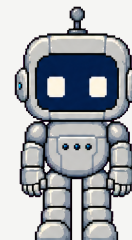


Naučíme AI Případová studie

Firemní AI workshopy a vzdělávání

Od oborových pracovních příkladů
k vhodně zadanému firemnímu workshopu.

Studie využitelnosti Delegat.ing
pro personalizovanou B2B akvizici.



3

cílové profily

1

konkrétní kampaň

1

modelový dopis

Zpracovatel: Delegating Systems s.r.o.
Verze 1.0 / samostatný dokument
Podklad pro představení projektu JVTP

Naučíme AI / příležitost

Jak představit školení jazykem konkrétního oboru a otevřít rozhovor o potřebách týmu.

Rozsah posouzení

Analýza vychází z veřejně prezentované nabídky firmy a popsaného modulu Outreach v Delegat.ing. Cílové profily, kampaň a přínosy jsou návrhy zpracovatele. Studie neobsahuje zákaznické rozhovory ani výsledky proběhlého pilotu; jejich ověření je navrženo v závěru.

Doložená nabídka a navržený cíl

Naučíme AI veřejně představuje kurzy, workshopy na míru pro firmy, konzultace a navazující komunitu. [5] Studie se zaměřuje na B2B nabídku vzdělávání. Navrženým cílem je rozhovor o konkrétních dovednostech a vhodném formátu školení pro tým.

Tři modelové zákaznické profily

- Účetní nebo poradenská kancelář. Veřejná nabídka potvrzuje práci s podnikatelskými klienty. Oslovení představí možné využití AI při přípravě komunikace a obecných pracovních podkladů. Práce s klientskými daty a odborná kontrola vyžadují vlastní pravidla.
- Stavební firma. Doložená činnost umožní použít příklady přípravy nabídek, zápisů a projektové komunikace. Dopis nabídne rozhovor o skutečných potřebách týmu; neodvozuje jejich současné dovednosti ani podobu interních dokumentů.
- Marketingová agentura. Veřejná nabídka poskytne kontext pro varianty obsahu, řešerše a návrhy kampaní. Hodnota školení závisí na úrovni týmu a návaznosti na jeho proces. U pokročilé agentury může být základní kurz nevhodný.

Navržená kampaň v Delegat.ing

Začít jedním oborem a jedním schváleným workshopem. Lektor doplní skutečný obsah a limity kurzu. Řešerše doloží činnost firmy a dostupnou odpovědnou roli. Dopis použije několik příkladů odpovídajících oboru a nabídne diagnostický rozhovor před sestavením nabídky.

Očekávané přínosy

- Srozumitelnější propojení školení s každodenní prací osloveného týmu.
- Opakovatelná příprava oborových variant při zachování skutečného obsahu kurzu.
- Podklad pro úvodní rozhovor o dovednostech, prioritách a vhodném formátu.

Analytické posouzení

Vhodné pro ověření relevance textu a správnosti příkladů. Nejprve zkoumat zájem o rozhovor; skutečné výsledky vzdělávání vyžadují samostatné vyhodnocení.

02 / KONKRÉTNÍ KAMPAŇ

Naučíme AI / kampaň

Představit oborové příklady a nejprve zjistit úroveň a potřeby týmu.

MODELOVÁ UKÁZKA / HYPOTETICKÝ ADRESÁT**AI workshop pro práci vašeho stavebního týmu**

Vážené vedení společnosti,

připravujeme firemní AI workshopy zaměřené na praktické využití při každodenní práci. Pro stavební tým může být zajímavá například příprava variant obchodní nabídky, zápisů nebo pracovních podkladů.

Vhodný obsah se ale odvíjí od toho, s jakými úkoly váš tým skutečně pracuje a jaké zkušenosti s AI už má. Proto navrhujeme nejprve krátký rozhovor o potřebách a výchozí úrovni.

Na jeho základě bychom mohli doporučit formát workshopu a vybrat příklady, které odpovídají vašemu provozu. Součástí přípravy má být také domluva na zacházení s firemními a klientskými daty.

Pokud vás téma zajímá, ozvěte se prostřednictvím naucime.ai.

Tým Naučíme AI

Proč je oslovení personalizované

Příklady odpovídají modelové stavební firmě. Dopis neoznačuje tým za začátečníky a neuvádí měřitelnou úsporu bez důkazu. Výsledná nabídka vznikne až po zjištění potřeb.

Omezení a nevhodné použití

- Zařazení podle oboru neodhalí úroveň uživatelů. Příliš základní nebo příliš pokročilá nabídka sníží relevanci.
- Text nesmí slibovat obsah, který konkrétní workshop nepokrývá, ani prezentovat AI jako náhradu odborné odpovědnosti.
- B2B listovní kampaň není v této studii posouzená jako vhodný postup pro hromadný nábor jednotlivců do veřejných kurzů.

