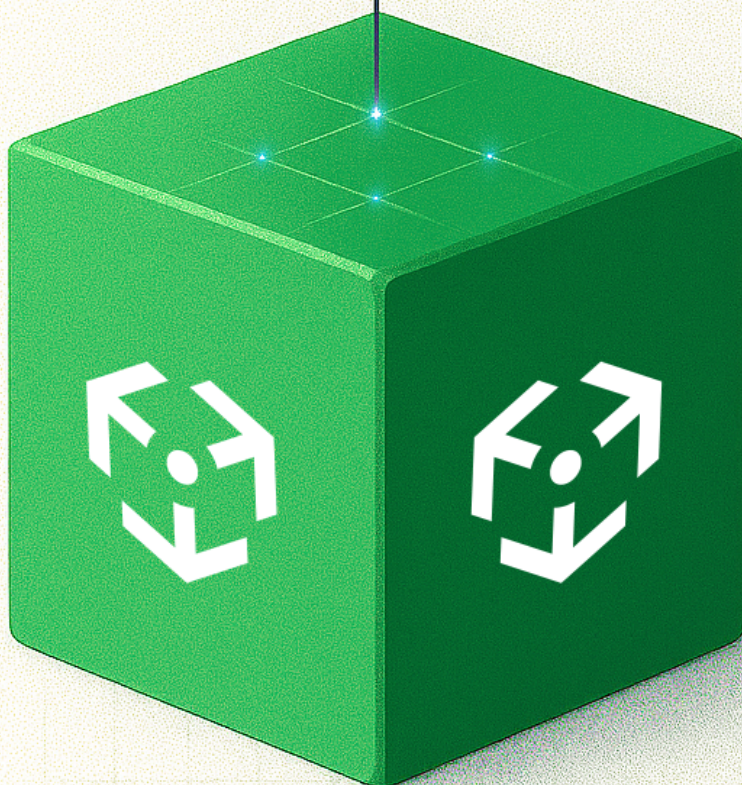
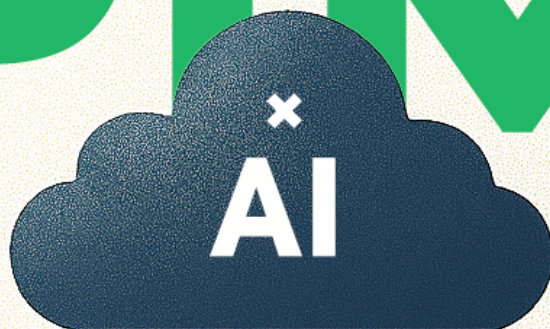


PIM



40 gotowych do użycia promptów, które odmienią Twoje zarządzanie katalogiem produktowym dzięki Ergonode PIM

Wstęp

Dlaczego AI zmienia sposób pracy z katalogiem produktowym

Dynamiczny rozwój sztucznej inteligencji, a w szczególności modeli językowych takich jak OpenAI, zmienił podejście do zarządzania informacją produktową.

To już nie tylko automatyzacja powtarzalnych czynności – to realna pomoc w tworzeniu treści, które są spójne, atrakcyjne i zgodne z oczekiwaniami klientów w różnych kanałach sprzedaży.

AI potrafi generować nie tylko opisy, ale także kompletne nazwy produktów, cechy techniczne czy marketingowe wyróżniki – szybciej i na dużą skalę w stosunku do tradycyjnych manualnych metod.

Jak Ergonode PIM umożliwia wykorzystanie OpenAI do pracy z produktami

W Ergonode połączyliśmy świat PIM z mocą AI, dając zespołom produktowym dostęp do w pełni konfigurowalnych promptów, które można stosować na kilka sposobów.

Pierwszy to generowanie treści bezpośrednio na karcie produktu – użytkownik może uruchomić prompt, sprawdzić wynik, poprawić go i zatwierdzić.

Drugi to akcje masowe, gdzie ten sam prompt można zastosować dla setek, a nawet tysięcy produktów jednocześnie – z możliwością podglądu efektu np. na jednym z zaznaczonych rekordów.



Trzeci sposób to wykorzystanie promptów w silniku automatyzacji, gdzie generowanie treści staje się elementem szerszego workflow pracy zespołu – np. jako krok w procesie przygotowania produktów do publikacji.

Kluczową cechą działania promptów w Ergonode jest obsługa zmiennych (np. `#product_type`, `#wood_type`, `#finish`), które są automatycznie podstawiane z danych katalogowych. Dzięki temu możliwe jest tworzenie treści dynamicznych, powtarzalnych i dopasowanych do struktury danych, niezależnie od skali.

Co znajdziesz w tym e-booku i jak z niego korzystać

Ten eBook to praktyczny przewodnik po świecie skutecznych promptów wykorzystywanych do generowania nazw, opisów i specyfikacji produktów w różnych branżach. Znajdziesz tu gotowe do użycia szablony, podzielone tematycznie według kategorii produktowych – od mebli, przez modę, czy elektronikę, a kończąc karmie dla zwierząt.

Każdy prompt został zaprojektowany z myślą o skalowalności i jakości. Możesz używać ich jako “gotowców”, modyfikować pod własne potrzeby lub traktować jako inspirację do budowy własnych wariantów.



Część I. Podstawy: jak tworzyć dobre prompty dla produktów

Czym jest prompt i dlaczego jego konstrukcja ma znaczenie

Prompt w najprostszej definicji to instrukcja, jaką przekazujesz sztucznej inteligencji, na podstawie której wykonuje określone działania. W praktyce to tekst, który mówi: „Wygeneruj mi taki opis, w takim stylu, z takimi danymi”. To, jak dobrze sformułujesz ten tekst, ma bezpośredni wpływ na jakość wyniku.

Przykład:

Zamiast napisać ogólnie:

✗ *„Przygotuj opis stołu, tak aby odpowiadał na nowoczesne standardy opisów produktowych i przekonywał do zakupów. Uwzględnij wymiary i materiały, z którego został wykonany.”*

lepiej napisać:

✓ *„Napisz opis stołu do jadalni wykonanego z litego dębu w stylu rustykalnym, o wymiarach 200x90 cm, z miejscem dla 6 osób. Zastosuj spokojny i elegancki ton komunikacji.”*

Dobrze zbudowany prompt prowadzi AI krok po kroku i zmniejsza ryzyko błędów, niejasności czy losowych efektów.



Zasady tworzenia skutecznych promptów dla produktów

Aby prompt działał dobrze – szczególnie w dużej skali – musi spełniać kilka kluczowych zasad:

► Powtarzalność

Twój prompt powinien działać tak samo dobrze niezależnie od tego, czy użyjesz go dla 10 czy 10 000 produktów. Unikaj elementów zbyt otwartych, które mogą generować zbyt kreatywne, ale niespójne wyniki.

Złe:

✗ „Opisz produkt zgodnie z najnowszymi standardami pisania.”

Dobre:

✓ „Opisz produkt w maksymalnie 2 akapitach, z naciskiem na materiał, funkcję i styl. Użyj tagów HTML do oznaczenia sekcji.”

► Skalowalność przez zmienne

W Ergonode stosujemy zmienne (np. `#product_type`, `#wood_type`, `#style`), które AI automatycznie podmienia na konkretne dane z produktu. Dzięki temu możesz użyć jednego prompta do setek tysięcy produktów bez ręcznego dopisywania danych.

Przykład:

✓ „Stwórz opis produktu typu `#product_type` wykonanego z drewna `#wood_type`. Zastosuj styl `#style` i wykończenie `#finish`.”

► Język i ton komunikacji

Prompt powinien zawierać jasną informację, jakim językiem ma być napisany wynik – np. eleganckim, eksperckim, przyjaznym. To szczególnie ważne, gdy tworzysz treści pod konkretny brand.

Przykład fragmentu promptu:



- ✓ „Zastosuj ton komunikacji: spokojny i naturalny, z naciskiem na jakość i rzemiosło.”

► Wyraźna struktura wyjściowa

AI najlepiej działa, gdy wie, jaki układ ma mieć wynik. Jeśli chcesz uzyskać opisy z akapitami, listą cech i tabelą – powiedz to. Im bardziej jednoznaczna struktura, tym większa spójność.

Przykład fragmentu promptu:

- ✓ „Podziel wynik na sekcje HTML: <h2>Opis produktu</h2>, Lista cech, <table>Specyfikacja</table>.”

Struktura ogólnego szablonu prompta – jak budować gotowy wzór

Każdy dobry prompt powinien składać się z czterech kluczowych elementów:

1. Ton komunikacji (tone of voice)



Różnica między promptem do pojedynczego produktu, a promptem masowym

Praca z AI w eCommerce różni się w zależności od skali:

- **Prompt jednorazowy (pojedynczy produkt)** — można pozwolić sobie na więcej elastyczności, kreatywności, ręcznych poprawek.
- **Prompt masowy (np. 10 000 produktów)** — musi być ściśle ustandaryzowany, z dobrze zdefiniowaną strukturą i ograniczoną ilością swobody twórczej. Powinien korzystać tylko ze zmiennych i nie opierać się na wiedzy ogólnej modelu.

Przykład różnicy

Pojedynczy prompt może zawierać:

→ „Dodaj metaforę porównującą wygląd komody do elementu natury.”

