

MISSION 1: UDFORSK DILEMMAERNE VED BRUG AF KUNSTIG INTELLIGENS I EN DIGITAL HANDELSVIRKSOMHED

PRÆSENTATION AF DENNE MISSION

Velkommen til cybermissionen! I denne mission skal I hjælpe virksomheden **SneakPeak** med at implementere ChatGPT i deres kundeservice og markedsføring!



PRÆSENTATION AF CASEVIRKSOMHEDEN

Webshoppen SneakPeak forhandler speciallavede sneakers online. Kunden kan selv bestemme model, farve og materiale, hvorefter SneakPeak laver et par sneakers ud fra kundens design. Virksomheden sælger størstedelen af deres varer i Danmark og deres målgruppe er mellem 15-25 år. SneakPeaks ejer Line vil gerne bruge ChatGPT som et arbejdsværktøj i virksomheden, men ved ikke helt, hvordan de skal komme i gang, og om der vil være ulemper ved at bruge ChatGPT. Hun og resten af SneakPeak har derfor brug for jeres hjælp til at komme i gang.

Virksomheden får rigtig mange henvendelser fra kunder. Cirka halvdelen spørger om generelle ting som farver, størrelser, lagerstatus og leveringstider, mens den anden halvdel har spørgsmål til deres eget design eller deres egen ordre. Størstedelen af kundehenvendelserne kommer efter kl. 18 i hverdage og i weekenderne, hvor kontoret er lukket. Det betyder, at der hver morgen og særligt om mandagen ligger en stor bunke af kundehenvendelser, der skal besvares. Line vil gerne have bragt svartiden ned, så kunderne får svar på deres spørgsmål så hurtigt som muligt, og allerhelst med det samme. Mange af kundehenvendelserne drejer sig om konkrete ordrer. Det betyder, at SneakPeak har oplysninger om kundernes personoplysninger såsom navn, adresse, nummer og mail liggende i deres systemer.

SneakPeak er begyndt at få en del kunder i Tyskland, og vil derfor gerne udvide deres webshop til det tysktalende marked. Virksomheden vil derfor gerne have oversat deres hjemmeside og alle produktbeskrivel-

serne til tysk. Virksomheden har mange produkter og beskrivelser på deres webshop, så det er derfor en stor opgave at få oversat det hele til tysk. Den øgede interesse fra Tyskland betyder også, at flere af kundehenvendelserne er på tysk. Medarbejderen Anne, der tager sig af kundehenvendelser og produktbeskrivelser til hjemmesiden, er ikke så skarp til tysk og hun bruger derfor lang tid på at svare på de tyske kundehenvendelser.

Medarbejderen Morten arbejder med virksomhedens sociale medier. Han skriver bl.a. nyhedsbreve og opslag på virksomhedens Instagramprofil. Morten synes, at hans opslag er begyndt at minde for meget om hinanden, og kunne derfor godt bruge lidt inspiration til tekster og indhold til nyhedsbreve.

I denne mission skal I hjælpe Line og resten af SneakPeaks medarbejdere med at komme i gang med ChatGPT. Jeres resultater skal I præsentere for virksomheden i slutningen af forløbet.

Men først skal vi blive lidt klogere på, hvad ChatGPT egentlig er.

PRÆSENTATION AF EKSPERTER

Du vil undervejs i missionen se videoer med to eksperter. Begge eksperter ved rigtig meget om emnet, og arbejder med det til dagligt. I videoerne herunder vil de to eksperter give dig en kort introduktion til dem selv.



Video 01: Introduktion til ekspert - Maria Skjærven

<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>



Video 02: Introduktion til ekspert - Emilie Lundblad

<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>

HVAD ER GENERATIV AI OG HVOR BLIVER DET BRUGT I DAG?

Først skal vi have styr på, hvad generativ AI er. AI står for "Artificial Intelligence", som på dansk hedder kunstig intelligens.

Emilie vil herunder give dig en kort introduktion til, hvad kunstig intelligens handler om.



