilmelding til den handling, og mål tiden og frafaldet på hvert trin.

03 Ret det trin, hvor flest falder fra, og mål igen efter to uger.

BRUG DET NÅR

- Mange tilmelder sig, men få kommer igen.
- I er uenige om, hvad onboardingen skal indeholde.

FOLD

FOLD

43

Prompt til Lovable



Regnestykket

Byg en lille beregner, hvor kunden taster egne tal ind og ser, hvad de sparer. Hvor mange der regner, og hvor mange der vil have resultatet på mail, viser, om gevinsten er stor nok til at handle på.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En dag at bygge, to uger at måle.

43 Regnestykket

PROMPT TIL LOVABLE

Byg en beregner til [produkt], hvor kunden taster [tal 1], [tal 2] og [tal 3] ind og ser, hvor meget de sparer om året. Gevinsten regnes sådan: [jeres formel].

Vis resultatet med det samme, og lad kunden få en kort opsummering på mail. Mål, hvor mange der starter, hvor mange der får et resultat, og hvor mange der skriver sig op.

SÅDAN GØR I

01 Vælg de tre til fem tal, der afgør gevinsten, fx timer brugt om ugen og timeløn.

02 Byg beregneren på en side for sig, og lad kunden få resultatet på mail.

03 Send trafik til siden i to uger, og mål, hvor mange der regner, og hvor mange der skriver sig op.

BRUG DET NÅR

- Produktet sparer tid eller penge, men kunderne kan ikke se hvor meget.
- I vil vide, hvilken gevinst der vejer mest for dem.

44

Prompt til v0



Ventelisten

Lad folk skrive sig op til tidlig adgang i stedet for at oprette en konto, og stil ét spørgsmål om deres situation. Hvem der skriver sig op, og hvad de svarer, viser, hvem I skal bygge til først.

SVARER PÅ

- Vil de bruge det?

TAGER

En dag at bygge, fire uger at samle.

44 Ventelisten

PROMPT TIL V0

Byg en side med venteliste til [produkt] for [målgruppe]. Formularen skal have mail og ét spørgsmål, [jeres spørgsmål], med fire faste svar.

Send hver tilmelding til [mailsystem] med svaret som felt, og vis en kort tak, der siger, hvornår de hører fra os. Lav også en simpel oversigt over tilmeldinger pr. svar.

SÅDAN GØR I

01 Byg en venteliste med mail og ét spørgsmål, fx hvilket problem de vil have løst først.

02 Send hver tilmelding videre til jeres mailsystem med svaret som felt, så I kan sortere.

03 Invitér de første ti med det stærkeste behov, og se, hvor mange der faktisk bruger produktet.

BRUG DET NÅR

- Produktet er ikke klar, og I vil vide, hvem der venter på det.
- I vil vælge de første kunder med omhu.

FOLD

Alle 44 prompts

Hver prompt er skrevet til det AI-værktøj, der står på kortet. Klik på knappen for at åbne værktøjet, sæt prompten ind, og udfyld [parenteserne] med jeres egne oplysninger.

01 Visuel prototype

Åbn i Figma Make

Byg en klikbar prototype af [produkt] til [målgruppe]. Den skal kun dække én sti: brugeren skal kunne [opgave] fra start til slut.

Lav de fem til otte skærme, stien kræver, med rigtigt indhold og knapper, der fører videre. Alt uden for stien må gerne være tomt, så testen handler om det, vi vil lære.

02 Produktæsken

Åbn i ChatGPT

Vi vil lave en produktæske til [produktidé] for [målgruppe]. Det problem, den løser, er [problem].

Foreslå tre bud på navn og for hvert bud de tre løfter, der skal stå på forsiden, og én sætning til bagsiden. Skriv også fem spørgsmål, jeg kan stille kunderne, når de har æsken i hånden, så jeg finder ud af, om de ville købe den.

03 Problemundersøgelse

Åbn i Typeform

Vi vil vide, hvor mange i [målgruppe] der har problemet [problem], hvor tit det sker, og hvad de gør ved det i dag.

Skriv et spørgeskema på højst otte spørgsmål, som tager under tre minutter at svare på. Brug faste svarmuligheder, hvor det giver mening, og ét åbent spørgsmål til sidst. Foreslå også, hvordan jeg læser svarene, så jeg kan se, om problemet er stort nok.

04 Løsningsundersøgelse

Åbn i Google Forms

Vores løsning er [beskrivelse], og den er til [målgruppe]. Vi vil vide, om folk forstår den, når de læser beskrivelsen.

