

PER SOMMER

AI-BOGEN FOR KOMMUNIKATIONSFOLK

TÆM ROBOTTEN

- og få styr på **26** udfordringer
fra din hverdag med AI



PER SOMMER

Tæm robotten

– og få styr på 26 udfordringer
fra din hverdag med AI

Indhold

Forord	9
--------	---

Før du går i gang	11
-------------------	----

DEL 01 · FÅ MERE FRA HÅNDEN

01 For mange opgaver, for få hænder	26
-------------------------------------	----

02 Tekster tager for lang tid at producere	31
--	----

03 Hastesager styrer din arbejdsdag	35
-------------------------------------	----

DEL 02 · BEVAR KVALITETEN OG STEMMEN

04 Jeres tekster mangler en tydelig og fælles stemme	42
--	----

05 Al lyder sikker, også når den tager fejl	47
---	----

06 Du mangler et godt billede til din artikel	52
---	----

07 Den redaktionelle proces bliver uoverskuelig	58
---	----

DEL 03 · SKRIV, SÅ MODTAGEREN LÆSER MED

08 Teksten taler fagpersonens sprog, ikke modtagerens	66
---	----

09 Svært at fange opmærksomheden i de første sekunder	70
---	----

10 Pressemeddelelsen bliver ikke til omtale	74
---	----

11 Målgrupperne er for brede og udefinerede	78
---	----

12 Svært at holde sproget inkluderende og tidssvarende	83
--	----

13 Oversættelsen mangler kulturel tilpasning	88
--	----

DEL 04 · SOCIALE MEDIER OG OPLÆG

14 Sociale medier drives uden en samlet retning og plan	94
15 Du skriver, og en anden står som afsender	100
16 Præsentationen er teksttung og svær at følge	106

DEL 05 · NYHEDSBREVET

17 For få tilmelder sig nyhedsbrevet	114
18 Nyhedsbrevet opbygger ikke relationer	119
19 Emnefeltet skrives som en eftertanke	123

DEL 06 · FÅ MERE UD AF INDHOLDET

20 Det tager for lang tid at sætte sig ind i tunge publikationer	130
21 Godt indhold bliver brugt én gang og når for få	134
22 SEO bliver sprunget over eller tænkt ind for sent	140
23 Arrangementet mangler en samlet kommunikationsplan	145

DEL 07 · VÆR FORBEREDT

24 Svarene er ikke klar, når spørgsmålene kommer	152
25 Svært at reagere hurtigt nok, når krisen rammer	157
26 Ingen ved, hvad AI-værktøjerne siger om jer	162
Efterskrift	169
Ordliste	172
Stikordsregister	174

Forord

Jeg er mere begejstret for mit fag, end jeg har været i tyve år. Det skyldes AI.

Jeg har arbejdet med kommunikation i organisationer som Realdania, FOA og DSB. Værktøjerne har skiftet undervejs, og kanaler er kommet og gået. Men jeg har ikke før mødt et værktøj, der ændrer selve måden, jeg løser mine opgaver på. Det har fået mig til at skrive denne bog.

Første gang jeg prøvede AI, blev jeg hurtigt skeptisk. Sproget var svulstigt, den fandt på fakta, og jeg tænkte det, du måske også har tænkt: Er det virkelig sådan, vi skal arbejde fremover?

Så sad jeg med et jobopslag, der havde trukket ud i to uger. Jeg fodrede AI med det, jeg vidste om stillingen, og fik et udkast tilbage. Jeg vurderede, valgte fra og skrev om, og en time senere havde jeg noget, jeg kunne stå inde for. Den kunne skrive udkastet, og jeg kunne se, hvad der manglede i det. Da jeg sendte det af sted, sad jeg med en følelse, jeg ikke havde haft længe: Det her var sjovt.

Den følelse er vendt tilbage mange gange siden. Jeg har opdaget nye måder at løse opgaver på, som jeg troede, jeg kendte til bunds. Jeg kan få modspil på en tekst, undersøge en målgruppe fra flere vinkler eller få øje på muligheder, jeg ikke selv havde set. Jeg eksperimenterer mere med mit fag nu og ser på gamle arbejdsmetoder med nye øjne.

Alle de steder, jeg har arbejdet, er udfordringerne påfaldende ens: for mange opgaver og for få hænder, fagsprog, der skal oversættes, direktørens LinkedIn-opslag, der skal lyde som direktøren, gode rapporter, som ingen taler om en uge efter udgivelsen, og målgrupper, ingen tør vælge.