Video 03: Hvad er kunstig intelligens

<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>

Emilie nævner "*Machine Learning*", som også kaldes maskinlæring på dansk. Maskinlæring er, når vi mennesker lærer en maskine at gøre noget, som ellers vil kræve, at et menneske gjorde det. Et eksempel på det er, når du handler på en webshop. Du har måske prøvet at se på en vare og også fået andre varer med overskriften "Måske du også er interesseret i disse varer". Det kan maskinen foreslå dig, fordi den er blevet trænet til at genkende mønstre i, hvilke andre varer kunden typisk også er interesseret i.

Kunstig intelligens kan både være mere simple ting, som webshopeksemplet herover eller når du bruger din GPS til at vise dig vej, men det kan også være meget indviklet og komplekst, som ved generativ AI. Maria fortæller i videoen herunder, hvad generativ AI er.



Video 04: Hvad er generativ AI?

<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>

ChatGPT hører ind under betegnelsen generativ AI, da du kan få robotten til at skabe ny tekst til dig. Maria fortæller også om lyd, videoer og billeder, men til disse ting, skal man bruge nogle andre værktøjer end gratisversionen af ChatGPT.

Det vil Maria fortælle mere om her.



Video 05

<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>

Overvej: Kan du allerede nu komme med forslag til, hvordan ChatGPT kan hjælpe SneakPeaks medarbejdere?



Har du lagt mærke til **SneakPeak-logoet** i starten af missionen? Det er lavet med hjælp fra generative AI-værktøjer. SneakPeak findes slet ikke, men er en virksomhed, vi har opdigtet. Vi har bedt ChatGPT om at give ideer til et navn på en virksomhed, der sælger sneakers. Den kom med en masse forslag, hvor vi valgte at gå videre med navnet SneakPeak. Det er et eksempel på, hvordan ChatGPT også er rigtig god til at hjælpe med at idegenerere. Nu havde vi et navn, men manglede et logo. Der brugte vi et andet kunstig intelligens-værktøj til at hjælpe os med, som kun kan lave billeder – smart, ikke?

ChatGPT kunne kun komme op med et virksomhedsnavn fordi vi fortalte den, hvilken type virksomhed, der var tale om. På den måde kunne den skabe nyt indhold ud fra den information, vi gav den. Jo bedre en kommando vi giver ChatGPT, jo bedre et svar får vi fra den.

→ **Generativ AI** betyder, at man får en maskine/robot til at generere – altså skabe noget nyt unikt indhold ud fra den information, man har givet den.

→ **ChatGPT** er et tekstværktøj, som skaber nyt original tekst ud fra den tekst, man skriver til den.



ER ChatGPT DIN NYE KOLLEGA ELLER KONKURRENT?

ChatGPT kan hjælpe dig med opgaver, som er baseret på tekst. I et virksomhedsperspektiv kan det være at skrive nyhedsbreve, opslag på sociale medier, lave kundetilfredshedsundersøgelser, skrive mails, udarbejde produkttekster eller lave søgemaskineoptimering til hjemmesider, så man kommer højere op på Google. Derudover kan man også bruge ChatGPT til at skrive med kunder – du har måske før prøvet at skrive med en Chatbot på en hjemmeside? ChatGPT er trænet på en enorm mængde data, og er udviklet til at kunne føre samtaler med brugeren, så den er markant mere avanceret end en typisk Chatbot. Mulighederne er endeløse, og det kun er fantasien, der sætter grænsen.

Men nu, hvor den kan hjælpe virksomhederne med alle de her opgaver, er der så brug for os mennesker? Ja, det kan du tro! ChatGPT og de andre generativ AI-værktøjer har ikke en menneskelig forståelse ligesom os. Som du allerede har hørt vores eksperter fortælle, baserer ChatGPT sine svar på, hvad den tror er mest sandsynligt, er det rigtige svar. Hvis du spørger den om noget, som den ikke har data på, vil den begynde at digte. Med andre ord – DEN GÆTTER!

