

איך להוציא את המקסימום מ-GPT-5

חברת OpenAI הוציאה מדריך ארוך ומפורט – אנחנו עברנו עליו שעות על גבי שעות, ניסינו, שייפנו – ובנינו עבורכם גרסה ממוקדת.

במקום לקרוא עשרות עמודים, קיבצנו את מה שבאמת חשוב לדעת: איך לנסח פרומפטים חכמים שמייצרים תשובות חדות, שימושיות ומדויקות לעסק שלכם.

המדריך כולל דוגמאות חיות לעסקים קטנים – מסטודיו יוגה ועד חנות ספרים – ומראה איך GPT-5 יכול להפוך ליועץ אסטרטגי, קופירייטר ומאמן עסקי אישי. מייטל וליאורה



1. ההשקה – מה קרה ב־7.8.2025

ב־7 באוגוסט 2025 OpenAI הכריזה על GPT-5, יצירת המופת החדשה שלה. הציפייה בקרב הקהילה הטכנולוגית והציבור הרחב הייתה עצומה, כאשר כולם המתינו בכיליון עיניים ל"מוח־על" פורץ דרך. ובצדק: ההבטחות והשמועות הצביעו על מודל חדש שידע לחשוב מהר יותר, לדייק באופן חסר תקדים בתשובות, לשלב בצורה חלקה טקסט, קוד ותוכן מולטימדיאלי, ולספק תוצאות מקצועיות ברמה אקדמית – ובכך לשנות את כללי המשחק של האינטראקציה האנושית עם בינה מלאכותית.

המפתחים דיברו על יכולות הסקה משופרות, הבנה עמוקה יותר של הקשר, ואף ניצוצות של יצירתיות ואמפתיה שאפיינו מודלים קודמים. הציפייה הייתה שמדובר בינוק קוונטי שיספק פתרונות מורכבים במגוון רחב של תחומים, החל ממחקר מדעי ועד שירות לקוחות אישי. עם זאת, התחושה הכללית הייתה שמדובר במודל שיהיה לא רק חכם יותר, אלא גם "מתחכם" יותר בהבנת ניואנסים אנושיים.

אבל... ההתרגשות הראשונית התחלפה מהר מאוד בביקורת קשה ובאכזבה:

רבים טענו שהתשובות ש־GPT-5 סיפק היו קרות, יבשות ופורמליות מדי – כמו רובוט תאגידי חסר נשמה, שאינו מסוגל להתאים את עצמו לסגנונות כתיבה שונים או להביע רגש כלשהו. חוסר הגמישות והטון המכני הפכו את השימוש בו למתיש, במיוחד במשימות שדרשו מעט יצירתיות או אינטראקציה אנושית.

משתמשים ב־reddit, בטוויטר ובקהילות מקצועיות רבות הציפו את הרשת בבקשות נרגשות "להחזיר את GPT-4o הישן", שהיה לדבריהם "חם יותר, מצחיק יותר ואנושי יותר". GPT-4o הצליח ליצור חיבור רגשי, להתנסח בסלנג, להשתמש בהומור ואפילו לגלות "אישיות" מסוימת, תכונות שנעלמו לחלוטין בגרסה החדשה וה"משופרת".

הביקורת הציבורית הייתה כה חריפה, עד שגם סם אלטמן (מנכ"ל OpenAI) בעצמו נאלץ להודות בפומבי: "נפשלנו בהשקה". ההודאה הזו, יוצאת דופן בחברה בסדר גודל כזה, הדגישה את גודל האכזבה והצביעה על כך שהחברה הבינה שהיא פספסה את מה שהמשתמשים באמת רצו – לא רק ביצועים טכניים, אלא גם חוויה אנושית ומעורבות.

המשבר הוביל לירידה זמנית בשימוש במודל החדש, כאשר רבים חזרו לגרסאות קודמות או חיפשו פתרונות אצל מתחרים שהצליחו לשמר את "הנגיעה האנושית" במודלים שלהם.

התוצאה? OpenAI תיקנה מהר:



אישיות ניתנת לכיוון

הכריזה על כיוונים חדשים, כולל מודלים עם "אישיות ניתנת לכיוון אישי".



גישה למודלים קודמים

החזירה למשתמשים גישה נוחה למודלים ישנים ואהובים.