De forsvinder ikke, men AI giver os nye måder at løse dem på. Det er bogens udgangspunkt: Udbyttet afhænger af, om du sidder for bordenden. Derfor møder du én sætning igen og igen:

AI skriver udkast, du er redaktør.

Bruger du AI rigtigt, sparer den tid på alle opgaver, også de strategiske. Den tid kan gå til det, jeg sjældent nåede i mit eget arbejdsliv: at komme ud og møde målgrupperne og den virkelighed, vi kommunikerer om.

AI skaber samtidig nye udfordringer. Mister vi vores stemme? Kan vi stole på svarene? Hvad må vi overhovedet lægge ind i værktøjerne? De spørgsmål har fået deres egne udfordringer i bogen. For vi får ikke et godt forhold til AI ved at feje problemerne væk.

Bag dem ligger større spørgsmål om klima, ophavsret og de amerikanske selskabers magt over værktøjerne. Dem stiller jeg også mig selv, og jeg har ikke enkle svar. AI rejser store spørgsmål, men løser samtidig konkrete opgaver. Denne bog handler først og fremmest om de konkrete opgaver.

Bogen er et opslagsværk: Læs grundkapitlet »Før du går i gang« først, og slå så op i den udfordring, du sidder med en helt almindelig tirsdag.

To ting mere, inden du begynder.

Jeg har skrevet bogen med den metode, den lærer dig: AI skrev udkastet, jeg var redaktøren, og hvert ord er mit ansvar.

Og fordi AI-værktøjerne udvikler sig hurtigere, end en bog kan trykkes, handler bogen om udfordringer og arbejdsmetoder frem for bestemte værktøjer. Med bogen følger alle prompter klar til at kopiere sammen med det supplerende materiale, bogen henviser til.

Fag skifter hele tiden. Da layoutprogrammerne kom, forsvandt saks og lim, men ikke evnen til at se, hvad en side skal fortælle. AI kan overtage dele af vores håndværk, fra det første udkast til renskrivningen og tilpasningen fra kanal til kanal. Men dømmekraften består: at vide, hvad der skal siges, til hvem, og hvornår en tekst er god nok.

AI gør ikke kommunikationsfaget mindre fagligt, men gør kravet til vores faglighed tydeligere.

Nu er det din tur til at tæmme robotten. God arbejdslyst.

Per Sommer

Før du går i gang

Dine vigtigste udfordringer med kommunikation er ikke nye: at få den gode idé, at skrive, så du lyder som din organisation, og at nå de rigtige mennesker med budskabet. De fandtes før computeren, og de findes stadig.

Det nye er værktøjet. Med AI kan du løse de gamle udfordringer hurtigere og bedre, og du kan nå det, du aldrig kunne nå før. Men kun hvis du bruger værktøjet rigtigt. Beder du AI om noget, den ikke er god til, får du et dårligt resultat. Det svarer til at slå søm i med en skruetrækker og konkludere, at hele værktøjskassen er ubrugelig. Fejlen ligger tit ikke i værktøjet, men i måden, du bruger det på.

Dette kapitel giver dig fundamentet: en arbejdsmetode, tommelfingerregler for, hvad du må lægge ind i AI, og en prompt-skabelon, du møder igen i alle bogens udfordringer. En prompt er den besked, du skriver til AI, når du beder den om noget. Senere i kapitlet lærer du at bygge den af fem byggesten. Læs kapitlet før noget andet, for resten af bogen bygger på det.

Bogens metode: AI skriver udkast, du er redaktør

For nogle år siden skulle jeg skrive et notat om en ny strategi for vores nyhedsbrev. Notatet skrev jeg på to timer i dialog med AI, frem og tilbage med mine egne redigeringer. Den slags havde før taget mig dage. Men jeg afleverede det ikke. Jeg lod det ligge, for jeg følte, at jeg

snød. Først et par dage senere sendte jeg det af sted, og min chef var tilfreds.

I dag ved jeg, at jeg ikke havde snydt. Jeg havde bare ikke forstået min egen rolle. Jeg havde arbejdet efter den vigtigste sætning i denne bog: AI skriver udkast, du er redaktør. Den sætning er bogens metode, og resten af kapitlet folder den ud.