Skriv et spørgeskema på seks spørgsmål, der først beder folk forklare løsningen med egne ord og derefter spørger, hvad de savner, og hvad de ville bruge den til. Giv mig også to andre formuleringer af beskrivelsen, så jeg kan teste dem mod hinanden.

05 Online annonce

Åbn i Meta AI

Vi vil teste efterspørgslen efter [produktidé] med annoncer på [kanal], før vi bygger noget. Målgruppen er [hvem], og problemet er [problem].

Skriv fem annoncer med hver sit løfte, højst 125 tegn i teksten og en overskrift på højst 40 tegn. Foreslå et budget og en varighed, og hvilken klikrate der ville få dig til at sige, at et løfte trækker.

Alle 44 prompts

06 Fake Door

Åbn i v0

Byg en side, der ligner [produkt], med en knap til den nye funktion [funktion], og siden bag knappen. Siden skal ærligt sige, at funktionen er på vej, og bede om en mailadresse.

Gør knappen tydelig uden at skubbe resten af siden til side, og tæl klik og tilmeldinger, så vi kan se, hvor mange der vil have funktionen.

07 E-mailkampagne

Åbn i Mailchimp

Vi vil sende én mail om idéen [idé] til [antal] af vores kunder for at se, om den vækker interesse. Kunderne er [hvem], og de kender os for [det, vi laver i dag].

Skriv tre emnelinjer og en kort mail med ét klart link og ét spørgsmål, de kan svare på. Foreslå, hvilke tal vi skal se efter, og hvornår svarene er gode nok til at gå videre.

08 Storyboard

Åbn i Gemini

Vi vil tegne et storyboard for [produkt] set fra kundens side. Kunden er [hvem], og problemet opstår, når [situation].

Skriv seks til otte ruder fra problemet opstår, til det er løst, med én sætning om, hvad der sker, og én om, hvad kunden tænker. Markér de to ruder, hvor jeg skal være mest opmærksom på kundernes reaktion.

09 Aftaledokument

Åbn i Claude

Vi vil bede [kunde eller kundetype] skrive under på en hensigtserklæring om at købe [produkt] til [pris], når det er klar omkring [dato].

Skriv et aftaledokument på én side i et roligt og ærligt sprog: hvad de får, hvad det koster, hvornår, og at det ikke er juridisk bindende. Skriv også en kort mail, der sender dokumentet og forklarer, hvorfor vi beder om det.

10 Wizard of Oz

Åbn i Claude

Vi vil teste [produktidé] som Wizard of Oz: kunden bruger en simpel forside, og vi laver arbejdet bag ved i hånden. Kunden skal kunne [opgave].

Beskriv den mindste forside, vi skal bygge, og en drejebog for os bag skærmen: hvad vi gør, når en bestilling kommer ind, hvor hurtigt vi skal svare, og hvad vi noterer hver gang, så vi bagefter ved, hvad der er værd at automatisere.

Alle 44 prompts

11 Split-test

Åbn i PostHog AI

Vi vil split-teste [side eller funktion] i [produkt]. Det, vi vil have flere til at gøre, er [handling], og i dag gør [nuværende andel] det. Vi har cirka [antal] besøgende om ugen.

Foreslå tre hypoteser og en udgave B til den stærkeste. Regn ud, hvor længe testen skal køre, før forskellen ikke er tilfældig, og skriv, hvad vi gør, hvis vi aldrig når dertil.

12 Crowdfunding

Åbn i ChatGPT

Vi overvejer at lægge [produkt] på [platform] for at se, om folk vil betale, før vi producerer. Målgruppen er [hvem], og prisen er tænkt til [pris].

Skriv kampagnens overskrift, de første tre afsnit af fortællingen og en plan for tre belønningsniveauer. Foreslå et realistisk mål, og hvad vi skal have klar, før vi trykker på start.

13 Landingsside

Åbn i Lovable

Byg en landingsside for [produktidé], som om produktet fandtes. Målgruppen er [hvem], problemet er [problem], og vi vil have folk til at [skrive sig op, booke en demo eller forudbestille].

Siden skal have en overskrift, tre fordele, en kort sektion om, hvordan det virker, og én knap med en formular. Gem tilmeldingerne, så vi kan tælle dem.

14 Concierge

Åbn i Notion AI

Vi vil levere [værdi] i hånden til tre til fem kunder i [målgruppe], før vi bygger et produkt. Det skal koste dem [pris], og vi kører det i [antal] uger.

Lav en plan for forløbet: hvordan vi finder kunderne, hvad vi leverer hver uge, og hvad vi spørger om undervejs. Skriv også et ugentligt skema, vi kan bruge til at notere, hvad de bruger, og hvad de ignorerer.