Der er ingen tvivl om, at generativ AI, herunder ChatGPT, er kommet for at blive. Men det betyder, at der er brug for medarbejdere, der forstår hvordan de fungerer og kan vurdere, hvilke opgaver der giver god mening at bruge værktøjet til, og endnu vigtigere – hvornår de ikke egner sig. Nogle jobfunktioner vil på sigt blive overtaget af en generativ AI, men det vil også skabe helt nye arbejdsopgaver, som slet ikke findes lige nu.

ChatGPT kommer til at kunne hjælpe rigtig mange virksomheder med at optimere arbejdsprocesser, så medarbejderne kan bruge deres tid på mere komplekse opgaver. Men når virksomheder bare begynder at "lege" med ChatGPT uden at have en forståelse for, hvad det kan og hvad man skal være opmærksom på, kan det gå rigtig galt. Emilie vil fortælle dig om, hvordan virksomheden Samsung har brændt nallerne.



Video 06: Er det gået galt for virksomheder, der har brugt ChatGPT?

<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>

Det er vigtigt altid at huske på, at den information og data, du deler med ChatGPT ejes af virksomheden bag, der hedder OpenAI. Derudover bliver det offentlig tilgængeligt. Man kan desuden ikke få slettet sin data igen, hvis man har fundet ud af, at man er kommet til at dele personfølsomme oplysninger eller virksomhedshemmeligheder, ups...



En tommelfingerregel er, at du ikke skal dele noget med ChatGPT, som du ikke vil have liggende på nettet.

DATAETIK

Hvorfor er det vigtigt at vide noget om dataetik, når vi snakker om ChatGPT? ChatGPT er bygget på data, og al den information du giver den, er også data. I forhold til ChatGPT handler dataetik om, at vi skal indsamle, bearbejde og anvende den data vi både giver og får fra ChatGPT på en ansvarlig, kritisk og reflekteret måde.

Vil du være sikker på, at du bruger ChatGPT på en dataetisk måde, som ikke skader hverken dig, din virksomhed eller virksomhedens kunder, så er der her en tjekliste du kan følge. Kan du sætte et flueben ud for dem alle, bruger du ChatGPT på en god måde.

Der må ikke være personfølsomme eller fortrolige virksomhedsoplysninger i de data, som du deler med ChatGPT (det kræver i så fald samtykke).

Del kun information, som er nødvendig for at ChatGPT kan hjælpe dig med at løse opgaven.

Vær kritisk, hvis du bruger ChatGPT til fortolkning. ChatGPT er nemlig trænet på data, der går langt tilbage, så den kan desværre godt komme med svar der er diskriminerende eller fordomsfulde.

Brug ikke ChatGPT til at træffe beslutninger uden et menneske har været med indover.

Vær gennemsigtig over for virksomhedens kunder, hvis de taler med en robot. Det er vigtigt, at kunden ved, at det ikke er et levende menneske, de chatter med.

Test de svar, som ChatGPT kommer med. Som du allerede nu ved, baserer ChatGPT sine svar udelukkende på, hvad den statistisk set tror, er det rigtige svar. Dens svar kan derfor godt være forkerte eller misvisende. Forholder vi os ikke kritiske til de svar den kommer med, risikerer vi at sprede fake news – altså falsk information.

I videoen herunder vil Maria fortælle dig mere om, hvilke etiske problemstillinger, virksomheder skal være opmærksomme på, hvis de beslutter sig for at erstatte mennesker med en kunstig intelligens.

Video 08: Hvilke etiske problemstillinger er der ved at virksomheder erstatter servicemedarbejdere?
<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>

HUSK, hvis noget er gratis, er du eller virksomheden selv produktet

Nogle virksomheder vælger at investere penge i at få udviklet deres egen mini-version af ChatGPT, som kun bliver fodret med data omkring dem. Men hvad er fordelene ved, at virksomheden investerer i sådan en løsning? Det vil Emilie fortælle dig om i denne video:

Video 07: Er der forskel på om man får udviklet sin egen chatbot eller om man bruger ChatGPT?
<https://cybermissionen.cyberskills.dk/videomateriale2023/>

Overvej: Hvad er der af fordele og ulemper ved, at en virksomhed bruger ChatGPT til kundeservice frem for at få udviklet deres egen Chatbot.