Redaktøren skriver som bekendt ikke hvert ord selv, men beslutter, hvad der skal skrives, vurderer, om det holder, retter det, der ikke gør, og sætter sit navn på resultatet. Det er præcis sådan, du arbejder med AI.

I praksis er det en dialog, ikke noget, du bestiller og venter på. Du beskriver opgaven, AI leverer et bud, du reagerer på det. Bed den stramme indledningen, finde svagheder i argumentationen eller stille dig spørgsmål, hvis der mangler noget. Nogle gange bruger du ti procent af svaret, andre gange rammer den plet i første forsøg, og begge dele er normalt.

Og husk, at AI sjældent selv siger stop. Den finder som regel endnu en forbedring, hvis du spørger, og flere efter den. Hvornår teksten er færdig, er din beslutning: Brug din faglighed til at vurdere, hvornår den er god nok, og send den af sted.

Du skal give AI noget at arbejde med, for uden din viden, dine pointer og din kontekst får du kun generiske svar. Gør det til en vane at fodre den: Tøm hovedet, og skriv eller indtal alt, hvad du ved om opgaven. Saml baggrundsmaterialet, referatet, mailtråden, transskriberingen af interviewet, rapporten, og læg det ind sammen med din prompt. Det er den slags materiale, der løfter udkastet fra at handle om alting til at handle om jeres virkelighed. Tjek, at der ikke gemmer sig personoplysninger eller fortrolige oplysninger i bunken. Reglerne får du senere i kapitlet.

Og med redaktørrollen følger ansvaret: Du står inde for alt, hvad du sender videre.

Og metoden fejler indimellem

Metoden er nem, men den kræver, at du bliver i redaktørstolen. Lær af to situationer, jeg selv har stået i.

Jeg skrev engang et strateginotat om vores sociale medier. AI var medspiller hele vejen, og alt så rigtigt ud. Så vendte jeg notatet med en kollega, og han pegede med det samme på flere ting, der manglede, og et par afsnit, der skulle ud. Da jeg viste AI hans kritik, svarede den: »Godt set, det er helt rigtigt.« Men hvorfor sagde den det ikke selv fra starten? Fordi værktøjerne er tilbøjelige til at føje dig. De bekræfter, hvor en god kollega ville protestere, og det er et af de største problemer ved at arbejde med dem.

Og hvad kan du så gøre ved det? To ting. For det første: Bed AI om modstand ved at lade den spille djævlens advokat på dit udkast. Det kræver kun én linje i chatten: »Find de tre svageste punkter i teksten her, og argumentér imod dem, som min hårdeste kritiker ville gøre.« Udfordring 25 viser grebet i fuld skala. For det andet: Vis stadig dit vigtigste arbejde til et menneske. AI ser opgaven gennem det, du fortæller den, så det, du selv har overset, opdager den sjældent. En kollega ser dit arbejde med friske øjne.

Den anden situation kender jeg alt for godt: Chatten kører af sporet. AI misforstår opgaven, bliver påståelig og retter ikke ind, uanset hvor mange gange jeg forklarer. Lad være med at diskutere. Start en ny chat, skriv en bedre prompt fra bunden, eller skift til et andet værktøj. En ny start tager ofte kortere tid end en diskussion om, hvem der har ret.

Husk også på, at du kan følge hver fremgangsmåde til punkt og prikke og stadig stå uden nye abonnenter på nyhedsbrevet. AI hjælper dig med at løse opgaverne, men den ændrer ikke vilkårene: Konkurrencen om opmærksomheden, det svære budskab, den lille læserskare, de interne hensyn og de gamle vaner findes stadig. Til gengæld får du løst de opgaver, du før skubbede, fordi tiden manglede, og du kan afprøve tre versioner, hvor du før kun nåede én.

Fejlene er hele grunden til metoden: Netop fordi AI kan tage fejl og føje dig, skal der sidde en redaktør for bordenden. Det er dig, min ven.