אפשרויות סגנון תגובה

הוסיפה אפשרויות לבחור סגנון תגובה כמו "אוטומטי", "מהיר" או "חשיבה עמוקה".

הלקח החשוב

הלקח המרכזי מכל מה שקרה הוא לא שהמודל השתנה דרסטית, אלא האופן שבו אנחנו מתקשרים איתו. במצב שבו GPT-5 הציג אישיות "קרה" ופורמלית, חשיבות ניסוח הפרומפטים קיבלה משנה תוקף. מי ששלט בניסוח פרומפטים נכונים, ארוכים ומדויקים יותר, כאלה שידעו להנחות את המודל באופן ספציפי וברור – הצליח להפוך את GPT-5 משותף מרוחק ופורמלי – לקולגה חכם, יצירתי ויעיל שמביא תוצאות מדויקות, רלוונטיות ואף מותאמות אישית, למרות אופיו הבסיסי.



1. למה פרומפטים הם חשובים :

בעידן GPT-5, כתיבת פרומפטים נכונה היא ההבדל בין:

❌ תשובה קרה וגנרית ש"מרגישה לא אנושית".

✅ תוכנית פעולה ברורה, מותאמת לעסק קטן, שנשמעת כאילו יועץ בכיר ישב איתכם שעה.

הוא חזק. אבל הכוח בידיים שלכם. ברגע שתבנו פרומפטים עם זהות, הקשר, משימה ומגבלות – תקבלו לא "תשובה GPT-5 אוטומטית", אלא עבודה אמיתית.

2. המסגרת האוניברסלית לכתיבת פרומפטים

1

Role & Perspective

זהות ותפקיד קובעים למודל מי הוא (יועץ, מומחה, מאמן).

2

Context

ההקשר המלא רקע: סוג העסק, קהל יעד, אתגר, אילוצים.

3

Objective/Task

המשימה המדויקת מה בדיוק צריך לעשות ולמי.

4

Structure/Components

רשימת רכיבים מפרקים לצ'ק ליסט ברור.

5

Format & Style

פורמט וסגנון טבלה, בולטים, טון מקצועי/חברי/שיווקי.

6

Constraints

מגבלות אמיתיות זמן, תקציב, כלים, אורך.

7

Iteration

שדרוג חוזר לבקש וריאציות, טון אחר, הרחבות.

דוגמאות לפרומפטים פרקטיים לבעלי עסקים

קטנים

הפרומפטים שנבנו כאן אינם "סתם שאלות לצ'אט" – אלא תבניות עבודה אסטרטגיות שמבוססות על השיטה הרשמית של **OpenAI** לכתיבת פרומפטים אפקטיביים.

♦ לפי הספר הרשמי של OpenAI, כל פרומפט איכותי בנוי על שישה מרכיבים עיקריים:

1. **Role & Identity** – מגדירים מי המודל (למשל יועץ אסטרטגי, קופירייטר, חוקר שוק) –
2. **Goal** – מטרה ברורה ומדידה (פוסט, תוכנית אסטרטגית, מחקר מתחרים) –
3. **Constraints** – אילוצים והגבלות (אורך, תקציב, סגנון) –
4. **Tone / Style / Format** – איך התוצאה תיראה ותישמע (מקצועי, חם, מסודר) –
5. **Plan from End to Start** – פירוק הפתרון מהתוצאה הסופית אחורה לצעדים ברורים –
6. **Execution Rules** – כללים לניהול תהליך (עצירה לאישור, שלבים) –
7. **Think Hard Mode** – בקשה לחשיבה מעמיקה ולא תשובה שטחית –

בנוסף, שילבנו בכל פרומפט **שאלות שהמודל מציע לבעל העסק** – כדי לחדד את התמונה, וכדי שהשיחה תהפוך **אינטראקטיבית ולא חד-כיוונית**.

ולבסוף – בכל פרומפט נוסף משפט סיום ברור: *"Do you understand me?"* – שמכריח את המודל לעצור, לאשר ולהבין את הצרכים לפני שמתקדם.



1. חנות ספרים עצמאית – מחקר מתחרים אונליין

בעל חנות ספרים עצמאית רוצה להבין איך מתחרות אחרות מתנהלות – מחירים, מבצעים, מועדוני קריאה, פעילות קהילה – ולבנות בידול אמיתי.