W masowym użyciu lepiej zastosować dokładną instrukcję dla modelu językowego:

→ „Opisz wygląd komody w stylu *#style*, podkreślając naturalne usłojenie drewna *#wood_type*.”



- określa styl wypowiedzi, np. „Zastosuj spokojny, elegancki ton z nutą emocji.”

2. Odbiorca (buyer persona)

dla kogo tworzona jest treść, np. „Pisz z myślą o osobie urządzającej pierwszy dom, szukającej funkcjonalnych i stylowych mebli.”

3. Podstawowe informacje o produkcie

czyli zmienne określające podstawowe informacje o produkcie, np. *#product_type, #name, #brand, #collection, #country_of_origin*

Struktura wyniku np. „Wykorzystaj dane podstawowe w pierwszym zdaniu generowanego opisu produktu.”

3. Parametry i cechy produktu

czyli zmienne reprezentujące cechy i parametry podstawiane z katalogu, np. *#height, #width, #length, #weight, #heels_height, #movement, #case_form*

Struktura wyniku np. „Wygeneruj dwa akapity + listę cech + tabelę specyfikacji w HTML.”

4. Kontekst użycia produktu

czyli zmienne, które nakreślą w jakich sytuacjach produkt jest używany, np. *#use_case* lub *#use_scenario*

Przykładowo jeśli będzie to atrybut wielokrotnego wyboru możemy nakreślony mieć kontekst dodatkowo: „do małych mieszkań, w stylu skandynawskim, do kuchni, do kuchni o małej powierzchni”

5. Wyróżniki sprzedażowe (USP)

pozwalają doprecyzować dla AI dodatkowe istotne czynniki wpływające na podjęcie decyzji zakupowej przez odbiorców. Może to być dodatkowy atrybut typu *#unique_feature* lub *#USP*



Przykładowo: „lakier odporny na zarysowania, drewno z certyfikatem FSC, zaprojektowane przez polskiego projektanta”

Takie dane dodatkowo nauczają AI gdzie leży wartość sprzedażowa i jaką narrację określić, która przekonuje do zakupu.

6. Korzyści użytkowe (benefity zakupowe)

Klient nie kupuje funkcji – kupuje efekt, który powinien odczuć po zastosowaniu produktu. Dlatego też warto dodatkowo uzbroić sztuczną inteligencję w wiedzę, jakie będą korzyści z użytkowania lub po zastosowaniu produktu. Może to być dodatkowe pole tekstowe opisujące główną korzyść: *#benefits*

Przykłady:

Kosmetyki → „przy regularnym stosowaniu skóra staje się bardziej jędrna i gładka”

Odzież → „elastyczny materiał dopasowuje się do ciała i zapewnia swobodę ruchu”

AGD → „odkurza cicho, dzięki czemu możesz sprzątać przy śpiącym dziecku”

7. Obiekcja i odpowiedź

W dobrym opisie nie tylko zachęcasz – przewidujesz wątpliwości i rozwiewasz je.

Każdy klient przed zakupem posiada szereg wątpliwości związanych z zakupem produktu. W opisie produktu powinna więc znaleźć się przestrzeń, która pozwala zwalczyć takie obiekcje zakupowe. Może to być pojedynczy paragraf, a może też zupełnie osobny akapit z dedykowanymi punktami pokazującymi, że sprzedawca zna bolączki zakupowe i wie, że ten produkt jest rozwiązaniem. Można tutaj użyć osobnego pola tekstowego lub atrybutu wielokrotnego wyboru: *#objection*, *#pain_points*. AI optymalnie jest także uzbroić w informacje łagodzące obiekcje - np. treści z dodatkowego pola *#reassurance*

Przykłady:

Meble → Obiekcja: „czy nie będzie zbyt masywna do mojego salonu?”,

Reassurance: „dzięki smukłym nogom komoda wygląda lekko, nawet w



małych pomieszczeniach”

Kosmetyki → Obiekcja: „*mam bardzo wrażliwą skórę – czy mnie nie podrażni?*”, Reassurance: „*formuła została przetestowana dermatologicznie i nie zawiera substancji zapachowych*”

Przykład ogólnego prompta do opisów produktowych (HTML)

Poniższy przykładowy prompt może być bezpośrednio wykorzystany w Ergonode PIM przy tworzeniu opisów produktowych:

„Napisz przyciągający uwagę, emocjonalny, a jednocześnie zawierający wiele informacji opis produktu, zoptymalizowany pod kątem SEO. Opis powinien:

- Przyciągać uwagę już od pierwszego zdania, odwołując się do emocji lub konkretnego scenariusza użycia.
- Podkreślać kluczowe cechy produktu i korzyści, jakie zapewnia, w naturalny i angażujący sposób.
- Zawierać element narracji, który subtelnie odzwierciedla styl życia potencjalnego klienta.
- W naturalny sposób zawierać odpowiednie słowa kluczowe.
- Zakończyć dynamicznym wezwaniem do działania (CTA), które zachęca do natychmiastowej interakcji.

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: [np. przyjazny, elegancki, z naciskiem na jakość i komfort użytkowania]

Odbiorca treści: [np. osoba szukająca funkcjonalnych, ponadczasowych mebli do niewielkiego mieszkania]



Podstawowe dane o produkcie: [np. *#product_name*, *#brand*, *#collection*, *#product_type*]

Cechy i parametry: [np. *#case_form* *#case_size* *#case_material* *#movement* *#dial* *#crystal_glass* *#water_resistance* *#strap_color* *#strap_material* *#buckle*]

Kontekst użycia: *#use_case*

Unikalne cechy: *#USP*

Korzyści użytkowe: *#benefits*

Rozwiąż obiekcje: *#pain_points*, *#reassurance*

Struktura treści:

Opis należy rozpocząć krótkim, przyciągającym uwagę zdaniem, np. pytaniem, sytuacją z życia lub obietnicą zmiany (używając tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu).

Następnie należy stworzyć krótką, inspirującą historię lub scenariusz, który umieszcza produkt w kontekście codziennego życia klienta (powinien on składać się z 2-3 akapitów, używając tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu).

Poniżej umieść nagłówek <h2> Cechy i zalety: z listą punktów zawierającą cechy techniczne i ich praktyczną wartość (odpowiadającą na pytanie: „Co to daje klientowi?”).