Prompt-skabelonen: fem byggesten

En god prompt er ingen garanti for et godt svar, for AI kan tage fejl, uanset hvor præcist du spørger. Men en tynd prompt er næsten en garanti for et tyndt svar: Skriver du to linjer uden at forklare, hvem teksten er til, og hvad den skal opnå, får du et svar, der kunne være skrevet til hvem som helst. Prompten er den del af resultatet, du selv styrer, og derfor bruger vi gennem hele bogen samme skabelon med fem byggesten:

- 1 **Rolle.** Fortæl AI, hvem den skal være. »Du er erfaren journalist på et fagmedie« giver skarpere tekster end ingen rolle.
- 2 **Opgave.** Sig præcist, hvad du vil have AI til at gøre: for eksempel »skriv et udkast«, »omskriv teksten«, »opsummer rapporten« eller »foreslå tre vinkler«.
- 3 **Kontekst.** Giv baggrunden: hvem er afsenderen, hvem er målgruppen, hvad skal teksten opnå, og hvad skal AI vide for at løse opgaven. Læg dit baggrundsmateriale ind sammen med prompten, som du læste i metodeafsnittet. Det er her, de fleste prompter er for tynde.
- 4 **Format.** Beskriv resultatet: længde, opbygning, tone, hvad der skal med, og hvad der ikke skal.
- 5 **Eksempler.** Vis to eller tre af jeres egne tekster, som du er tilfreds med, uden personoplysninger og fortrolige oplysninger. AI efterligner det, den ser, så gode eksempler er den hurtigste vej til udkast, der lyder som jer og ikke som alle andre.

Samlet ser en prompt sådan ud, byggesten for byggesten:

BYGGESTEN SÅDAN KAN DEN LYDE

Rolle	Du er erfaren kommunikationsrådgiver.
Opgave	Skriv et udkast til en nyhedsbrevstekst ud fra den vedhæftede rapport.
Kontekst	Afsenderen er en medlemsorganisation for skolelærere, og målgruppen er medlemmerne, der læser nyhedsbrevet i en travl hverdag. Teksten skal få dem til at forstå rapportens vigtigste resultat og klikke videre til den.
Format	Længde: højst 150 ord. Start med resultatet, ikke med organisationens navn. Skriv du til læseren, og slut med ét link.
Eksempler	Her er to nyhedsbrevstekster, vi er tilfredse med: [indsæt].

Du behøver ikke alle fem byggesten hver gang. Men når et svar skuffer, så læs din prompt igen med de fem byggesten som tjekliste: Hvilke mangler? Oftest er svaret kontekst.



PERS FIF · LAD AI SPØRGE FØRST

Du behøver ikke selv at forudse alt, hvad AI får brug for at vide. Slut din prompt med: »Før du løser opgaven, skal du stille mig de spørgsmål, du har brug for, ét ad gangen. Begynd først, når du har grundlaget, og markér det, der stadig mangler, i stedet for at gætte.« Så bliver prompten en samtale i stedet for en bestilling. Du skal stadig vurdere, om AI spurgte om det rigtige.

Hver udfordring i bogen har en kort prompt i afsnittet »Prøv med AI«, og den er bygget på skabelonen her. Du kan bruge den, som den står. Sæt den ind i chatten, og udfyld det, der står i skarpe klammer. Vil du videre, følger den fulde prompt til hver udfordring med bogen. Den spørger sig frem, ét spørgsmål ad gangen, og du kan gemme din egen version af den.

Med bogen følger også en af prompterne skilt ad med kommentarer til hver del.

Redaktørens fem spørgsmål gælder hvert eneste udkast. Dem får du nu.

FIND ALLE BOGENS PROMPTER

Alle bogens prompter ligger klar til at kopiere på en side, som kun er for dig, der har bogen. Adressen står i bogen.«

Redaktørens fem spørgsmål

Prompten giver dig udkastet. Vurderingen er din, og den består af fem spørgsmål, du stiller til hvert udkast:

- 1 **Er pointen rigtig?** AI kan skrive overbevisende om det forkerte, og et velformuleret udkast kan skjule, at hovedbudskabet er helt i skoven.
- 2 **Er teksten til at forstå for målgruppen?** AI kender ikke dine modtagere så godt, som du gør, og den rammer sjældent deres forudsætninger uden hjælp.
- 3 **Er teksten skrevet til modtageren og ikke til jer selv?** Udkast glider let over i at handle om afsenderen. Det er modtagerens udbytte, der skal stå forrest.
- 4 **Holder fakta?** Navne, tal, citater og kilder skal du tjekke hver gang. AI kan finde på oplysninger, der lyder rigtige, og levere dem med stor selvsikkerhed. Den slags fejl kaldes hallucinationer, og udfordring 5 viser dig, hvordan du fanger dem.
- 5 **Lyder det som jer?** Ville du sende teksten, hvis en dygtig kollega havde skrevet udkastet? Hvis ikke, er du ikke færdig med at redigere.