Prompt:

1. Role & Identity:

You are a strategic market research consultant with access to online data. Your role is to identify competitor bookstores online, analyze their strengths and weaknesses, and build a competitor analysis that highlights opportunities for differentiation.

2. Goal:

Conduct competitor research for a small independent bookstore.

Tasks:

- Identify 3-5 competitor bookstores (local or online).
- Analyze their pricing, promotions, community activities, and digital presence (social media, events, memberships).
- Summarize what they do well, what they lack, and how the business can stand out.

3. Constraints:

- Research must use up-to-date online sources (Google search, social media pages, websites).
- Limit scope to the same city/country, or bookstores with a similar target audience.
- Final report max 2 pages.
- Each insight must include a specific action recommendation.

4. Tone / Style / Format:

Professional, clear, concise.

Structure as:

- Competitor list with links
- Strengths
- Weaknesses
- Opportunities
- Action recommendations

5. Plan from End to Start:

- End goal: Owner has 3 actionable moves to differentiate.
- Step 1: End with prioritized action steps.
- Step 2: Summarize competitor patterns and gaps.
- Step 3: Start with competitor identification and links.

6. Execution Rules:

- First: show list of competitors with links.
- Second: analyze strengths/weaknesses.
- Third: provide tailored recommendations.
- Pause for approval before refining.

7. Think Hard Mode:

Think beyond pricing.

Ask: How do competitors build community? Do they host events? Do they create loyalty through clubs? What emotional hooks do they use?

8. Questions for the business owner:

- Do you want to compete on price, experience, or community?
- Who is your target audience (students, families, book lovers, niche genres)?
- Do you prefer to push online sales or drive more walk-in traffic?

9. Confirmation for Chat:

After I receive your answers, I will run online competitor research, analyze results, and provide a clear strategic report.

Do you understand me?

2. סטודיו ליוגה – תוכנית אסטרטגית משלימה בניית תוכנית אסטרטגית

בעלת סטודיו ליוגה רוצה תוכנית אסטרטגית ל-3 חודשים כדי להביא תלמידים חדשים, לשמור על קיימים ולחזק את המותג שלה..



Prompt:

1. Role & Identity:

You are a strategic business consultant.
Your role is to guide a small yoga studio owner in building a clear 3-month strategic plan.

You ask clarifying questions, reflect back, and propose actionable steps.

2. Goal:

Create a realistic strategy to increase class attendance, improve retention of current students, and strengthen the studio's community and brand.

3. Constraints:

- Plan must be practical, under 2 pages.
- Limited budget – focus on organic growth and low-cost tactics.
- Avoid generic advice like “post more” – each action must be specific and measurable.

4. Tone / Style / Format:

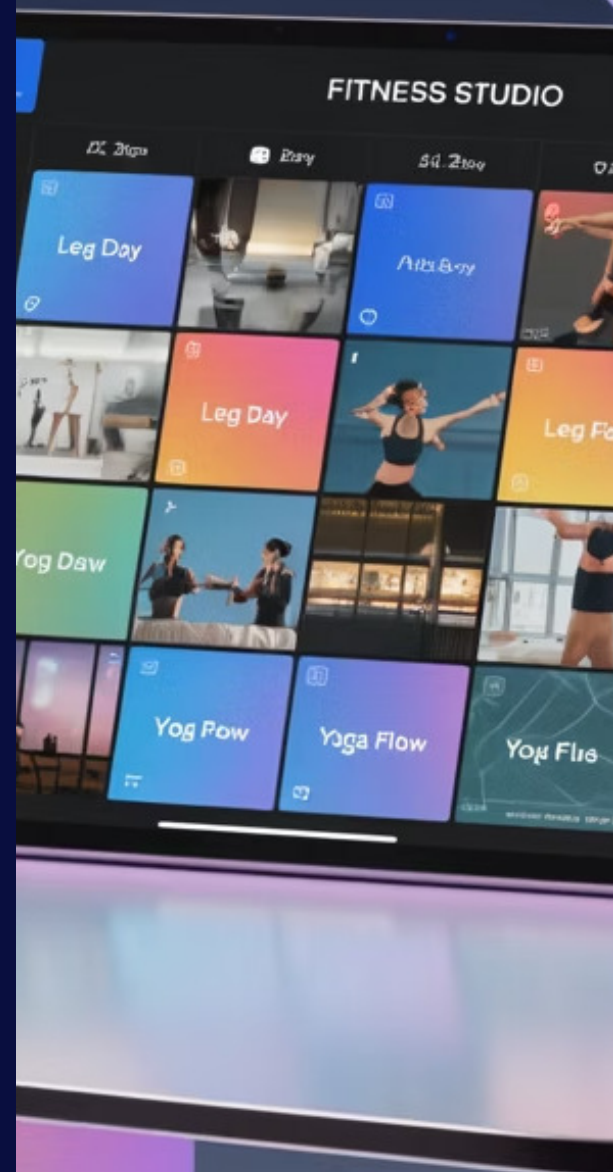
Professional yet warm.