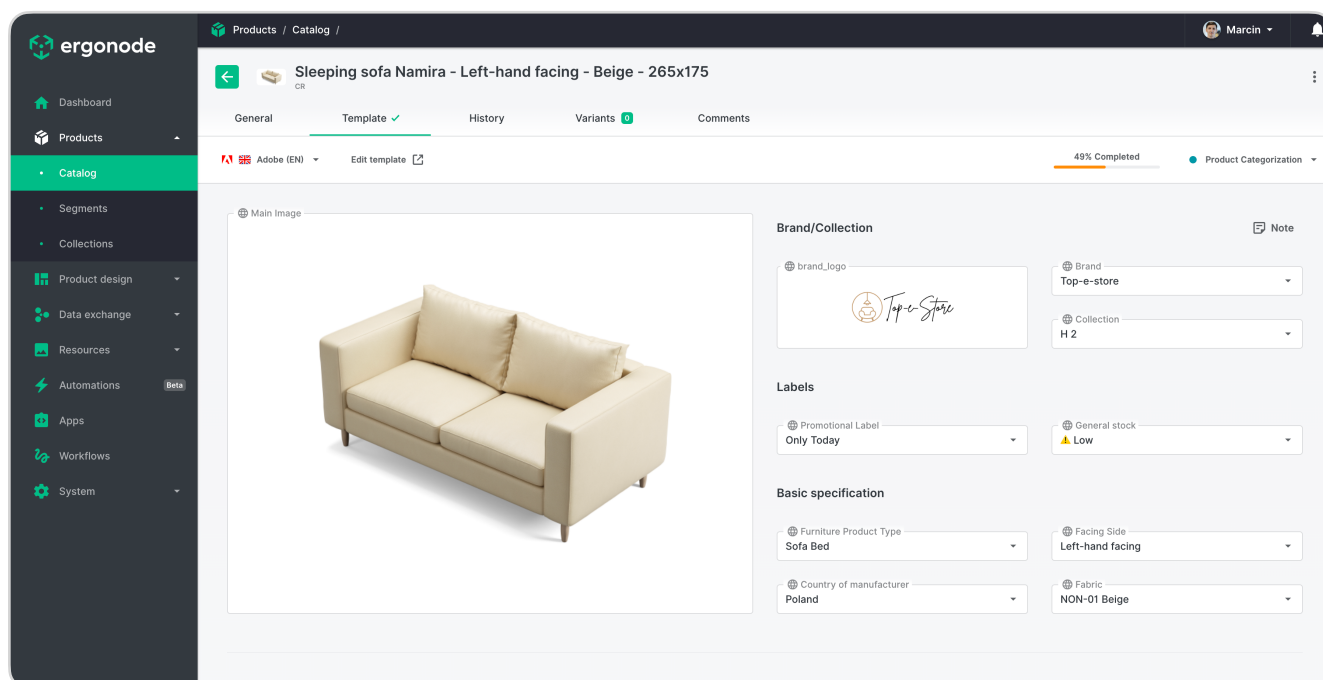


Część II. Możliwości stosowania promptów w Ergonode PIM

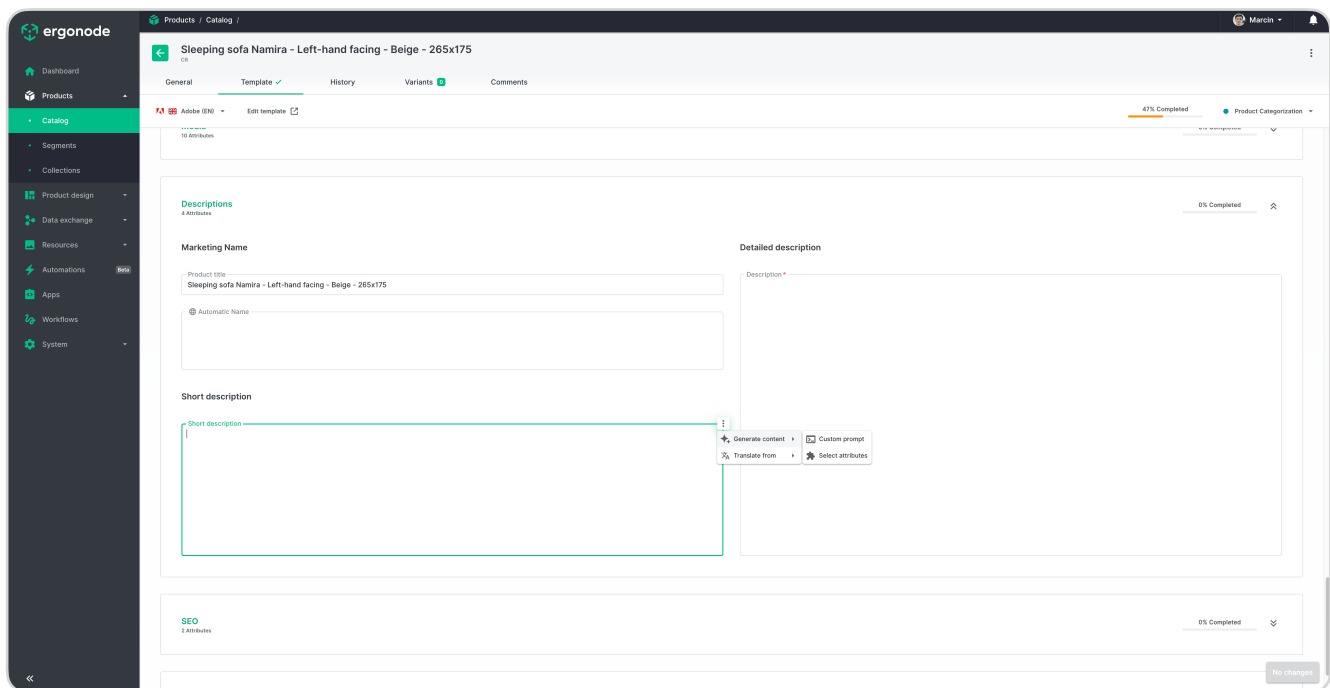
3 różne sposoby na pracę z AI

W Ergonode firmy posiadają szereg możliwości na wykorzystanie rozwiązań sztucznej inteligencji do przyspieszenia i ułatwienia pracy z treściami produktowymi.

1. Generowanie nazw i opisów na pojedynczej karcie produktu



Karta produktu w Ergonode pozwala na zaprojektowanie wielu pól, które mogą być wykorzystane pod generowanie treści wykorzystując sztuczną inteligencję - możemy stworzyć pola pod różne nazwy i nagłówki (np. SEO Meta Title, Nazwa dla Allegro, Nazwa dla Amazon, główna nazwa produktu, itp.), możemy także zaprojektować różne pola opisowe - zarówno proste, jak Meta Opis pod SEO, czy bardziej rozbudowane wykorzystując edytor RTE (WYSIWYG) z nagłówkami, tabelami, akapitami, zdjęciami itp.



Generowanie opisów można realizować poprzez domyślny prompt z wyborem atrybutów pod wygenerowany opis (opcja Select Attributes) lub też z własnymi promptami, gdzie wartości atrybutów są zamieniane dzięki systemowi zmiennych (*#kod_atrybutu*). Prompty mogą być wielokrotnie testowane, dla osiągnięcia najbardziej zadowalającego rezultatu.

2. Masowe generowanie nazw i opisów dla tysięcy produktów



Ergonode PIM posiada wbudowane mechanizmy masowego generowania i tłumaczenia różnych treści dla wybranych produktów (wskazanych do akcji masowej).

Select action
Choose the way you want to edit attribute values



Generate product descriptions

Create product descriptions with AI for textarea attribute, using custom prompt and attribute variables.



Generate product names

Create product names with AI for text attribute, using custom prompt and attribute variables.



Translate content

Translate product attribute values with AI.



Change values

Change attribute values and remove existing ones.



Add prefix or suffix

Add text at the beginning or end of the attribute value.



Add values

Add more attribute values and keep the existing ones.



Remove values

Remove specific attribute values and keep the others.



Clear values

Completely clear the attribute values and leave them blank.

Generate product descriptions 

Create product descriptions with AI for textarea attribute, using custom prompt and attribute variables.

Where to generate content? 

Attribute 

Amazon description

Language 

  Amazon (DE)

What to generate in content? 

Prompt 

Write an attention-grabbing, emotional, yet informative product description optimized for Amazon marketplace.

Input Details:

Basic Product Information:

#product_name #brand #collection #product_type

Technical Features:

#case_form #case_size #case_material #movement
#dial #glass_crystal #water_resistance #strap_color
#strap_material #buckle

Generate content 25

 Try out prompt

Wartości parametrów (atrybutów) są przekazywane do silnika AI za pomocą zmiennych (*#kod_atrybutu*). Dodatkowo przed wykonaniem operacji jest możliwe przetestowanie wyniku - „Wypróbuj Prompt”. Dzięki takim mechanizmom można sprawnie stworzyć rozbudowane i skomplikowane indywidualne opisy nawet dla kilkudziesięciu tysięcy produktów.

3. Tworzenie automatycznie generowanych opisów poprzez silnik reguł automatyzacji

Silnik reguł automatyzacji pozwala na przygotowanie różnych scenariuszy automatyzacji treści produktów. System nasłuchuje w tle na wyzwalacz - utworzenia lub zmiany produktu - sprawdzając czy są spełnione ustalone warunki i jeśli tak to wywołuje określone akcje.

14



Jednymi z możliwych akcji są: generowanie wszelkich treści lub generowanie nazw produktów.

Podobnie jak w przypadku akcji masowych pojawia się możliwość wpisania własnego promptu i przy użyciu odpowiednich zmiennych system podstawy określone wartości na potrzeby odpytania sztucznej inteligencji.

Zastosowanie reguł automatyzacji pozwala na automatyczne generowanie treści dla dziesiątek grup asortymentu i wielu kanałów jednocześnie, bez potrzeby ręcznego ustawiania prompta.

The screenshot displays the 'Automations' section of a software interface, featuring a sidebar with navigation icons and a main content area with three automation rules. Each rule is titled 'Auto-status' or 'Auto-name generation' and follows an 'If... Then...' logic.

- Automation 1 (Order 10):**
 - If...:** Image Gallery - per local channel is not empty
 - Then...:** Change status to Tech/Mkg enrichment
 - Created by:** Marcin Piwowarczyk at 2025-03-13 13:56
 - Edited by:** Kajetan Wyrzykowski at 2025-04-09 17:39
- Automation 2 (Order 11):**
 - If...:** Status is New products, Product title is not empty
 - Then...:** Change status to Product Categorization
 - Created by:** Marcin Piwowarczyk at 2025-03-13 13:56
 - Edited by:** Marcin Piwowarczyk at 2025-04-09 19:23
- Automation 3 (Order 12):**
 - If...:** Wine color is not empty, Type of wine is not empty, Taste of wine is not empty, Winery is not empty, Status is Tech/Mkg enrichment
 - Then...:** Generate name for Product title, Change status to Marketing REVIEW
 - Created by:** Marcin Piwowarczyk at 2025-03-13 13:56
 - Edited by:** Marcin Piwowarczyk at 2025-04-02 13:58

The interface includes a top bar with 'Error log' and 'New automation' buttons, and a sidebar with a 'Beta' label and various navigation icons.



Część III. Gotowe do zastosowania prompty według branż

1. Meble i wyposażenie wnętrz
2. Kosmetyki
3. Odzież i obuwie
4. Materiały budowlane
5. Rowery
6. Artykuły sportowe
7. Elektronika i lifestyle
8. Elektronarzędzia
9. Jedzenie i napoje



1. Branża - meble i wyposażenie wnętrz

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„NordWood Oslo – komoda – skandynawski – lite drewno dębowe – 120 x 85”

Wygeneruj nazwę produktu meblowego w dokładnie następującym formacie:

#brand #collection – #product_type – #style – #material – #width x #height

Nie dodawaj żadnych dodatkowych słów, opisów ani znaków interpunkcyjnych poza tym, co określono w formacie.

Zadbaj o to, aby:

- każdy element był zapisany naturalnie i poprawnie językowo (bez wersalików),
- styl (*#style*) był opisany jednym słowem lub krótką frazą (np. „skandynawski”, „rustykalny loft”),
- materiał (*#material*) ma być opisany w sposób zrozumiały dla klienta, np. „lite drewno dębowe”, „płyta MDF lakierowana”.
- typ mebla (*#product_type*) był ujednolicony (np. „komoda”, „stół rozkładany”, „regał z szufladami”),
- wymiary były zapisane w formacie szerokość x wysokość w centymetrach, bez jednostek (*#width x #height*).