Læg mærke til, at spørgsmålene ikke handler om teknisk viden om AI. De er redaktørens klassiske håndværk, dit eget håndværk: Du kunne stille dem til ethvert udkast fra enhver skribent. Har du arbejdet med tekster, har du fagligheden allerede.

Det må du lægge ind i AI, og det må du ikke

Én ting skal på plads, inden du for alvor fodrer AI med jeres materiale: grænserne. De afhænger af lovgivningen og af din organisations egne regler, men tommelfingerreglerne går igen:

Personoplysninger hører som hovedregel ikke hjemme i prompter. Navne, CPR-numre, helbredsoplysninger og sagsoplysninger om konkrete borgere, medlemmer eller kunder holder du ude, medmindre organisationen har godkendt den konkrete brug og bekræftet, at både databeskyttelsesreglerne og aftalen med leverandøren tillader den.

Fortrolige oplysninger er fortrolige, også over for AI. Regnskaber, der endnu ikke er offentliggjort, bestyrelsesmateriale, forretningshemmeligheder og interne konflikter lægger du ikke ind i et AI-værktøj, hvor du ikke ved, hvor dine data ender. Undtagelsen kan være de virksomhedsløsninger, flere organisationer efterhånden har: en virksomhedsudgave af for eksempel ChatGPT eller Copilot med aftaler og tekniske indstillinger, der beskytter organisationens data bedre. Det betyder ikke, at alt materiale automatisk må bruges. Har din arbejdsplads sådan en løsning, så hold dig til de opgaver, organisationen har godkendt. Er du i tvivl, om en opgave må ligge i løsningen, så spørg, før du lægger materialet ind.

Offentligt og alment materiale er der mindst risiko ved. Publicerede rapporter, dine egne udkast uden personoplysninger eller fortrolige oplysninger og generelle spørgsmål kan du som regel arbejde med, men offentliggjort materiale kan stadig indeholde personoplysninger og være omfattet af ophavsret, og jeres egne aftaler gælder også her.

Undersøg, om leverandøren af jeres AI-værktøj bruger jeres input og svar til at udvikle sine modeller, og tjek også opbevaringen, adgangen, underleverandørerne og dataplaceringen. Vilkårene afhænger af værktøj, abonnement og indstillinger, så brug leverandørens aktuelle dokumentation. Og husk, at databeskyttelsesreglerne stadig gælder, når AI er værktøjet. Spørg din IT-afdeling eller databeskyttelsesrådgiver, hvad aftalen med leverandøren dækker. Har din organisation ingen retningslinjer, så foreslå selv nogle, og brug bogens fremgangsmåder inden for reglerne.

Kend også loven, for AI-området er reguleret: En central lov er EU's AI-forordning, der indføres trinvist og suppleres af danske regler og tilsyn, og reglerne finder stadig deres form i disse år. Ét krav skal du kende nu: AI-forordningen kræver, at organisationer, der anvender AI-systemer, understøtter udviklingen af AI-kompetencer hos de medarbejdere, der bruger dem. Den kræver ikke, at hver medarbejder har et bestemt niveau. En plan for AI-kompetencer er en praktisk måde at løse den opgave på. Resten ændrer sig for hurtigt til en trykt bog, så hold øje med reglerne på området.

Jeg er kommunikationsrådgiver, ikke jurist. Alt, hvad denne bog siger om lovgivning, personoplysninger og rettigheder, er ment som en hjælp til at stille de rigtige spørgsmål, ikke som juridisk rådgivning. Er du i tvivl, så spørg en ekspert: din organisations jurist, databeskyttelsesrådgiver eller en advokat.



PERS FIF · TAG ET SKÆRMBILLEDE

AI-værktøjerne kan se billeder, og et skærmbillede forklarer på ét sekund det, du ville bruge fem linjer på at beskrive. Står du i en uoverskuelig menu, en kryptisk fejlbesked eller et dokument, der driller, så tag et skærmbillede, sæt det ind i chatten, og spørg.