RISIKOVURDERING

Inden du lader ChatGPT hjælpe dig eller en virksomhed, skal du lave en vurdering af, hvilke risici der følger med, når ChatGPT bliver brugt.

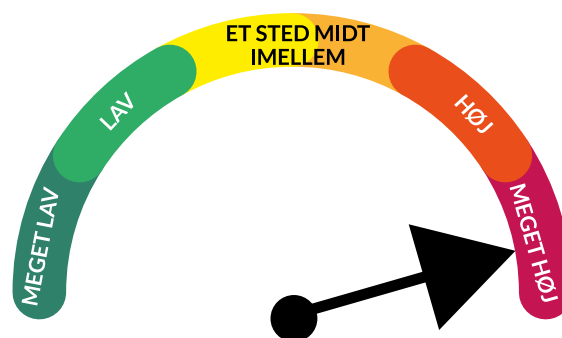
Når man skal lave en risikovurdering, reflekterer man over, hvilke typer af data, ChatGPT skal have for at kunne hjælpe med at løse opgaven eller hvor stor en konsekvens dens svar kan have i en given situation fx for en kunde. Det kan være svært at sige, om der er en lav eller høj risiko forbundet med at inddrage ChatGPT. Følger du tjeklisten fra før, da du læste om dataetik, bevæger du dig i retningen af lav risiko.

Der er altid risici forbundet med at bruge ChatGPT, da vi ikke har fuld kontrol over, hvad der sker med vores data.

Bruger man ChatGPT til fx idegenerering eller til at udarbejde markedsføringstekster, er det begrænset, hvor meget data ChatGPT skal bruge. Skal ChatGPT derimod hjælpe dine kunder med service – det kunne være, hvor langt deres ordre er, vil det kræve at ChatGPT har data på kunden og ordren. Det er langt mere følsomt data, end hvis du skulle have inputs til et nyhedsbrev, hvor du giver ChatGPT information om din virksomhed, som allerede står på jeres hjemmeside.

Forestil dig, at du brugte ChatGPT til at oversætte en jobkontrakt, hvor der blandt andet stod et CPR-nummer og løn. Det er ikke særlig fedt for den pågældende person at have den slags information til at ligge offentlig tilgængelig bagefter.