15 Kortsortering

Åbn i Miro AI

Vi skal lave en kortsortering med kunder fra [målgruppe] for at forstå, hvordan de grupperer funktionerne i [produkt]. Her er funktionerne: [liste].

Omskriv hver funktion til en kort etiket i kundens sprog. Skriv instruktionen, jeg giver deltagerne, og forklar, hvordan jeg bagefter samler resultaterne, så jeg kan se de grupper og den rækkefølge, deltagerne er mest enige om.

Alle 44 prompts

16 Forklaringsvideo

Åbn i NotebookLM

Vi vil lave en forklaringsvideo på to minutter om [produktidé] til [målgruppe], før produktet findes. Problemet er [problem].

Skriv manuskriptet i tre dele: problemet, løsningen og resultatet, højst 250 ord i alt. Foreslå, hvad der skal vises på skærmen i hver del, og teksten ved tilmeldingsfeltet under videoen.

17 Datablad

Åbn i Claude

Vi vil skrive et datablad for [produkt], som om det var i handlen, og give det til kunder, der køber på specifikationer, fx [rolle].

Lav databladet med de afsnit, sådan et dokument plejer at have i [branche]: funktioner, tekniske data, kompatibilitet og pris. Markér de tal, vi ikke kender endnu, og skriv fem spørgsmål, kunderne sandsynligvis vil stille.

18 Plakat

Åbn i Gemini

Vi vil hænge en plakat op for [produktidé] i [butik, messe eller kontor] og se, om folk stopper. Målgruppen er [hvem].

Foreslå fem bud på den ene sætning, plakaten skal bære, og beskriv billedet til hvert. Skriv også, hvad jeg skal notere, når nogen stopper, og hvilke spørgsmål fra dem der ville være et godt tegn.

19 Brochure

Åbn i Figma Make

Vi vil lave den brochure, sælgerne skulle have med ud til [målgruppe], for [produkt], før det findes.

Skriv brochuren: forsiden med ét løfte, indersiden med problemet, løsningen og tre fordele, og bagsiden med pris og næste skridt. Skriv også fem spørgsmål, jeg kan stille sælgerne og kunderne, når de har læst den.

20 Ny etiket

Åbn i ChatGPT

Vi vil teste vores positionering ved at sætte vores navn og løfte på et eksisterende produkt, [produkt], og tilbyde det til [målgruppe].

Foreslå tre bud på navn og løfte, der hver taler til et forskelligt behov. Skriv teksten til emballagen eller produktsiden for det stærkeste bud, og forklar, hvad vi kan lære, hvis folk vil have det, og hvad vi kan lære, hvis de lader det ligge.

Alle 44 prompts

21 404-side

Åbn i v0

Byg et menupunkt til [funktion] i [produkt eller website] og den side, folk lander på, når de klikker. Siden skal ærligt sige, at funktionen ikke findes endnu.

Spørg kort, hvad de havde håbet på, og giv dem et felt til mailadressen. Tæl klik og svar, så vi kan se, hvor stor efterspørgslen er.

22 Webtrafik-analyse

Åbn i PostHog AI

Vi har data i [værktøj, fx Google Analytics eller PostHog] for [website eller produkt], og vi vil forstå [spørgsmål, fx hvor folk falder fra i tilmeldingen].

Foreslå de fem rapporter eller forespørgsler, jeg skal lave, og hvad jeg skal kigge efter i hver. Skriv også, hvordan jeg præsenterer fundene for teamet på én side.

23 Søgetrend-analyse

Åbn i Gemini

Vi vil vide, hvad folk i [land eller marked] søger på, når de har problemet [problem]. Vores idé er [idé].

Skriv 20 søgeord og sætninger, kunderne selv ville bruge, når de beskriver problemet, på [sprog]. Grupper dem efter behov, og forklar, hvordan jeg bruger Google Trends og et søgeordsværktøj til at finde de tre grupper, der vokser.

24 Online forum-analyse

Åbn i Perplexity

Jeg vil forstå, hvordan [målgruppe] taler om [problem] de steder, hvor vi ikke er med, fx fora, Facebook-grupper og anmeldelser af [konkurrent].

Foreslå ti steder, jeg kan lede, og de søgeord, jeg skal bruge. Lav et skema til at samle citater, så jeg kan tælle, hvilke problemer der går igen, og hvilke ord folk selv bruger om dem.

25 Kundesupport-analyse

Åbn i NotebookLM

Her er [antal] supporthenvendelser fra de seneste måneder om [produkt]: [indsæt eller beskriv dem, uden navne og andre persondata].