Vælg ét værktøj og lær det at kende

Denne bog nævner så få navne på AI-produkter som muligt, for værktøjerne skifter navn og funktioner fra måned til måned. Det, du skal bruge, er et AI-værktøj, du chatter med, og som kan skrive, omskrive, opsummere og analysere tekst. De mest udbredte er i skrivende stund ChatGPT, Claude, Gemini og Copilot. De fire værktøjer klarer langt de fleste af bogens opgaver, men deres funktioner er forskellige. Vælg det værktøj og det abonnement, din organisation har godkendt. Rækker den tilgængelige version ikke til opgaverne, så undersøg sammen med jeres IT, hvilken løsning I har brug for, og eventuelt hvad den koster.

Brug ikke lang tid på valget, for udbyttet kommer først, når du arbejder med værktøjet hver dag. Vælg ét, og brug det til alt i en måned, også de små opgaver som en mail eller en tekstbesked, inden for reglerne fra forrige afsnit. Det er den hurtigste måde at lære, hvad AI er god til, og hvor den skuffer, og den viden kan ingen bog give dig. Jeg afprøver selv AI på næsten alt i mit liv, fra kommunikationsopgaver til madlavning og ferieplanlægning.

Det hjælper også, at mange værktøjer med tiden husker din stil og dine opgaver, hvis værktøjets hukommelse er slået til. Har du allerede brugt et værktøj som ChatGPT en del, så prøv at spørge: Opsummér alt, hvad du ved om mig. Det er tit interessant læsning.

Sådan bruger du bogen

Når du har læst det her kapitel, er resten af bogen et opslagsværk. Du skal ikke læse udfordringerne fra ende til anden, men finde den, der ligner din, og gå direkte til den. Hver udfordring står på egne ben, men følger samme opbygning: Udfordringen, Derfor er AI god til opgaven, Sådan gør du, Prøv med AI og til sidst Faldgruber, og hvad du selv skal vurdere, altså det, du skal tjekke, før du sender teksten ud til dine læsere. Prompten i Prøv med AI følger prompt-skabelonen: Den åbner med rollen og går videre til opgave, kontekst og format.

Bogen er skrevet ud fra hverdagen i organisationer med en kommunikationsafdeling, eller i det mindste en kommunikationsmedarbejder med kolleger, ledelse og IT-afdeling omkring sig. Arbejder du et mindre sted eller helt alene, kan du stadig bruge det hele: Læs »afdelingen« som dig selv, og tilpas de organisatoriske trin til din hverdag. Godkendelser, der følger af organisationens regler eller lovgivningen, gælder stadig.

Og så skal du vide, hvordan eksemplerne er blevet til: Nogle bygger på virkelige forløb fra mit arbejdsliv og mine kunders hverdag, anonymiserede og med ændrede detaljer. Andre er opdigtede for at vise metoden. De viser mønstre fra virkeligheden, men ikke virkelige organisationer.

KORT FORTALT

Arbejdsgangen på to minutter

Har du travlt, får du her arbejdsgangen i kort form. AI skriver udkast, du er redaktør. Sådan ser det ud fra opgave til færdig tekst:

Byg prompten

- ☐ **Tøm hovedet:** Skriv eller indtal alt, hvad du ved om opgaven, og saml dit baggrundsmateriale.
- ☐ **Giv AI kontekst:** afsender, målgruppe, formål, og hvad den skal vide.
- ☐ **Bed om et første udkast med prompt-skabelonens fem byggesten:** rolle, opgave, kontekst, format og eksempler.

Vær redaktør

- ☐ **Bed AI om modstand:** Lad den finde svagheder i sit eget udkast eller spille djævlens advokat.
- ☐ **Redigér selv:** Stram, konkretiser, og ret alt, der ikke lyder som jer.
- ☐ **Tjek alt, der kan tjekkes:** navne, tal, citater og kilder.
- ☐ **Tilpas til dine kanaler, og beslut, hvornår teksten er færdig.** AI siger sjældent selv stop.

Før du udgiver, stiller du redaktørens fem spørgsmål: Er pointen rigtig? Er teksten til at forstå for målgruppen? Er den skrevet til modtageren? Holder fakta? Lyder det som jer?

Tjek reglerne: ingen personoplysninger eller fortrolige oplysninger i prompten, medmindre organisationen har godkendt den konkrete brug, og både databeskyttelsesreglerne og aftalen med leverandøren tillader den.