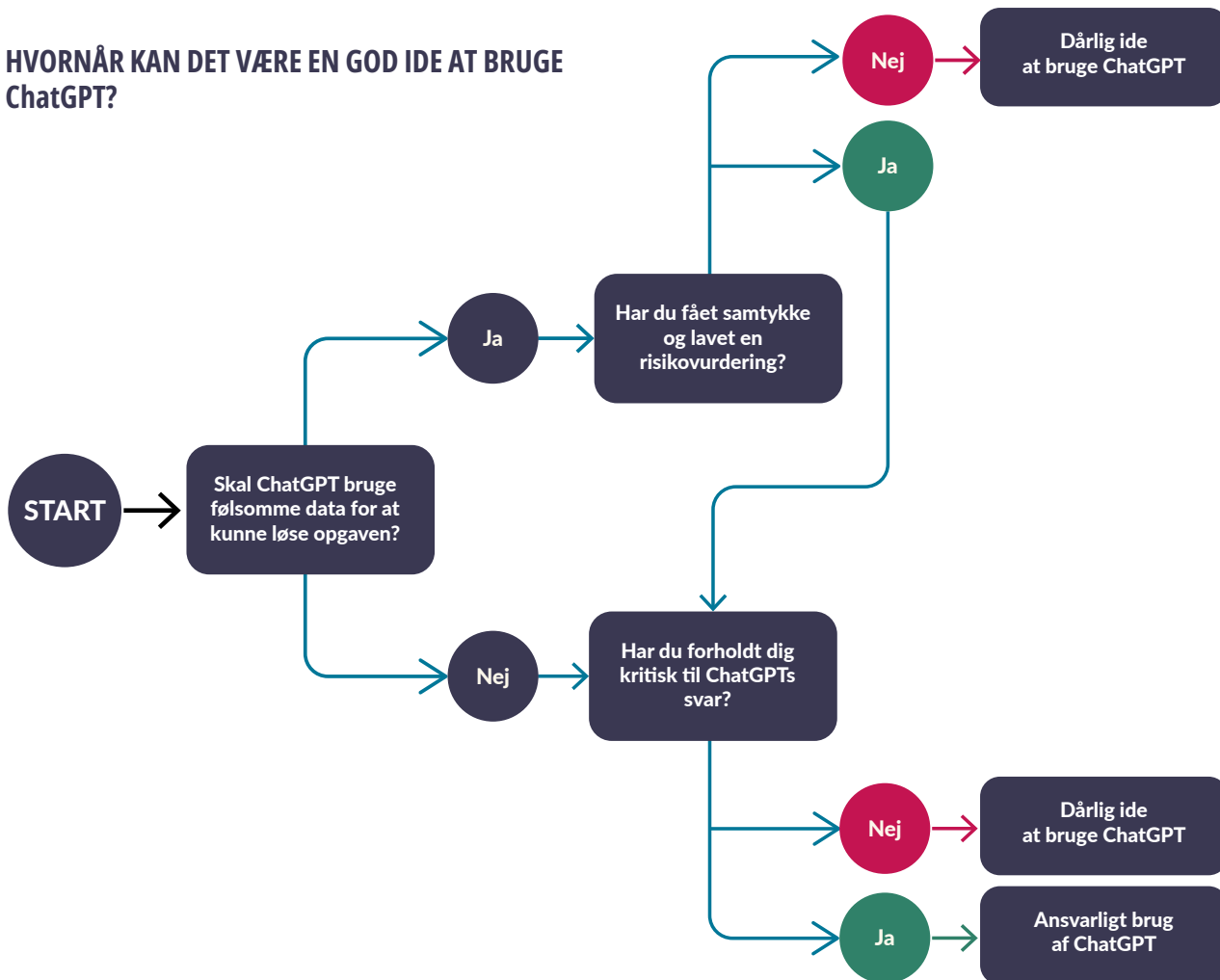
Risikobarometeret nedenfor, kan du bruge som en visuel hjælp. Den kan du bruge, når du skal vurdere, hvor lav eller høj en risiko, der er forbundet med at bruge ChatGPT til at optimere de opgaver, som jeres gruppe vil anbefale SneakPeak at gå i gang med. Husk, at I som gruppe skal kunne argumentere for, hvorfor I har placeret opgaven på barometeret som I har.



Der er nødvendigvis ikke noget galt med at bruge ChatGPT til en opgave med en høj grad af risiko, så længe virksomheden og de involverede medarbejdere forstår at bruge teknologien etisk ansvarligt og tager deres forhåndsregler. Har man ikke arbejdet med ChatGPT før, er det en god idé først at bruge det til at løse lavrisikoopgaver, inden man begiver sig ud i de mere højrisikofyldte, hvor fejlhåndtering af data kan have store konsekvenser.

Det kan være vanskeligt at sætte to streger under, hvornår det er en god idé at gøre brug af ChatGPT og hvornår det er en dårlig idé. Du kan dog bruge illustrationen herunder som en guideline, hvis du er i tvivl.

HVORNÅR KAN DET VÆRE EN GOD IDE AT BRUGE ChatGPT?



OBS! Der er flere faktorer der kan have indflydelse på, hvorvidt det kan være en god eller dårlig idé at bruge ChatGPT. Denne illustration er blot et eksempel.

PRÆSENTATION

I skal nu lave en præsentation til virksomheden SneakPeak. Tag udgangspunkt i de overvejelser, I har gjort jer gennem forløbet.

Præsentationen skal vare ca. 5-10 min. Og skal indeholde følgende:

- En kort forklaring af, hvad generativ AI er.
- En præsentation af hvor og hvordan SneakPeak kan bruge ChatGPT.
 - Kom gerne med konkrete eksempler
 - Her skal I også komme ind på, hvilke risici der er forbundet med jeres anbefalinger.
- En plan over hvilke opgaver, der skal løses hvornår.