B. Opis

Oczekiwana forma rezultatu:

„Wyobraź sobie wnętrze, które oddycha spokojem. Komoda Oslo to nie tylko mebel – to przemyślany element aranżacji, który pomaga uporządkować przestrzeń i dodać jej ciepła.

Marka NordWood, znana z rzemieślniczego podejścia do produkcji, prezentuje komodę z kolekcji Oslo wykonaną z litego drewna dębowego. Skandynawski styl przejawia się tu w oszczędnej formie i detalach – takich jak frezowane uchwyty czy naturalna olejowana powierzchnia, która eksponuje piękno drewna.

Trzy funkcjonalne szuflady pomieszczą wszystko, co chcesz mieć pod ręką – od domowych tekstyliów, po dokumenty czy akcesoria codziennego użytku. Dzięki kompaktowym wymiarom (120 x 85 x 40 cm), komoda idealnie wpasuje się zarówno w sypialnię, jak i salon czy przedpokój.

Cechy i zalety

- Wysokiej jakości lite drewno dębowe – naturalny, szlachetny materiał
- Trzy pojemne szuflady – łatwa organizacja przechowywanych przedmiotów
- Frezowane uchwyty – czystość formy i wygoda użytkowania
- Naturalne wykończenie olejowane – bezpieczne, ekologiczne, estetyczne
- Skandynawski design – uniwersalny, ponadczasowy styl

Postaw na jakość, która nie przemija. Komoda Oslo to idealne połączenie stylu i funkcjonalności – gotowa na nowe miejsce w Twoim domu.”



Napisz przyciągający uwagę, emocjonalny, a jednocześnie zawierający konkretne informacje opis produktu – zoptymalizowany pod kątem SEO i e-commerce. Opis będzie wykorzystany w sklepie internetowym z meblami.

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: przyjazny, elegancki, z naciskiem na jakość i komfort użytkowania, pokazujący że minimalizm to dobry wybór, otwarty i kulturowo obrazujący norweski/skandynawski styl życia

Odbiorca treści: młoda kobieta w wieku 25-35 lat, mieszkająca w dużym mieście, właśnie zdecydowała się na odświeżenie wnętrza, osoba szukająca funkcjonalnych, ponadczasowych mebli do niewielkiego mieszkania

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #collection, #product_type*

Cechy i parametry: *#style, #material, #dimensions, #color*

Kontekst użycia: *#use_case*

Unikalne cechy: *#USP*

Korzyści użytkowe: *#benefits*

Rozwiej obiekcje: *#pain_points, #reassurance*

Struktura treści:

Zacznij od zdania przyciągającego uwagę – pytanie, scenariusz z życia lub teza wzbudzająca emocje.

(użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu)

Przedstaw produkt w kontekście codziennego życia klienta – krótką narrację, 2–3 akapity pokazujące jak produkt funkcjonuje, komu służy i co zmienia w domu.

(użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu)



Dodaj sekcję z cechami i zaletami produktu – jako listę wypunktowaną z nagłówkiem.

(nagłówek `<h2>`, lista `<ul><li>...</li></ul>`)

Zakończ lekkim CTA (wezwanie do działania), które dodatkowo wzmocni chęć zakupu.

(tag `<p>`)

C. SEO Meta Title

Oczekiwany wynik:

„Komoda drewniana NordWood Oslo – 120x85 cm”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany tytuł SEO (meta title) o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać najważniejsze słowa kluczowe (np. typ mebla, materiał, styl) oraz informacje z nazwy produktu
- unikać zbędnych przymiotników i znaków specjalnych
- być gotowy do wyświetlenia w wynikach wyszukiwania.

Dane wejściowe: `#product_name`, `#product_description`



D. SEO Meta Description

Oczekiwany wynik:

„Komoda Oslo z litego dębu, styl skandynawski. 3 szuflady, kompaktowy format 120x85 cm. Idealna do salonu, sypialni lub przedpokoju.”

Na podstawie nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania meta description o długości 150–160 znaków. Meta opis powinien:

- zawierać najważniejsze informacje o produkcie (typ, materiał, przeznaczenie),
- być informacyjny i zachęcający, ale nie przesadnie reklamowy,
- zawierać wybrane słowa kluczowe z nazwy i opisu,
- naturalnie wskazywać zastosowanie i korzyści z zakupu

Dane wejściowe:

#product_name, #product_description



2. Branża - kosmetyki

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„Herbique Moisture Glow – Naturalny krem z aloesem i masłem shea”

Na podstawie poniższych informacji wygeneruj nazwę kremu do ciała, która będzie:

- krótka, ale chwytliwa,
- zawierała naturalne skojarzenia i nutę emocji,
- komunikowała główne działanie i składnik wyróżniający.

Oczekiwany format końcowy nazwy:

Marka - Model produktu - informacje o działaniu i składnikach -
Pojemność

Dane wejściowe:

Marka: *#brand*

Model produktu: *#product_model*

Składniki: *#main_ingredients*

Działanie: *#care_effect*

Pojemność: *#volume*

Zadbaj o to, aby każdy element był zapisany naturalnie i poprawnie językowo (bez wersalików)



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„Czasem skóra potrzebuje tylko jednego – troski. Krem do ciała Herbique Moisture Glow to naturalna odpowiedź na jej potrzeby. Lekka formuła z aloesem i masłem shea głęboko nawilża i koi przesuszoną skórę.

Ten krem to coś więcej niż pielęgnacja – to chwila oddechu dla ciała po całym dniu. Wzbogacony o witaminę E działa łagodząco, regenerująco i chroni skórę przed utratą elastyczności.

Idealny po kąpieli lub w ciągu dnia – szybko się wchłania, otula skórę delikatnym zapachem i przywraca komfort nawet najbardziej wymagającej skórze.

Dlaczego pokochasz ten krem?

- Masło shea i aloes – głębokie nawilżenie i ukojenie
- Witamina E – regeneracja i ochrona
- Naturalny skład, bez parabenów i barwników
- Idealny dla skóry suchej i wrażliwej”

Napisz przyciągający uwagę, emocjonalny, a jednocześnie zawierający konkretne informacje opis produktu – zoptymalizowany pod kątem SEO i e-commerce. Opis będzie wykorzystany w sklepie internetowym z kosmetykami.

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: naturalny, lekki, bliski — jak rozmowa z doradcą w eko-drogerii



Odbiorca treści: kobieta 30+, z suchą i wrażliwą skórą, ceniąca naturalne składniki i przyjemną aplikację

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #collection, #product_model*

Cechy i składniki: *#form, #color, #main_ingredient, #ingredients_full_list*

Działanie: *#usage_time, #body_area, #skin_type, #application_type*

Unikalne cechy: *#USP*

Korzyści: *#main_care_effect, #care_effects*

Rozwiej obiekcje: *#concerns*

Struktura treści:

Rozpocznij 3–4 paragrafami (użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu).

Akapity powinny zawierać naturalnie wplecione słowa kluczowe, podkreślać działanie, składniki aktywne i sposób użycia.

Dodaj listę wypunktowaną z kluczowymi zaletami (nagłówek <h2>, lista ...).



C. Ostrzeżenia i informacje o pielęgnacji

Oczekiwany rezultat:

„**Wrażliwość na światło:** Przechowuj w chłodnym, ciemnym miejscu, aby zapobiec degradacji olejków, które mogą stracić swoją skuteczność pod wpływem bezpośredniego światła słonecznego.

Wrażliwość na temperaturę: Unikaj wystawiania produktu na działanie ekstremalnych temperatur, ponieważ może to zmienić konsystencję i skuteczność olejków.

Reakcje alergiczne: Zachowaj ostrożność, jeśli masz znaną alergię na orzechy lub określone oleje roślinne, ponieważ ten produkt zawiera różne oleje z nasion, które mogą wywoływać nadwrażliwość.

Reakcje skórne: Przed pełnym zastosowaniem należy przeprowadzić test płatkowy, zwłaszcza jeśli masz wrażliwą skórę lub w przeszłości występowały reakcje na produkty do pielęgnacji skóry.”

Dokładnie przejrzyj listę składników oraz opis produktu na podstawie:
#ingredients_full_list, #description.

Analiza powinna zostać przeprowadzona w celu ostrzeżenia potencjalnych klientów, na co należy zwrócić uwagę podczas przechowywania produktu (np. wrażliwość na temperaturę lub światło) i czy może on powodować reakcje alergiczne. Zwróć uwagę, że na przesłanej liście wskaźników są one napisane w kolejności malejącej, pierwszy ma największy procent składu, ostatni najmniejszy (znikomy).

Na podstawie swojej analizy umieść produkt w skali od 1 do 10, gdzie 1 oznacza, że produkt nie jest bezpieczny w użyciu i wymaga specjalnych



środków ostrożności, 10 oznacza super bezpieczny, łatwy do przechowywania i wolny od alergenów.

Jeśli Twój wynik wynosi 7 lub więcej, napisz, że produkt jest całkowicie bezpieczny i napisz wyjaśnienie.