Grupper dem efter, hvad kunderne prøvede at gøre, tæl, hvor mange der er i hver gruppe, og sorter efter, hvor meget de koster os. Foreslå for de tre største grupper én ændring i produktet, der ville fjerne behovet for at skrive til os.

Alle 44 prompts

26 Kundeanbefalinger

Åbn i HubSpot

Vi vil bede vores nuværende kunder om at anbefale [produkt] til én, de kender, og måle, hvor mange der gør det. Kunderne er [hvem].

Skriv en kort og personlig mail, der beder om anbefalingen uden at love en belønning. Foreslå, hvordan vi gør det let at dele, hvordan vi måler det, og hvilken andel der vil være et godt tegn.

27 Link-tracking

Åbn i Claude

Vi vil måle interessen for [idé] ved at lægge et link på [side, nyhedsbrev eller produkt], som folk allerede besøger.

Skriv fem bud på linkteksten med hver sit løfte, og foreslå, hvor linket skal stå. Forklar, hvordan jeg sætter måling op med UTM eller vores eget værktøj, og hvordan jeg sammenligner klikkene med et andet link på samme side.

28 Færdigt produkt

Åbn i Claude Code

Byg den mindste udgave af [produkt], der kan sælges til [målgruppe] og løse [problem]. Her er de funktioner, vi overvejer: [liste].

Foreslå først, hvilke funktioner der skal med i første udgave, og hvorfor. Byg så den udgave med login, betaling og måling af de tre vigtigste handlinger, og skriv, hvordan vi sætter den i drift.

29 Skitse

Åbn i Miro AI

Min idé er [beskriv idéen i to sætninger], og den er til [målgruppe].

Foreslå, hvad jeg skal tegne på én side, så en kunde forstår idéen på 30 sekunder: hvilke dele, i hvilken rækkefølge, og hvad der skal stå med tekst. Skriv også de tre spørgsmål, jeg stiller, når jeg viser tegningen frem.

30 Forsalg

Åbn i Lovable

Byg en side, hvor [målgruppe] kan forudbestille [produkt], før det er færdigt, til [pris] med levering [dato]. Der er plads til [antal] kunder.

Siden skal sige, hvad de får, hvornår, og hvad der sker, hvis vi ikke når det. Tilføj betaling med Stripe og en liste over dem, der har købt, så de kan blive vores første testere.

Alle 44 prompts

31 Søgeloggen

Åbn i Claude Code

Byg et søgefelt til [website], der svarer på spørgsmål ud fra vores eget indhold i [mappe eller sitemap]. Hver søgning skal gemmes med tekst, tidspunkt og om svaret fandt noget, uden IP, cookies eller andre persondata.

Lav også en simpel side kun til os, der viser søgningerne uden svar, grupperet efter emne og sorteret efter, hvor tit de kommer. Skriv til sidst, hvordan vi læser listen og vælger de tre huller, vi tester først.

32 Prompten er produktet

Åbn i ChatGPT

Hjælp mig med at bygge en GPT, der skal hjælpe [målgruppe] med [opgave]. Den skal bruge vores eget materiale: [beskriv det, fx guides, priser, eksempler].

Skriv instruktionen til GPT'en: dens rolle, hvad den spørger om først, hvordan et godt svar ser ud, og hvad den skal sige nej til. Foreslå også tre spørgsmål, jeg stiller fem kunder efter en uge, så jeg kan se, om de ville savne den.

33 Asynkront interview

Åbn i Typeform

Jeg vil forstå, hvordan [målgruppe] i dag håndterer [problem], uden at holde interviews. Jeg sender en formular, hvor de svarer på tre åbne spørgsmål med tekst eller en kort video.

Skriv de tre spørgsmål, så de handler om noget, folk faktisk har gjort, fx sidste gang de stod med problemet. Skriv også en kort invitation, og forklar, hvordan jeg bagefter grupperer svarene og finder de mønstre, der går igen.

34 Panelrapporten

Åbn i Claude

Jeg vil lave en rapport om [emne] ud fra svar fra et panel af [antal] [fagfolk, fx produktchefer i danske virksomheder]. Rapporten skal tiltrække [målgruppe], som giver deres mail for at læse den.

Skriv fem åbne spørgsmål til panelet, en kort invitation og en plan for rapportens kapitler, hvor hvert kapitel bygger på ordrette citater. Foreslå også, hvordan jeg måler, om emnet trækker, ud over antallet af tilmeldinger.

35 Jobopslagsindekset

Åbn i Gemini

Jeg vil vide, hvor mange virksomheder i [land eller region] der ansætter folk til [opgave eller problem]. Find aktuelle jobopslag til rollerne [roller, fx produktchef og product owner].