Co dodat a co ověřit v pilotu

Naučíme AI dodá osnovu kurzu, oborové příklady, požadavky na účastníky a dostupné termíny. Pilot sleduje věcnou správnost příkladů, potřebu úprav lektorem, zájem o rozhovor a shodu mezi očekáváním adresáta a skutečnou nabídkou.

Rozhodnutí po první dávce

Pokračovat u segmentu, kde vznikají konkrétní dotazy na práci týmu. Pokud reakce ukazují jinou úroveň nebo potřebu, upravit nabídku před dalším oslovením.

03 / PRAKTICKÝ POSTUP

Od zadání ke schválenému výstupu

Jeden scénář, dohledatelné podklady a konkrétní lidská rozhodnutí.

Co připravit předem

Naučíme AI dodá schválenou osnovu workshopu, příklady odpovídající oboru, vstupní požadavky a dostupnou kapacitu lektorů. Důležité je vymezit, pro koho kurz je, co skutečně pokrývá a jak se upravuje pro firmu. Reference nebo výsledky vzdělávání se použijí pouze tehdy, pokud jsou doložené a určené ke zveřejnění.

Krok	Výstup a rozhodnutí
1 / Zadání nabídky	Vybrat jeden firemní workshop a jeden obor. Určit vstupní úroveň, obsah a podobu rozhovoru, který má předcházet konkrétní nabídce.
2 / Výběr kontaktů	Ověřit stavební činnost firmy a dostupnou odpovědnou roli. Neodvozovat počet účastníků ani zkušenosti s AI z velikosti nebo vzhledu webu.
3 / Rešerše	Zachytit doložené zaměření firmy. Vybrat pouze pracovní příklady, které odpovídají oboru i skutečnému obsahu workshopu.
4 / Text a kontrola	Nabídnout rozhovor o potřebách a výchozí úrovni týmu. Lektor potvrdí příklady, hranice kurzu a formulace o firemních datech.
5 / Výstup a reakce	Schválit a připravit PDF. Reakci doplnit o úkoly týmu, očekávání a formát školení; konkrétní termín nebo nabídku řešit až po rozhovoru.

Jak se mění argument podle segmentu

- Stavební firma: nabídky, zápisy a pracovní komunikace; nejprve zjistit, se kterými úkoly tým skutečně pracuje.
- Účetní či poradenská kancelář: obecné pracovní podklady a komunikace; před použitím klientských dat stanovit vlastní pravidla.
- Marketingová agentura: varianty obsahu a příprava kampaní; pro zkušený tým může být vhodný jiný obsah než základní kurz.

Rozsah řešení podle interního podkladu

Příprava kampaně, návrhy, schvalování a PDF jsou popsány jako implementované s lokálními kontrolami. Celý zákaznický průchod v produkci zbývá doložit. Fyzické odesílání je vypnuté; jeho uvolnění a první skutečná zásilka vyžadují samostatné ověření. [P1]

Postup je návrhem pro tuto firmu; stav produktu vychází z interního přehledu [P1].

04 / PŘÍNOSY A OMEZENÍ

Kde vzniká hodnota a co ji může snížit

Přínos musí zahrnout kvalitu výběru, práci schvalujícího člověka i návazný obchod.

Očekávané přínosy pro firmu

- Nabídka se spojí s konkrétní prací osloveného týmu. Oborové příklady pomohou otevřít rozhovor místo obecného sdělení, že AI je důležitá.
- Schválenou osnovu lze představit v několika oborových variantách. Lektor si zachová kontrolu nad obsahem a nebude muset každou nabídku psát od začátku.
- Získané odpovědi mohou zpřesnit zadání workshopu. Rozlišování dovedností, úkolů a očekávání podporuje sestavení vhodného formátu školení.

Rizika navrženého scénáře

Riziko	Možný dopad	Jak jej omezit
Nesprávná úroveň	Obor nevypovídá o zkušenostech účastníků s AI.	V prvním kroku nabídnout zjištění potřeb a úrovně.
Nesoulad s osnovou	Příklady mohou slibovat obsah, který kurz nepokrývá.	Lektor schválí každý oborový příklad a rozsah kurzu.
Citlivá data	Praktické ukázky mohou otevřít práci s klientskými podklady.	Předem domluvit vhodné materiály a pravidla použití.
Záměna nabídky	Firemní školení a veřejný kurz mají jinou cílovou skupinu.	Držet jednu B2B nabídku; nemíchat nábor jednotlivců.

Hranice vhodného použití

Listovní oslovení není samo o sobě dokladem kvality školení ani zlepšení dovedností. Studie řeší přípravu firemního obchodního kontaktu. Pro hodnocení vzdělávání je potřeba vlastní postup před kurzem a po něm. Při nejasné osnově nebo nedostupném lektorovi nejprve doplnit nabídku, teprve potom zvětšovat kampaň.