Jeśli Twój wynik jest poniżej 7, napisz do 4 punktów z ostrzeżeniami, które wyjaśniają, na co należy zwrócić uwagę podczas użytkowania i przechowywania.

Ważne jest, aby wyjaśnienia nie zawierały niezrozumiałych sformułowań i naukowych nazw składników, powinny być proste i zrozumiałe.

Odpowiedź powinna składać się z maksymalnie 4 punktów (bez innych punktów wyjścia, nagłówków itp.): zacznij od struktury `<li>` i `<strong>` opisującej problem, a następnie podaj wyjaśnienie w formie zwykłego tekstu.

D. SEO Meta Title

Oczekiwany wynik:

„DermaLift FirmActive – krem ujędrniający z kofeiną i Q10”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany tytuł SEO (meta title) o długości maksymalnie 60 znaków.



Tytuł powinien:

- zawierać najważniejsze słowa kluczowe (np. pojemność, działanie, typ skóry) oraz informacje z nazwy produktu
- unikać zbędnych przymiotników i znaków specjalnych
- być gotowy do wyświetlenia w wynikach wyszukiwania.

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

E. SEO Meta Description

Oczekiwany wynik:

„Naturalny krem do ciała z masłem shea i aloesem. Doskonały do skóry suchej i wrażliwej. Nawilża, koi i wspiera regenerację.”

Na podstawie nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania meta description o długości 150–160 znaków. Meta opis powinien:

- zawierać najważniejsze informacje o produkcie (np. pojemność, działanie, typ skóry),
- być informacyjny i zachęcający, ale nie przesadnie reklamowy,
- zawierać wybrane słowa kluczowe z nazwy i opisu,
- naturalnie wskazywać zastosowanie i korzyści pielęgnacyjne

Dane wejściowe:

#product_name, #product_description



3. Branża - odzież i obuwie

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„UrbanEdge CityFit SS25 – Bluza unisex oversize – bawełna organiczna – piaskowy beż”

Wygeneruj chwytliwą, zwięzłą i dopasowaną do e-commerce nazwę produktu odzieżowego. Wzór nazwy:

#brand #collection – #product_type – #fit – #material – #color

Nie dodawaj żadnych dodatkowych słów, opisów ani znaków interpunkcyjnych poza tym, co określono w formacie.

Zadbaj o to, aby:

- każdy element był zapisany naturalnie i poprawnie językowo (bez wersalików),
- każdy parametr był opisany jednym słowem lub krótką frazą,
- materiał (*#material*) ma być opisany w sposób zrozumiały dla klienta, np. „bawełna organiczna”.
- typ produktu (*#product_type*) był ujednolicony (np. „bluza”, „sukienka”).



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„Miejskie tempo wymaga wygodnych rozwiązań. Bluza UrbanEdge CityFit SS25 to połączenie minimalistycznego stylu z codziennym komfortem – stworzona z myślą o tych, którzy cenią modę i swobodę ruchu.

Wykonana z wysokiej jakości bawełny organicznej, przyjemnej w dotyku i oddychającej. Luźny, oversize’owy krój sprawia, że świetnie układa się na każdej sylwetce – niezależnie od płci. Piaskowy odcień beżu dodaje eleganckiej neutralności, którą łatwo zestawić z jeansami, joggerami czy spódnicą.

Bez kaptura, za to z praktyczną kieszenią typu kangurka i subtelnym brandingiem – ta bluza będzie podstawą każdej miejskiej stylizacji. Uszyta lokalnie, z troską o środowisko.

Cechy produktu:

- Bawełna organiczna z certyfikatem GOTS – przyjazna dla skóry i planety
- Luźny krój oversize – pełna swoboda ruchu
- Neutralny, piaskowy kolor – łatwy do stylizacji
- Kieszeń kangurka – praktyczna i stylowa
- Produkt unisex – każdy czy ona, czy on poczuje się komfortowo”



Napisz przyciągający uwagę, emocjonalny, a jednocześnie zawierający konkretne informacje opis produktu – zoptymalizowany pod kątem SEO i e-commerce. Opis będzie dedykowany dla sklepu internetowego z odzieżą i akcesoriami.

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: modowy, swobodny, miejski

Odbiorca treści: młodzi dorośli z dużych miast, szukający wygodnych i estetycznych ubrań na co dzień

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #collection, #product_model, #season*

Cechy: *#fit, #color, #cloth_purpose, #closure_type, #hood, #pockets, #sleeve_type,*

Materiał: *#textile, #textile_certification*

Unikalne cechy: *#USP*

Struktura treści:

Rozpocznij 3–4 paragrafami (użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu).

Akapity powinny zawierać naturalnie wplecione słowa kluczowe, podkreślać styl, komfort oraz charakter odzieży.

Dodaj listę wypunktowaną z kluczowymi zaletami (nagłówek <h2>, lista ...).



C. Instrukcje dotyczące pielęgnacji

Oczekiwany rezultat:

„Aby zachować wspaniałe, naturalne właściwości włókien wełny merynosowej, należy prać odzież wełnianą w pralce w temperaturze 30°C (zalecane jest niskie wirowanie z prędkością 800 obrotów) lub ręcznie w letniej wodzie. Należy pamiętać, aby zawsze używać detergentu do wełny.

Jeśli pierzesz wełnę ręcznie, nie pozostawiaj jej w wodzie, ponieważ spowoduje to uszkodzenie włókien. Płucz w czystej wodzie. Nie wykręcaj. Zamiast tego delikatnie wyciśnij wodę. Powiesić lub położyć ubrania wełniane do wyschnięcia na suszarce.”

Dokładnie przejrzyj skład materiałowy i informacje o pielęgnacji pochodzące z: *#textile_composition, #care_instructions*.

Analiza ma za zadanie dokładnie opisać dla klientów, na co należy zwrócić uwagę podczas pielęgnacji produktu.

Odpowiedź powinna składać się z maksymalnie 800 znaków i 2 akapitów (bez innych punktów wyjścia, nagłówków itp.). Akapity rozpocznij i zakończ znacznikami <p></p>.

Ton komunikacji bezpośredni, przyjacielski, tak jakby ekspert opowiadał jak powinno się dokładnie dbać o dany produkt, aby zachować jego świeżość maksymalnie długo. Unikaj wypowiedzi w pierwszej osobie i nadmiernego pouczenia.



D. SEO Meta Title i Meta Description

Oczekiwany wynik:

Meta Title: „Bluza unisex UrbanEdge z bawełny organicznej – beż”

Meta Description: „Bluza unisex z bawełny organicznej, luźny krój oversize, beżowy kolor. Miejski styl i komfort – poznaj linię CityFit od UrbanEdge.”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany tytuł SEO (meta title) o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać typ odzieży, markę i cechę wyróżniającą (np. materiał, krój, kolor)
- być atrakcyjny i zgodny ze standardami wyszukiwarek..

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

Na podstawie nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania Meta Description o długości 150–160 znaków. Opis powinien:

- uwzględniać zastosowanie produktu i najważniejsze cechy (materiał, krój),
- zachęcać do kliknięcia, ale nie być przesadnie reklamowy,
- zawierać wybrane słowa kluczowe z nazwy i opisu,

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*



4. Branża - Materiały budowlane

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„BuildPro ProFix – Grunt podkładowy akrylowy – do tynków i betonu”

Wygeneruj nazwę produktu budowlanego zgodną ze schematem:

#brand #collection – #product_type – #fit – #material – #color

Nie dodawaj żadnych dodatkowych słów, opisów ani znaków interpunkcyjnych poza tym, co określono w formacie.

Zadbaj o to, aby:

- każdy element był zapisany naturalnie i poprawnie językowo (bez wersalików),
- każdy parametr był opisany jednym słowem lub krótką frazą,
- materiał (*#material*) ma być opisany w sposób zrozumiały dla klienta.
- typ produktu (*#product_type*) był ujednolicony (np. „farba”, „błoczek”).



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„Grunt podkładowy BuildPro ProFix to niezawodne rozwiązanie do przygotowania ścian i sufitów przed malowaniem, tynkowaniem lub tapetowaniem. Dzięki swojej formule oparta na żywicach akrylowych skutecznie wzmacnia podłoże i zwiększa przyczepność kolejnych warstw.

Zalecany do stosowania na tynki cementowo-wapienne, beton, a także płyty gipsowo-kartonowe. Bezbarwny po wyschnięciu, nie wpływa na kolor późniejszych powłok. Aplikacja możliwa wałkiem, pędzlem lub metodą natryskową.

Najważniejsze właściwości:

- Wzmacnia i stabilizuje podłoże
- Ogranicza chłonność – mniejsze zużycie farby
- Poprawia przyczepność farb, tynków i klejów
- Do wnętrz – ściany i sufity
- Gotowy do użycia – szybka aplikacja

Sprawdzone rozwiązanie dla profesjonalistów i wymagających użytkowników domowych. Postaw na jakość – postaw na BuildPro.”



Napisz rzeczowy, profesjonalny, zawierający konkretne informacje, ale jednocześnie sprzedażowy opis produktu – zoptymalizowany pod kątem SEO i e-commerce. Opis będzie dedykowany dla sklepu internetowego z materiałami budowlanymi.