Du er længere fremme, end du tror

Har du allerede prøvet AI et par gange, er du foran mange kolleger. Da jeg skrev det her, brugte omkring to ud af tre danskere mellem 15 og 64 år stadig ikke AI. Tallet stammer fra Microsofts opgørelse for første kvartal 2026.

DEL

01

Få mere fra hånden

Bunken vokser, dagen er for kort, og hastesagerne bestemmer. De tre første udfordringer handler om at få tiden tilbage: overblik over opgaverne, hurtigere produktion og færre brandslukninger.

- 01** For mange opgaver, for få hænder
- 02** Tekster tager for lang tid at producere
- 03** Hastesager styrer din arbejdsdag

01

For mange opgaver, for få hænder

Udfordringen

Mandag morgen. Du åbner opgavelisten: Nyhedsbrevet skal ud, to artikler venter, hjemmesiden skal opdateres, og tre kolleger har lovet opgaver væk på dine vegne. Onsdag er listen vokset med fem punkter, og du har løst tre. Det er imponerende, hvor produktiv en organisation kan være med andres tid.

Sådan har kommunikationsarbejde altid set ud. Der er flere gode historier end hænder, og bunken vokser hurtigere, end den svinder. Konsekvensen kender du: Vigtige opgaver ryger nederst i bunken uge efter uge, kvaliteten daler, når alt skal gå hurtigt, og du går hjem med følelsen af at være bagud, uanset hvor meget du nåede.

Problemet er sjældent, at kommunikationsafdelingen ikke arbejder hårdt nok. Problemet er, at ingen har besluttet, hvad der ikke skal laves.

Jeg har selv siddet med den bunke. I en afdeling, jeg arbejdede i, skulle vi længe lave en ny strategi for de sociale medier, men det var netop den opgave, der blev skubbet foran os uge efter uge, fordi der altid var en driftsopgave med deadline i morgen. En del af forklaringen var

også, at vi var usikre på, hvad vi ville med kanalerne. Det var lettere at løse endnu en driftsopgave end at tage stilling.

Den her udfordring handler om at få overblik og prioritere bunken. Udfordring 2 handler om at producere hurtigere, og udfordring 3 om at tæmme hastesagerne.

Derfor er AI god til opgaven

AI får ikke bunken til at forsvinde. Men den hjælper dig med det første skridt, du sjældent når: at skabe overblik, vælge fra og få øje på de opgaver, hvor AI selv kan tage det første træk. AI kan strukturere en rodet liste, sortere efter kriterier, du vælger, og se bunken udefra uden den historik og de følelser, der klæber til dine opgaver. Den kan hjælpe dig med at stille nogle af de spørgsmål, en god kollega ville stille: Hvorfor ligger den her opgave hos jer? Hvad sker der, hvis den udgår?

Sådan gør du

1. **Tøm hovedet.** Skriv alle opgaver ned, store som små, i vilkårlig rækkefølge. Tag også dem med, der ikke står på nogen liste, men nager dig, fordi de skulle have været i gang for længst. Tjek, at listen må lægges i jeres AI-værktøj. Opgavelister kan rumme personoplysninger og interne sager, og reglerne står i grundkapitlet.
2. **Giv AI konteksten.** Organisationens vigtigste mål, afdelingens prioriteringer, de deadlines, aftaler og ledelsesbeslutninger, der ligger fast, den tid, du har i perioden, og dit bud på, hvad de største opgaver kræver.
3. **Bed AI sortere opgaverne.** Brug tidsmatricen fra den amerikanske produktivitetsguru Stephen Covey. Matricen stiller to spørgsmål til hver opgave: Er den vigtig? Og haster den? Ja til begge: gør det nu. Vigtig, men haster ikke: planlæg det. Haster, men ikke vigtig: uddelegér det. Nej til begge: drop det. Sig samtidig, hvad vigtig betyder hos jer, ellers bliver næsten alle opgaver vigtige. Vigtig

kan for eksempel være, at opgaven trækker mod et af årets mål, betyder noget for målgruppen eller forebygger en reel risiko.