Podmínka použití dat

Veřejná dostupnost údajů sama nepotvrzuje oprávnění k použití. U osobních údajů je potřeba odpovídající právní základ, informační povinnosti a respektování námitek proti přímému marketingu. Komerční data lze používat jen podle skutečného přístupu a licenčních podmínek. [8]

05 / EKONOMICKÝ MODEL

Co se musí vyplatit při přípravě

Čas, výdaj kampaně a obchodní výsledek se vyhodnocují odděleně.

Ilustrační předpoklady

Všechny částky a časy na této straně jsou zvolené modelové vstupy. Nejde o naměřené výsledky, ceník Delegat.ing, nabídku poštovního poskytovatele ani potvrzené náklady firmy.

Předpoklad	Modelová hodnota
Platforma / rozsah nové kampaně	2 500 Kč / 50 kontaktů
Externí náklad na jedno oslovení	40 Kč
Ruční příprava / příprava s AI	20 / 10 minut na kontakt
Hodnota času pracovníka	500 Kč za hodinu

Co zahrnout do měření

Model zahrnuje přípravu oborové varianty a kontrolu lektorem. Hlavní citlivostí je čas, který lektor věnuje opravám příkladů; přínos vzniká při opakovaném použití dobře zadané a schválené osnovy.

Externí výdaj modelové nové kampaně je 4 500 Kč před interní prací. Při stejné ruční a AI listovní kampani se shodný náklad na oslovení vyruší. Model uvolní čas v rozsahu 8,33 h, tedy 4 167 Kč časové hodnoty; po odečtení platformy je rozdíl 1 667 Kč.

Citlivost na čas s AI

Celkový čas s AI	Časová hodnota minus platforma
10 min / kontakt	1 667 Kč
14 min / kontakt	0 Kč
18 min / kontakt	-1 667 Kč

Při uvedených předpokladech je hranice vyrovnání přibližně 14,0 minuty na kontakt. Výpočet musí zahrnout kontrolu i opravy; počáteční nastavení se sleduje zvlášť.

Jak posoudit obchodní přínos

Uvolněný čas představuje kapacitu, nikoli automaticky hotovostní příjem. Návratnost nové akviziční kampaně se posuzuje proti příspěvku skutečně získané zakázky po variabilních nákladech. Úplný náklad zahrne platformu, oslovení, interní přípravu i navazující obchodní práci.

Autorský model pro tuto případovou studii. Skutečné vstupy a výsledky se doplní při ověření.

06 / OVĚŘENÍ A ZÁVĚR

Jak ověřit navržené využití

Malý budoucí pilot má potvrdit kvalitu a náročnost postupu; nejde o záznam proběhlého testování.

Začít deseti kontakty v simulaci. Po schválení nabídky, podkladů a obsahu lze samostatně uvolnit například pět skutečných dopisů. První reakce posoudit po 30 dnech, pozdější výsledky evidovat dál. Simulace se do skutečného oslovení nezapočítává.

Vybrat jeden stavební segment a schválenou osnovu. Lektor u deseti návrhů hodnotí věcnou správnost příkladů a shodu s nabídkou. U skutečných reakcí zaznamenat úroveň týmu, konkrétní úkoly a případný nesoulad očekávání; podle něj upravit formulaci nabídky.

Ukazatel	Co zaznamenat
Relevance a správnost	Vhodné profily / všechny posouzené profily; zvlášť počet a závažnost faktických chyb.
Text a čas přípravy	Návrhy bez obsahové úpravy / posouzené návrhy; celkový čas rešerše, návrhu, kontroly a oprav.
Kvalifikovaná reakce	Rozhovor, ve kterém firma popíše úkoly týmu, výchozí zkušenosti a očekávaný formát vzdělávání. Pouhá žádost o obecný ceník ještě nedokládá vhodné zadání firemního workshopu.

Pracovní podmínka pokračování: alespoň osm z deseti profilů zákazníků označí za vhodné, žádný finální text nemá kritickou věcnou chybu a celkový čas je přijatelný proti ručnímu postupu. Prahy jsou návrhem k potvrzení firmou. Malý vzorek neumožňuje spolehlivý odhad konverzí trhu.

Celkové analytické doporučení

Delegat.ing je pro Naučíme AI vhodný k přípravě oborových variant firemního oslovení. Doporučujeme první kampaň pro jeden typ týmu a jasně vymezený workshop. Očekávaný přínos stojí na relevanci příkladů a úspoře přípravy; zájem o kurz i vzdělávací výsledky vyžadují další ověření.

Podklady samostatné studie

[5] Naučíme AI - kurzy, workshopy a konzultace
<https://naucime.ai/>

[8] GDPR - nařízení (EU) 2016/679, čl. 6, 14 a 21
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:32016R0679>

[P1] Interní přehled STAV-FUNKCI-2026-10-05.html. Zadání a výběr firmy dodal projektový tým. Scénáře a dopis jsou autorské návrhy s podporou AI, nikoli schválené stanovisko firmy.