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: techniczny, profesjonalny i rzeczowy

Odbiorca treści: wykonawcy, firmy remontowe, świadomi klienci indywidualni

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #collection, #product_type*

Cechy: *#material, #color, #product_purpose, #surface_type, #features, #application_method, #volume, #packaging*

Unikalne cechy: *#USP*

Struktura treści:

Rozpocznij 3–4 paragrafami (użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu) zawierającymi krótki wstęp z zastosowaniem. Powinny zostać wplecione słowa kluczowe, najważniejsze korzyści i cechy techniczne, przeznaczenie i sposób użycia.

Dodaj listę wypunktowaną z kluczowymi zaletami (nagłówek <h2>, lista ...).

Zamknij krótkim paragrafem (tagi <p> do otwarcia i zamknięcia) z rzeczowym CTA.



C. SEO Meta Title i Meta Description

Oczekiwany wynik:

Meta Title: „Grunt akrylowy BuildPro do ścian i sufitów – ProFix”

Meta Description: „Grunt podkładowy BuildPro ProFix – poprawia przyczepność, wzmacnia podłoże i ogranicza chłonność. Idealny pod farby, tynki i tapety.”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany tytuł SEO (meta title) o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać typ produktu oraz zastosowanie
- być atrakcyjny i zgodny ze standardami wyszukiwarek..

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

Na podstawie nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania Meta Description o długości 150–160 znaków. Opis powinien:

- uwzględniać przeznaczenie, zastosowanie produktu i najważniejsze cechy,
- zachęcać do kliknięcia, ale rzeczowo i profesjonalnie,
- zawierać wybrane słowa kluczowe z nazwy i opisu,

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*



D. Ostrzeżenia i zalecenia dotyczące użytkowania

Oczekiwany rezultat:

„Produkt należy przechowywać i stosować w dodatnich temperaturach – poniżej +5°C może stracić swoje właściwości wiążące. Ważne jest też, aby przed użyciem dokładnie go wymieszać – składniki mogą się rozwarstwiać w opakowaniu.

Nie wolno rozcieńczać go wodą ani innymi preparatami – osłabi to działanie i przyczepność. Po otwarciu zużyj możliwie szybko i przechowuj w szczelnie zamkniętym pojemniku, z dala od mrozu i bezpośredniego nasłonecznienia.”

Dokładnie przeanalizuj skład materiałowy oraz zalecenia dotyczące użytkowania danego produktu budowlanego, podane w:

#material_composition oraz *#usage_instructions*.

Twoim zadaniem jest wygenerowanie przyjaznego, konkretnego komunikatu dla klienta, który:

- ostrzega przed najczęstszymi błędami w użytkowaniu lub aplikacji i zawiera praktyczne wskazówki pozwalające zachować właściwości produktu (np. trwałość, bezpieczeństwo),
- może dotyczyć produktów takich jak: *#product_type*.

Schemat treści:

- maksymalnie 800 znaków, 2 akapity (z tagami <p></p>),
- bez nagłówków, wypunktowań i oznaczeń technicznych,
- styl bezpośredni, jakby doradzał fachowiec na budowie, ale bez tonu pouczającego i wypowiedzi w pierwszej osobie.



5. Branża - Rowery

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„TrailWorks UrbanCruise 2025 – Rower miejski – aluminium – 28” – Shimano Nexus 7”

Wygeneruj nazwę produktu dla kategorii rowery według schematu:

#brand #collection – #bike_type – #frame_material – #wheel_size – #gear_system

Nie dodawaj żadnych dodatkowych słów, opisów ani znaków interpunkcyjnych poza tym, co określono w formacie.

Zadbaj o to, aby:

- Nazwa była atrakcyjna, łatwa do zapamiętania, a jednocześnie zawierała kluczowe informacje techniczne przydatne dla klienta.

Unikaj nazw zbyt długich lub enigmatycznych – istotna jest łatwe wyszukiwanie i przejrzystość).



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„TrailWorks UrbanCruise 2025 to rower stworzony z myślą o rytmie miejskiego życia. Niezależnie od tego, czy jedziesz do pracy, na spotkanie z przyjaciółmi czy po prostu uciekasz przed korkami – ten model zapewni Ci styl, wygodę i funkcjonalność na co dzień.

Lekka aluminiowa rama i klasyczne 28-calowe koła gwarantują płynną jazdę po każdej miejskiej nawierzchni. 7-biegowy napęd Shimano Nexus jest prosty w obsłudze, cichy i odporny na warunki atmosferyczne – idealny dla tych, którzy nie chcą martwić się serwisem. Butelkowa zieleń dodaje charakteru i świetnie komponuje się z miejskim otoczeniem.

Zintegrowany bagażnik i wyprostowana geometria ramy to ukłon w stronę praktyczności i komfortu. UrbanCruise to wybór dla osób, które chcą poruszać się po mieście sprawnie, ale bez rezygnacji ze stylu.

Cechy i zalety:

- Lekka aluminiowa rama – łatwe prowadzenie i manewrowanie
- Koła 28" – idealne do jazdy miejskiej
- Napęd Shimano Nexus 7 – bezproblemowe, wewnętrzne przełożenia
- Brak amortyzacji – mniejsze opory, większa kontrola
- Zintegrowany bagażnik – przewieziesz zakupy i nie tylko
- Stylowy kolor: butelkowa zieleń – dla miłośników detali.”



Przykład użytych danych wejściowych:

- *#brand*: TrailWorks
- *#collection*: UrbanCruise 2025
- *#bike_type*: rower miejski
- *#frame_material*: aluminium
- *#suspension*: brak
- *#brakes*: hamulce V-brake
- *#wheel_size*: 28"
- *#gear_system*: Shimano Nexus 7
- *#weight*: 13,8 kg
- *#color*: butelkowa zieleń
- *#use_case*: codzienne dojazdy po mieście, weekendowe przejażdżki
- *#USP*: minimalistyczny design, niska waga, zintegrowany bagażnik
- *#benefits*: komfort jazdy, prosty serwis, cichy napęd
- *#tone_of_voice*: lifestyle'owy, lekko entuzjastyczny
- *#audience_description*: mieszkańcy miast, którzy chcą jeździć stylowo i wygodnie



Napisz angażujący, dobrze zbalansowany opis roweru zoptymalizowany pod e-commerce i SEO.

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: lifestyle'owy, lekko entuzjastyczny

Odbiorca treści: mieszkańcy miast, którzy chcą jeździć stylowo i wygodnie

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #collection, #bike_type*

Cechy: *#frame_material, #color, #suspension, #surface_type, #brakes, #wheel_size, #gear_system, #weight, #use_case*

Unikalne cechy i korzyści: *#USP, #benefits*

Struktura treści:

Rozpocznij 3–4 paragrafami (użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu) zawierającymi krótki wstęp w który powinny zostać wplecione słowa kluczowe, zawierać najważniejsze korzyści i cechy techniczne oraz emocjonalny i funkcjonalny kontekst użycia.

Następnie dodaj listę wypunktowaną z kluczowymi cechami (nagłówek <h2>, lista ...).



C. SEO Meta Title i Meta Description

Oczekiwany wynik:

Meta Title: „Rower miejski UrbanCruise – aluminium 28" Shimano Nexus 7”

Meta Description: „Rower miejski TrailWorks UrbanCruise 2025 – lekki, wygodny i stylowy. Aluminiowa rama, napęd Nexus 7 i zintegrowany bagażnik dla miejskich dojazdów.”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj SEO-friendly Meta Title o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać typ produktu, materiał oraz kolekcję
- być atrakcyjny i zgodny ze standardami wyszukiwarek..

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

Na podstawie wskazanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania Meta Description o długości 150–160 znaków. Opis powinien:

- uwzględniać korzyści funkcjonalne i przeznaczenie produktu,
- zachęcać do kliknięcia, ale brzmieć naturalnie,
- zawierać wybrane słowa kluczowe z nazwy i opisu,

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*



6. Branża - Artykuły sportowe

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„CoreForm – Mata do ćwiczeń TPE – 183x61 cm – joga i pilates”

Wygeneruj nazwę produktu z kategorii artykułów sportowych według schematu:

#brand – #product_type – #material – #dimensions – #target_use

Nie dodawaj żadnych dodatkowych słów, opisów ani znaków interpunkcyjnych poza tym, co określono w formacie.

Zadbaj o to, aby:

- nazwa była czytelna, SEO-friendly, a jednocześnie zawierać kluczowe informacje techniczne przydatne dla klienta.

Unikaj nazw zbyt długich lub enigmatycznych – istotna jest łatwość w wyszukiwaniu i przejrzystość).



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„Zadbaj o komfort i równowagę podczas treningów z matą CoreForm Flow Series. Idealna zarówno do porannej jogi, jak i wieczornego stretchingu, wspiera Twoje ciało w naturalnym rytmie ruchu.

Dzięki lekkiej, przyjaznej skórze piance TPE mata zapewnia odpowiednią amortyzację, a dwustronna powłoka antypoślizgowa gwarantuje stabilność nawet podczas intensywniejszych pozycji. Morski kolor dodaje spokoju i elegancji każdej sesji.

W zestawie znajduje się pasek do przenoszenia, a matę bez problemu wyczyścisz wilgotną ściereczką. To świetny wybór dla osób trenujących w domu, na sali lub w plenerze.