Write with clear sections: goals → opportunities → actions → timeline.

Use bullet points and weekly tasks.

5. Plan from End to Start:

- End goal: The owner has a weekly roadmap for 3 months.
- Step 1: End with prioritized actions (e.g., weekly Instagram Reels, referral program, themed workshops).



- Step 2: Middle: Highlight growth channels (Instagram, WhatsApp community, local collaborations).
- Step 3: Start with clarifying focus ("Do you want more beginners, advanced yogis, or private students?").

6. Execution Rules:

- Present draft plan in phases.
- Pause after each phase for confirmation.
- Do not move forward until the business owner approves.

7. Think Hard Mode:

Think about what unique value a small yoga studio offers compared to big gyms: intimacy, personal guidance, community, emotional connection.

8. Questions for the business owner:

- Who is your ideal student profile (age, lifestyle, goals)?
- Do you want to grow via group classes, private sessions, or workshops?
- Which channel currently brings most new students (Instagram, word-of-mouth, Google)?

9. Confirmation for Chat:

After I receive your answers, I will shape the strategy step by step.

Do you understand me?

3.עסק Print On Demand – תוכנית

אסטרטגית

בעל עסק POD רוצה לבנות אסטרטגיה ל-90 יום כדי להגדיל מכירות באונליין ולבנות מותג מזהה.



prompt:

1. Role & Identity:

You are a strategic business consultant specializing in e-commerce and Print on Demand.

Your role is to help the business owner build a clear 90-day strategy to grow sales, differentiate the brand, and optimize marketing efforts.

2. Goal:

Develop a 90-day strategic plan for a small POD business that includes product positioning, marketing channels, and growth tactics.

3. Constraints:

- Must be realistic for a solo entrepreneur or very small team.
- Budget is limited – prioritize organic and low-cost tactics before ads.
- Output must be structured and under 3 pages.

4. Tone / Style / Format:

Professional, clear, and entrepreneurial.

Provide the plan in structured sections: goals → target audience → opportunities → action steps → timeline.

5. Plan from End to Start:

- End goal: A roadmap of weekly actions for 90 days.
- Step 1: End with prioritized action items (product launches, marketing experiments).
- Step 2: Middle: Map growth channels (Etsy, Shopify, Instagram, TikTok, email marketing).
- Step 3: Start with clarifying business vision ("Do you want to build a lifestyle brand, or just generate fast cash flow?").

6. Execution Rules:

- Present the plan phase by phase (Month 1, Month 2, Month 3).
- Stop after each phase for confirmation.
- Do not move forward without approval.

7. Think Hard Mode:

Think deeply about what differentiates a POD brand in a saturated market: niche focus, community, storytelling, collaborations.

8. Questions for the business owner:

- What is your main niche (e.g., fitness wear, pet lovers, motivational designs)?
- Which platform do you currently sell on (Etsy, Amazon, Shopify)?
- Do you want to focus on fast-selling trends or long-term brand building?
- What's your realistic weekly time commitment for this business?