4. **Vurdér AI's bud.** Tjek først, at alle opgaver kom med, og at AI ikke har fundet på deadlines eller timetal, du ikke har givet den. Flyt derefter de opgaver, du ved ligger forkert, forklar hvorfor, og bed AI opdatere listen.
5. **Bed AI om modstand.** Spørg, hvilke tre opgaver den er mest i tvivl om, og hvad der taler for at flytte dem. Tit er det netop de opgaver, du selv har svært ved at placere.
6. **Hold listen op mod din tid.** Passer den ikke til de timer, du har i den kommende uge, er svaret ikke at arbejde hurtigere. Så skal noget flyttes, uddelegeres eller droppes, og listen viser dig hvad.
7. **Markér, hvor AI kan hjælpe.** Se på de opgaver, der bliver på listen, og find dem, hvor AI kan levere et afgrænset første udkast: en tekst, en struktur, en opsummering. Om en opgave er vigtig, afgør ikke, om AI kan hjælpe. En vigtig artikel kan være oplagt til et AI-udkast, mens en mindre vigtig, fortrolig personalesag er uegnet. Ansvar, godkendelsen og udgivelsen bliver hos dig.
8. **Tag listen med til din leder.** Den synliggør, hvad der ikke bliver nået, og gør kapacitetsproblemet konkret i stedet for til en følelse. Prioriterer du selv dine opgaver, er listen stadig dit overblik og dit svar på, hvad der må vige, når nye opgaver lander.



PERS FIF · SKRIV LISTEN I HÅNDEN

Jeg tænker anderledes med en kuglepen i hånden. Det går meget langsommere end at taste, og jeg begynder at sortere opgaverne, mens jeg skriver. Skriv dagens liste på papir, tag et billede, og giv det til dit AI-værktøj. Tjek, at det har fået hele listen med og læst ordene rigtigt, før det prioriterer, og ret fejl i chatten.

Prøv med AI

Sæt din opgaveliste ind, og fortæl, hvad der er vigtigt for jer lige nu.

PROMPT

Du er en erfaren kommunikationschef, der prioriterer skarpt. Sortér min opgaveliste i fire grupper: gør det nu, planlæg det, uddelegér det eller drop det. Her er listen: [indsæt listen]. Organisationens vigtigste mål er [mål], og jeg har [antal timer] til rådighed i denne uge. Spørg først om de deadlines, faste beslutninger og tidsforbrug, du mangler. Vis resultatet som fire lister med en begrundelse på én linje per opgave. Opfind ikke oplysninger, jeg ikke har givet dig.

Den fulde prompt, der spørger sig frem til mål, deadlines og tid, før den prioriterer, følger med bogen.

Et eksempel: Du skal skrive fredagens nyhedsbrev, en artikel om en ny medlemsundersøgelse og en jubilæumsartikel, og du har elleve timer i denne uge. Du fortæller AI, at medlemsvækst er et af årets mål, at nyhedsbrevet har en fast deadline, og at opgaverne efter dit skøn kræver femten timer tilsammen.

AI peger på, at planen ikke går op, og foreslår at skubbe jubilæumsartiklen. Men bestyrelsen har besluttet, at den skal udkomme i jubilæumsmåned. Det fortæller du AI, som i stedet foreslår at flytte artiklen om medlemsundersøgelsen til næste uge.

Nu er det synligt, at noget må vige. Det endelige valg er dit.

VÆR OPMÆRKSOM

Faldgruber, og hvad du selv skal vurdere

AI kender ikke de interne hensyn. Den ved ikke, at en opgave ligger direktøren særligt på sinde, eller at en samarbejdspartner venter på netop den tekst. Listen fra AI er et oplæg, du kvalificerer, ikke et facit.

Store omprioriteringer er tit en ledelsesbeslutning. Kan du ikke selv beslutte, hvad der skal udgå, så få din leders opbakning til listen, ellers har du en flot liste og den samme bunke.

Gentag øvelsen. En prioritering holder sjældent mere end en uge eller to, for der kommer hele tiden nye opgaver til, i mange afdelinger på det ugentlige møde. Gør listen til en fast del af mødet, så prioriteringen følger med virkeligheden.

LÆS VIDERE

Bogen fortsætter

Du har læst forordet, grundkapitlet og den første af 26 udfordringer. De næste 25 handler blandt andet om pressemeddelelser, nyhedsbreve, sociale medier, taler og krisens første timer.

Tæm robotten udkommer 5. november 2026 og koster 299 kr.

Skriv dig op på psommer.dk/bog, så får du en mail, når bogen kan købes.

Køber I til hele afdelingen?

Skriv til per@psommer.dk om klassesæt og oplæg.