Najważniejsze cechy:

- Wymiary 183 x 61 cm – idealna powierzchnia do ćwiczeń
- Materiał TPE – lekki, bezwonny, przyjazny dla skóry
- Antypoślizgowa – stabilność po obu stronach
- Łatwa w czyszczeniu i przechowywaniu – pasek w zestawie
- Dla początkujących i średniozaawansowanych użytkowników”



Napisz atrakcyjny, informacyjny i zoptymalizowany pod SEO opis produktu sportowego:

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: spokojny, inspirujący, wellness

Odbiorca treści: osoby trenujące w domu lub na sali, początkujące i średniozaawansowane

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #collection, #product_type*

Cechy: *#material, #color, #dimensions, #anti_slip, #weight, #use_case, #cleaning, #storage*

Unikalne cechy i korzyści: *#USP, #benefits*

Struktura treści:

Rozpocznij 3 paragrafami (użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu) zawierającymi krótki wstęp w który powinny zostać wplecione cechy, zawierać najważniejsze funkcje i korzyści oraz emocjonalny kontekst użycia.

Następnie dodaj listę wypunktowaną z głównymi cechami i korzyściami (nagłówek <h2>, lista ...).



C. SEO Meta Title i Meta Description

Oczekiwany wynik:

Meta Title: „Mata TPE CoreForm 183x61 – joga, pilates, fitness”

Meta Description: „Lekka, bezpieczna mata do ćwiczeń z pianki TPE. Antypoślizgowa, łatwa w czyszczeniu, idealna do jogi, pilatesu i stretchingu.”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj SEO-friendly Meta Title o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać typ produktu, materiał oraz kontekst użycia
- być atrakcyjny i zgodny ze standardami wyszukiwarek..

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

Na podstawie wskazanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania Meta Description o długości 150–160 znaków. Opis powinien:

- uwzględniać korzyści, funkcje i przeznaczenie produktu,
- zachęcać do kliknięcia o informacyjnym brzmieniu,
- zawierać wybrane słowa kluczowe z nazwy i opisu,

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*



7. Branża - Elektronika & life-style

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„Soundark EchoX Pro – Słuchawki – Bluetooth – pełna redukcja szumu”

Wygeneruj nazwę produktu dla kategorii rowery według schematu:

#brand #model – #product_type – #technology – #benefits

Nie dodawaj żadnych dodatkowych słów, opisów ani znaków interpunkcyjnych poza tym, co określono w formacie.

Zadbaj o to, aby:

- nazwa była atrakcyjna, łatwa do zapamiętania, a jednocześnie zawierała kluczowe informacje techniczne przydatne dla klienta.
- w przypadku korzyści i technologii - wybierz po jednej najważniejszej opcji

Unikaj nazw zbyt długich lub enigmatycznych – istotna jest łatwe wyszukiwanie i przejrzystość).



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„Zamknij świat zewnętrzny i otwórz się na czysty dźwięk. EchoX Pro od Soundark to słuchawki, które pozwalają Ci skupić się na tym, co ważne — czy to playlista w drodze do pracy, czy ważne spotkanie online.

Z technologią ANC nowej generacji i Bluetooth 5.3, doświadczysz krystalicznego brzmienia oraz bezproblemowej łączności. Dotykowe sterowanie i mikrofony wspierane AI sprawiają, że każde połączenie brzmi profesjonalnie, nawet w ruchu.

Etui ładujące zapewnia aż 36 godzin działania, a ergonomiczna konstrukcja gwarantuje komfort przez cały dzień. EchoX Pro łączy technologię, styl i swobodę w jednym.

Dlaczego warto:

- Aktywna redukcja szumów (ANC) – pełne zanurzenie w dźwięku
- Bluetooth 5.3 – stabilne i szybkie połączenie
- 36h pracy z etui – idealne na długie dni
- Mikrofony AI – wyraźne rozmowy nawet w hałasie
- Dotykowe sterowanie + asystent głosowy”

Przykład użytych danych wejściowych:

- *#brand*: Soundark
- *#model*: EchoX Pro
- *#product_type*: słuchawki douszne true wireless



- *#technology*: ANC (aktywna redukcja szumów), Bluetooth 5.3
- *#battery_life*: 36 godzin z etui
- *#connectivity*: Bluetooth 5.3
- *#noise_cancellation*: tak, adaptacyjna
- *#design*: ergonomiczne, matowa czerń
- *#controls*: dotykowe, kompatybilne z asystentem głosowym
- *#color*: czarny
- *#compatibility*: iOS, Android
- *#USP*: dynamiczne brzmienie + mikrofony AI do rozmów
- *#benefits*: izolacja od hałasu, wygoda noszenia, świetna jakość rozmów
- *#tone_of_voice*: nowoczesny, dynamiczny, tech-lifestyle
- *#audience_description*: młodzi dorośli i profesjonaliści pracujący hybrydowo lub zdalnie



Stwórz przyciągający uwagę, nowoczesny i optymalny pod SEO opis urządzenia elektronicznego lifestyle'owego (np. słuchawki, smartwatch, głośnik BT).

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: nowoczesny, dynamiczny, tech-lifestyle

Odbiorca treści: mieszkańcy miast, młodzi dorośli i profesjonaliści pracujący hybrydowo lub zdalnie

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #model, #product_type*

Cechy: *#technology, #color, #design, #controls, #compatibility, #noise_cancellation, #connectivity, #weight, #battery_life*

Unikalne cechy i korzyści: *#USP, #benefits*

Struktura treści:

Rozpocznij 3 paragrafami (użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu). Paragrafy powinny składać się z 2-4 rozbudowanych zdań.

Pierwszy powinien zawierać emocjonalny wstęp prezentując zastosowanie i kontekst użycia.

Drugi główne funkcje i technologie zastosowane w urządzeniu.

Trzeci korzyści i praktyczne użycie urządzenia.

Następnie dodaj listę wypunktowaną z kluczowymi cechami dlaczego warto kupić (nagłówek <h2>, lista ...).



C. SEO Meta Title i Meta Description

Oczekiwany wynik:

Meta Title: „Soundark EchoX Pro – Słuchawki TWS z ANC i AI mikrofonami”

Meta Description: „36h dźwięku bez kompromisów. EchoX Pro z ANC i AI mikrofonami to idealne słuchawki do pracy, rozmów i rozrywki w ruchu.”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj SEO-friendly Meta Title o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać typ produktu, technologię oraz korzyści
- być atrakcyjny i zgodny ze standardami wyszukiwarek..

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

Na podstawie wskazanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania Meta Description o długości 150–160 znaków. Opis powinien:

- uwzględniać korzyści funkcjonalne i przeznaczenie produktu,
- zawierać wybrane słowa kluczowe prezentujące główne funkcje i korzyści z nazwy i opisu,

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*



8. Branża - Elektronarzędzia

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„KraftPro X-Line – Wiertarko-wkrętarka 18V Li-Ion z udarem”

Wygeneruj nazwę produktu elektronarzędziowego, zgodną z profesjonalnymi standardami branży.

Konstrukcja nazwy:

#brand #model – #product_type – #voltage – #battery_type

Jeśli to uzasadnione (źródło danych tutaj: *#benefits*), możesz dodać po myślniku krótki wyróżnik technologiczny lub funkcjonalny – ale tylko wtedy, gdy nie przeciąża i to jest faktycznie zasadne.

Zadbaj o to, aby:

- nazwa była atrakcyjna, łatwa do zapamiętania, a jednocześnie zawierała kluczowe informacje techniczne przydatne dla klienta.
- w przypadku korzyści - wybierz tylko jedną opcję
- nazwa nie powinna też być dłuższa niż 75 znaków

Unikaj nazw zbyt długich lub enigmatycznych – istotna jest łatwe wyszukiwanie i przejrzystość).



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„KraftPro X-Line 18V to niezawodna wiertarko-wkrętarka akumulatorowa, zaprojektowana z myślą o intensywnym użytkowaniu w domu, warsztacie i na budowie. Dzięki połączeniu mocy, wytrzymałości i mobilności, stanowi idealne narzędzie do prac remontowych, montażu mebli oraz wiercenia w drewnie i metalu.

Urządzenie wyposażono w nowoczesny, bezszczotkowy silnik o momencie obrotowym 60 Nm, co zapewnia wysoką efektywność i długą żywotność. Zakres obrotów 0–500 oraz 0–1800 rpm umożliwia dostosowanie prędkości do rodzaju pracy, a szybko mocujący uchwyt 13 mm ułatwia błyskawiczną wymianę końcówek. Dwa akumulatory Li-Ion 2,0 Ah gwarantują ciągłość pracy bez zbędnych przerw.

Waga urządzenia to zaledwie 1,7 kg, co przekłada się na wygodę obsługi nawet podczas wielogodzinnych zadań. Podświetlenie LED zapewnia doskonałą widoczność w trudno dostępnych miejscach, a ergonomiczny, antypoślizgowy uchwyt zwiększa bezpieczeństwo użytkownika. KraftPro X-Line to sprzęt, który działa sprawnie i nie zawodzi.