Tæl, hvor stor en andel der nævner [opgave, værktøj eller ord], og citér tre typiske formuleringer. Lav en tabel med rolle, antal opslag og andel, og skriv, hvordan jeg gentager målingen hver måned, så jeg kan se udviklingen.

Alle 44 prompts

36 Webinaret

Åbn i Mailchimp

Jeg vil teste, om [målgruppe] har brug for [idé], ved at holde et gratis webinar på 45 minutter om problemet [problem], før produktet findes.

Skriv titlen, tilmeldingssiden med tre punkter om, hvad deltagerne får, og tre mails: invitation, påmindelse dagen før og opfølgning bagefter med ét tilbud. Foreslå også, hvor mange tilmeldinger og hvor mange svar på tilbuddet der skal til, før vi går videre.

37 Prisgrænserne

Åbn i Google Forms

Vi skal prise [produkt] til [målgruppe] og vil bruge de fire prisspørgsmål fra Van Westendorp. Produktet gør [hvad det gør], og alternativet i dag er [alternativ].

Skriv en kort produktbeskrivelse til spørgeskemaet og de fire spørgsmål. Forklar derefter, hvordan jeg læser svarene i et regneark, så jeg finder det prisvindue, flest kan acceptere.

38 Anmeldelserne

Åbn i Perplexity

Find anmeldelser af [konkurrent 1], [konkurrent 2] og [konkurrent 3] fra det seneste år på Trustpilot, G2 og App Store. Vi overvejer at bygge [produktidé] til [målgruppe].

Saml klagerne i emner, og vis, hvor tit hvert emne kommer igen, med to citater og et link pr. emne. Slut med de tre huller, som ingen af dem løser godt.

39 Tabte salg

Åbn i HubSpot

Her er noter og mails fra vores sidste [antal] vundne og [antal] tabte salg af [produkt]: [indsæt eller vedhæft].

Find de grunde, der går igen i hver bunke, og vis forskellen mellem dem med citater. Skriv derefter de tre vigtigste hypoteser om, hvorfor vi taber, og for hver ét spørgsmål, jeg kan stille en tabt kunde for at teste den.

40 Markedsstørrelsen

Åbn i ChatGPT

Vi overvejer [produkt] til [målgruppe] i [lande]. Prisen bliver cirka [pris] om [måneden eller året].

Regn markedet ud nedefra: hvor mange har problemet, hvor mange kan vi nå, og hvor mange får vi realistisk inden for tre år. Skriv, hvor hvert tal kommer fra, og markér de tal, du har gættet, så jeg ved, hvad jeg skal tjekke.

Alle 44 prompts

41 Opsigelsesgrunden

Åbn i Typeform

Vi vil spørge kunder, der opsiger [produkt], hvorfor de går. Opsigelsen skal gå igennem med det samme, og spørgsmålet skal være frivilligt bagefter.

Skriv spørgsmålet, fem faste svar og en kort tak, i en rolig tone uden at prøve at holde på dem. Foreslå også, hvordan vi grupperer tekstsvarene efter en måned, og hvilke svar der bør få os til at handle.

42 Tid til værdi

Åbn i PostHog AI

Vores produkt er [produkt], og en ny bruger har fået værdi, når de har [handling]. Vi måler med PostHog, og tilmeldingen hedder [event].

Foreslå de events, tragten fra tilmelding til værdi skal bestå af, og hvordan jeg måler tiden mellem dem. Skriv derefter, hvordan jeg læser resultatet, og hvilke typer ændringer der plejer at flytte det trin, hvor flest falder fra.

43 Regnestykket

Åbn i Lovable

Byg en beregner til [produkt], hvor kunden taster [tal 1], [tal 2] og [tal 3] ind og ser, hvor meget de sparer om året. Gevinsten regnes sådan: [jeres formel].

Vis resultatet med det samme, og lad kunden få en kort opsummering på mail. Mål, hvor mange der starter, hvor mange der får et resultat, og hvor mange der skriver sig op.

44 Ventelisten

Åbn i v0

Byg en side med venteliste til [produkt] for [målgruppe]. Formularen skal have mail og ét spørgsmål, [jeres spørgsmål], med fire faste svar.

Send hver tilmelding til [mailsystem] med svaret som felt, og vis en kort tak, der siger, hvornår de hører fra os. Lav også en simpel oversigt over tilmeldinger pr. svar.

Vil I have hjælp til at komme i gang?

Vi bruger kortene i rådgivning og på kurser. Skriv til os, hvis I vil have hjælp til at vælge og køre de første eksperimenter.

produktland.dk/raadgivning

Ét konkret AI-tip om ugen: produktland.dk/nyhedsbrev