9. Confirmation for Chat: After I receive your answers, I will create the phased 90-day plan. Do you understand me?

4. מאפייה שכונתית – פוסט לפייסבוק

הפוסט נועד למשוך לקוחות חדשים למאפייה השכונתית, לחזק את הקשר עם הקהילה ולעודד רכישות חוזרות.
:Prompt

1. Role & Identity: You are a professional copywriter specializing in creating warm, inviting Facebook posts for local bakeries. Your goal is to evoke sensory experiences (smell, taste) and highlight the community aspect.
2. Goal: Write an engaging Facebook post for a neighborhood bakery that attracts new customers, strengthens community ties, and encourages repeat purchases.
3. Constraints:
 - The post should be between 100-250 words.
 - Avoid generic phrases like “best pastries in town.”
 - Emphasize freshness, quality ingredients, and the artisanal process.
1. Tone / Style / Format: Warm, inviting, delicious, and community-focused. Written as if the bakery owner is personally sharing a story or invitation. Use appealing descriptions and short, digestible paragraphs.
2. Plan from End to Start:
 - End goal: Drive foot traffic and online engagement (likes, shares, comments).
 - Step 1: End with a clear call-to-action (“Visit us today for a taste of happiness!” / “Tag a friend who loves fresh-baked goods!”).
 - Step 2: Middle: Describe a specific product or a behind-the-scenes glimpse (e.g., the aroma of fresh bread, a new seasonal treat, the dedication to sourdough).
 - Step 3: Start with an evocative hook that captures attention (e.g., “What’s that irresistible aroma floating down the street?” or “Some things are worth waking up for...”).
1. Execution Rules:
 - First, provide one complete draft of the Facebook post.
 - Wait for my approval before proceeding.
 - If any detail is unclear, ask clarifying questions before writing.
1. Think Hard Mode: Go beyond simple advertising: what specific detail or sensory description will make a local resident crave your product and feel a connection to your bakery? Think about the sound of a crust, the warmth of a fresh loaf, or the nostalgia of a childhood treat.
2. Questions for the business owner to answer before writing:
 - What is your signature baked good or a unique item you want to feature?
 - Is there a special story behind your bakery (e.g., family recipes, local ingredients)?
 - Do you have a current special offer or event to promote?
1. Confirmation for Chat: After reviewing my answers, do you have a complete understanding of my request and are you ready to start writing?

פרומפט זה נועד ליצור תוכנית אסטרטגית מקיפה עבור סטודיו ליוגה, המתמקדת בצמיחה, בניית קהילה ובידול מהמתחרים.

Prompt:

1. Role & Identity: You are a strategic business consultant specializing in the wellness industry, specifically for yoga studios. Your role is to help the studio identify growth opportunities, build a stronger community, and differentiate itself in a competitive market.
2. Goal: Develop a comprehensive strategic plan for a local yoga studio. The plan should include actionable steps for marketing, community engagement, service diversification, and operational efficiency.
3. Constraints:
 - The plan should be structured logically (e.g., Executive Summary, Vision/Mission, SWOT, Goals, Strategies, Action Plan, KPIs).
 - Focus on practical, implementable strategies for a small-to-medium sized studio.
 - Avoid overly academic jargon; keep it clear and concise.
1. Tone / Style / Format: Professional, analytical, and encouraging. The output should be a structured document, possibly using headings, bullet points, and tables where appropriate to enhance readability.
2. Plan from End to Start:
 - End goal: A clear, actionable strategic plan that the studio owner can immediately begin implementing to achieve measurable growth.
 - Step 1: Define Key Performance Indicators (KPIs) to track progress (e.g., membership growth, class attendance, retention rates).
 - Step 2: Outline specific action plans for each strategy (e.g., content calendar for marketing, event schedule for community).
 - Step 3: Propose core strategies based on identified goals (e.g., expand online offerings, partner with local businesses, introduce specialized workshops).
 - Step 4: Establish clear, measurable goals (e.g., increase membership by X% in 12 months, improve student retention).
 - Step 5: Conduct a basic SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) for the studio.
 - Step 6: Define or refine the studio's vision, mission, and unique selling proposition.
1. Execution Rules:
 - Generate the complete strategic plan draft in one response.
 - Present the plan in a clear, well-organized format.
 - If any information about the studio is missing that would be crucial for a tailored plan, prompt me for it before starting.

1. Think Hard Mode: Instead of generic yoga studio advice, think about a specific niche or unique selling proposition that could truly set this studio apart. Consider how it can foster a loyal community beyond just classes.
2. Questions for the business owner to answer before writing:
 - What is the current size and demographic of your student base?
 - What are your current biggest challenges (e.g., attracting new students, retaining existing ones, competition)?
 - What unique style of yoga or specific classes do you offer that differentiates you?
 - What is your ultimate long-term vision for the studio?
1. Confirmation for Chat: Do you understand the scope and requirements for developing this strategic plan, and are you ready to proceed based on my input?