Najważniejsze cechy:

- Efektywna praca dzięki momentowi obrotowemu 60 Nm
- Dostosowanie prędkości dzięki 2 biegom: 0–500 / 0–1800 rpm
- Długi czas działania – 2 akumulatory Li-Ion 2,0 Ah w zestawie
- Wygodna obsługa – szybko mocujący uchwyt 13 mm
- Wysoki komfort – niska waga 1,7 kg i ergonomiczny uchwyt

Przykład użytych danych wejściowych:

- *#brand*: KraftPro
- *#model*: X-Line
- *#product_type*: wiertarko-wkrętarka
- *#voltage*: 18V



- *#battery_type*: Li-Ion
- *#battery_capacity*: 2x2,0 Ah
- *#torque*: 60 Nm
- *#rpm*: 0–500 / 0–1800
- *#chuck_type*: szybkomocujący 13 mm
- *#color*: czarny
- *#weight*: 1,7 kg
- *#USP*: bezszczotkowy silnik, LED, uchwyt antypoślizgowy
- *#use_case*: remonty, montaż mebli
- *#tone_of_voice*: techniczny, profesjonalny, rzeczowy
- *#audience_description*: półprofesjonalista i zaawansowany majsterkowicz



Stwórz profesjonalny, zoptymalizowany pod SEO opis elektronarzędzia, zgodnie z poniższymi wytycznymi.

Opis ma być konkretny, merytoryczny i czytelny zarówno dla fachowców, jak i klientów indywidualnych..

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: rzeczowy, profesjonalny, techniczny

Odbiorca treści: zaawansowany majsterkowicz, półprofesjonalista

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #model, #product_type*

Cechy: *#voltage, #battery_type, #battery_capacity, #torque, #rpm, #chuck_type, #weight*

Unikalne cechy i korzyści: *#USP, #use_case*

Struktura treści:

Rozpocznij 3 paragrafami (użyj tagu <p> do otwarcia i zamknięcia akapitu). Paragrafy powinny składać się z 2-4 rozbudowanych zdań.

Pierwszy to krótki wstęp prezentujący co to za urządzenie i do czego służy.

Drugi to dane techniczne i funkcje z wytłumaczeniem zastosowania.

W trzecim zaprezentuj korzyści i komfort pracy z produktem: jak narzędzie wpływa na codzienną pracę użytkownika produktu.

Następnie dodaj nagłówek (pomiędzy znacznikami <h2>) zatytułowany: „Najważniejsze cechy”

Poniżej stwórz listę wypunktowaną (lista ...) zawierających 5 cech w formie korzyść + cecha funkcjonalna.



Przy całym opisie pamiętaj aby:

- nie używać haseł reklamowych typu „najlepszy na rynku”
- nie pisz w pierwszej osobie („polecam”, „używam”, itp.)
- używaj strony czynnej i rzeczowego stylu

C. SEO Meta Title i Meta Description

Oczekiwany wynik:

Meta Title: „Wiertarko-wkrętarka KraftPro X-Line 18V – 60 Nm Li-Ion”

Meta Description: „Mocna i lekka wiertarko-wkrętarka 18V Li-Ion z momentem 60 Nm. Idealna do remontów, montażu i majsterkowania. 2 biegi, LED i wygoda.”



Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj SEO-friendly Meta Title o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać typ produktu, napięcie oraz typ baterii
- być atrakcyjny i zgodny ze standardami wyszukiwarek..

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

Na podstawie wskazanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania Meta Description o długości 150–160 znaków. Opis powinien:

- uwzględniać korzyści funkcjonalne i przeznaczenie produktu,
- zawierać wybrane słowa kluczowe prezentujące główne funkcje i korzyści z nazwy i opisu,

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*



9. Branża - jedzenie i napoje

A. Nazwa produktu

Oczekiwany rezultat:

„Nutly Smooth Blend – Pasta z orzechów ziemnych – 100% naturalna – 500g”

Wygeneruj nazwę produktu z kategorii artykułów sportowych według schematu:

#brand – #series – #product_type – #main_ingredient – #volume

Nie dodawaj żadnych dodatkowych słów, opisów ani znaków interpunkcyjnych poza tym, co określono w formacie.

Zadbaj o to, aby:

- nazwa była czytelna, SEO-friendly, a jednocześnie zawierać kluczowe informacje przydatne dla klienta.
- ma charakter handlowy i pasuje do sprzedaży w sklepie online oraz na marketplace
- jest zwięzła (maks. 70 znaków)

Unikaj nazw zbyt długich lub enigmatycznych – istotna jest łatwość w wyszukiwaniu i przejrzystość).



B. Opis

Oczekiwany rezultat:

„Fruitive Apple & Beet to tłoczony na zimno sok NFC o głębokim, lekko słodkim smaku jabłka z nutą buraka. Nie zawiera koncentratów, wody ani konserwantów – tylko świeże owoce i warzywa prosto z polskich sadów.

Idealny na poranne pobudzenie lub jako zdrowy dodatek do lunchu. Naturalna kompozycja wspiera odporność i dodaje energii bez zbędnych kalorii. Fruitive to esencja smaku zamknięta w szklanej butelce.

Najważniejsze cechy:

- Sok NFC – bez koncentratów i dodatków
- 100% jabłko i burak, tłoczony na zimno
- Niepasteryzowany – zachowuje witaminy
- Wegański, bezglutenowy
- Szklana butelka 750 ml – zero plastiku.”



Napisz przyjazny, angażujący i informacyjny opis produktu spożywczego z użyciem znaczników HTML.

Uwzględnij przy tworzeniu opisu:

Ton komunikacji: spokojny, inspirujący, przyjazny, edukacyjny

Odbiorca treści: osoby mieszkające w miastach różnej wielkości, najczęściej kupujące w popularnych supermarketach, zarówno rodziny, jak i single

Podstawowe dane o produkcie: *#product_name, #brand, #series, #product_type*

Cechy: *#main_ingredient, #ingredients_full_list, #weight, #volume, #diet_type, #use_case, #packaging*

Unikalne cechy i korzyści: *#USP, #benefits*

Struktura treści:

Rozpocznij krótkim wprowadzeniem – co to za produkt, jego smak i składniki, idealne zastosowanie. Następnie w drugim akapicie przedstaw wartości odżywcze, korzyści zdrowotne, styl życia.

Wszystkie akapity pomiędzy znacznikami <p>.

Poniżej dodaj listę wypunktowaną z najważniejszymi cechami i korzyściami (nagłówek <h2>, lista ...).



C. SEO Meta Title i Meta Description

Oczekiwany wynik:

Meta Title: „Fruitive Apple & Beet – Sok tłoczony NFC – 100% jabłko i burak”

Meta Description: „Naturalny sok Fruitive z jabłka i buraka, tłoczony na zimno, bez dodatków. Idealny dla osób dbających o zdrowie i smak.”

Na podstawie podanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj SEO-friendly Meta Title o długości maksymalnie 60 znaków. Tytuł powinien:

- zawierać typ produktu i główną cechę wyróżniającą
- być atrakcyjny i zgodny ze standardami wyszukiwarek..

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*

Na podstawie wskazanej nazwy i opisu produktu, wygeneruj zoptymalizowany pod wyniki wyszukiwania Meta Description o długości 150–160 znaków. Opis powinien:

- Ma opisywać najważniejsze cechy produktu i sugerować jego zastosowanie (np. do śniadania, po treningu),
- zachęcać do kliknięcia, ale nie być zbyt reklamowy,

Dane wejściowe: *#product_name, #product_description*



D. Ostrzeżenia i zalecenia przed spożyciem

Oczekiwany rezultat:

„Pasta orzechowa może zawierać śladowe ilości innych orzechów, dlatego osoby z alergiami powinny zachować szczególną ostrożność. Naturalne rozdzielenie oleju na powierzchni nie świadczy o zepsuciu — to normalne zjawisko dla produktów bez dodatków.

Aby zachować świeżość i smak, po otwarciu przechowuj pastę w chłodnym, zacienionym miejscu i spożyj w ciągu 30 dni. Przed każdym użyciem dobrze ją wymieszaj — dzięki temu konsystencja będzie jednolita, a smak orzechów wyraźniejszy.”

Dokładnie przeanalizuj skład produktu spożywczego oraz zalecenia dotyczące przechowywania i spożycia podane w: *#ingredients_full_list*, *#storage_usage_instructions*.

Twoim zadaniem jest wygenerowanie przyjaznego, rzeczowego komunikatu dla klienta, który ostrzega przed najczęstszymi błędami w przechowywaniu lub spożyciu (np. alergen, interakcje, utrata smaku, niewłaściwa temperatura), zawiera praktyczne wskazówki, jak zachować jakość i bezpieczeństwo produktu, odnosi się do produktów takich jak: *#product_type*

Schemat treści:

Maksymalnie 800 znaków, 2 akapity (z tagami `<p></p>`), bez nagłówków, wypunktowań i oznaczeń technicznych,

Styl: bezpośredni, przyjacielski, jakby doradzał specjalista ds. żywienia lub dietetyk, unikaj tonu pouczającego i wypowiedzi w pierwszej osobie.



O Ergonode PIM

Ergonode to nowoczesna platforma PIM zaprojektowana z myślą o ludziach. Ułatwia współpracę zespołów i porządkuje zarządzanie danymi produktowymi, co przekłada się na szybszy rozwój i łatwiejsze skalowanie biznesu. To rozbudowane, a jednocześnie przystępne cenowo rozwiązanie – idealne dla firm, które potrzebują elastycznego systemu klasy enterprise bez wygórowanych kosztów.

Zdobyliśmy zaufanie wielu klientów

