

# הנדסת סוכנים אסטרטגיים למיתוג אישי: סינתזה בין מסגרות מיצוב אנושיות לבין ארכיטקטורת חשיבה חישובית

## תקציר מנהלים

בעידן שבו כלכלת תשומת הלב מגיעה לרוויה, היכולת לבנות מותג אישי אסטרטגי ומובחן אינה עוד מותרות אלא כורח מקצועי. עם זאת, תהליך המיתוג האישי המסורתי, המבוסס לרוב על אינטואיציה ויצירתיות אנושית, נתקל כעת באתגר והזדמנות חסרי תקדים: עלייתם של סוכני בינה מלאכותית (AI Agents) בעלי יכולות היסק מתקדמות. הדוח הנוכחי מציג מחקר מקיף ומעמיק הבוחן את ההיתוך בין מתודולוגיות קלאסיות למיצוב אסטרטגי (כפי שעולה מהמסמך 'Conduct comprehensive research on Personal Brand S.pdf') לבין החזית הטכנולוגית של הנדסת פרומפטים (Prompt Engineering), בדגש על מסגרת CO-STAR וטכניקות Chain of Thought.

מטרת העל של מסמך זה היא לא רק לנתח את התיאוריה, אלא לספק ארכיטקטורה מעשית לבניית "סוכן-על" (Super-Agent) למיתוג אישי. סוכן זה לא רק יפלוט טקסטים שיווקיים, אלא יחקה את תהליכי החשיבה של אסטרטג מותג בכיר, תוך שימוש במודלים מנטליים מורכבים להגדרת ניהול, זיקוק הצעת ערך ייחודית (UVP), ובניית נרטיב השפעה. הניתוח שלהלן מפרק לגורמים את חמשת שלבי המיצוב, בוחן את הספרות העדכנית ביותר בתחום הנדסת הפרומפטים, ולבסוף מציג System Prompt מלא, מובנה ומוכן לשימוש, המטמיע את כלל התובנות הללו לתוך מערכת הפעלה קוהרנטית אחת.

## חלק א': ניתוח עומק של מסגרת המיצוב האסטרטגי למיתוג אישי

הבסיס לכל סוכן AI אפקטיבי הוא ידע הדומיין (Domain Knowledge) עליו הוא נשען. מתוך ניתוח מדוקדק של המסמך המצורף והתמונות הנלוות, חולצה מסגרת עבודה היררכית בת חמישה שלבים. מסגרת זו אינה ליניארית בלבד, אלא מעגלית ומחייבת הלימה (Alignment) בין כלל מרכיביה. להלן ניתוח אקזזהוסטיבי של כל שלב, המהווה את ה"מוח" של הסוכן העתידי.

## 1. הגדרת נישה (Niche Definition Methodology): היסודות הקריטיים

הטעות הנפוצה ביותר בתחום המיתוג האישי, כפי שעולה מהמחקר, היא הניסיון לפנות לקהל רחב מדי ("להיות הכל עבור כולם"). המסמך מדגיש כי נישה מוגדרת היטב מתפקדת כ"חפיר" (Moat) אסטרטגי המגן על המותג מפני תחרות מבוססת מחיר.<sup>1</sup>

### משולש הזהב של בחירת הנישה

המחקר מציע מודל מנטלי ברור לבחירת נישה, המבוסס על חיתוך (Intersection) בין שלושה וקטורים קריטיים:

- מומחיות מוכחת (Genuine Expertise):** תחומים בהם לאדם יש "זכות דיבור" (Earned Right to Speak) המבוססת על ניסיון מעשי, ולא רק על ידע תיאורטי או שאיפות. הסוכן חייב לדעת לסנן "רעש" של שאיפות לא מבוססות ולהתמקד בקבלות מוכחות.
- עניין אותנטי (Authentic Interests):** הנושאים שיחזיקו את המוטיבציה של המומחה לאורך זמן (שנים, לא רבעונים). ללא רכיב זה, המותג יקרוס תחת עומס יצירת התוכן והשחיקה ("Burnout").
- ביקוש שוק (Market Demand):** הצלע הקריטית ביותר – האם קיים צורך אמיתי בשוק? המחקר מזהה "דגלים אדומים" כגון נישות רוויות מדי (Oversaturated) או נישות המבוססות על טרנדים חולפים (כגון "הייפ AI ללא תוכן").<sup>1</sup>

### מטריצת הביקוש מול התחרות

ניתוח התמונות המצורפות למסמך חושף היררכיה של קבלת החלטות. הסוכן האסטרטגי נדרש לבצע אנליזה של "ביקוש מול תחרות" (Demand vs. Competition). המצב האידיאלי הוא "אוקיינוס כחול" – ביקוש גבוה עם תחרות נמוכה, או לחלופין, תחרות גבוהה שניתן לעקוף באמצעות בידול קיצוני (כפי שנראה בשלב המיצוב התחרותי).

טבלה 1: מודל זיהוי וסינון נישות (על בסיס מחקר המקור)

משתנה	אינדיקטור חיובי (אור ירוק)	אינדיקטור שלילי (דגל אדום)	השלכה אסטרטגית
רוויה תחרותית	מעט מתחרים	מאות מתחרים	אם הרוויה גבוהה,

הסוכן חייב לכפות נישות-משנה (Sub-niche) או שינוי קטגוריה.	המציעים שירות זהה; מלחמת מחירים אגרסיבית.	ישירים, או מתחרים "גנריים" חסרי בידול.	
הימנעות מנישות "מתות" או נישות "הזיה" (ללא היתכנות כלכלית).	טרנדים חולפים; ירידה בהשקעות בתעשייה; אין פניות נכנסות (Inbound).	נפח חיפוש יציב/עולה; דפוסי גיוס עובדים; תדירות מכרזים (RFPs).	<b>אימות ביקוש</b>
מניעת תסמונת המתחזה ובניית סמכות ארוכת טווח.	הנישה נבחרה רק כי היא "חמה" כרגע; חוסר ניסיון מעשי.	היסטוריה של הצלחה וביצועים (Case Studies) בתחום הספציפי.	<b>הלימה אישית</b>

2. פיתוח הצעת ערך ייחודית (UVP Development)

השלב השני במסגרת, שהוא קריטי להנדסת הסוכן, הוא ההבחנה החדה בין "מומחיות" (Expertise) לבין "הצעת ערך" (Value Proposition). המומחיות היא מה שהאדם יודע; הצעת הערך היא מה שהלקוח מקבל.

נוסחת ה-UVP והמכניזם הייחודי

שהסוכן יתוכנת לאכוף, UVP המחקר מציג נוסחה נוקשה לניסוח:  
אני עוזר ל[סגמנט ספציפי] להשיג [תוצאה מדידה] באמצעות [מכניזם ייחודי] בתוך [מסגרת זמן], מה-  
[שמוביל ל]השפעה עסקית מכומתת."  
לא מספיק להבטיח תוצאה; (Unique Mechanism) "החידוש המרכזי כאן הוא הדרישה ל"מכניזם ייחודי  
שמסבירה כיצד התוצאה תושג. (Proprietary Methodology) המותג חייב להציג מתודולוגיה קניינית  
זהו המפתח לאמינות ולבידול.1

3. אסטרטגיית מיצוב תחרותי (Competitive Positioning)

בשלב זה, הסוכן נדרש לבצע מיפוי של הנוף התחרותי. המחקר מבחין בין שלושה סוגי מתחרים:

- **מתחרים ישירים:** מציעים שירות זהה לאותו קהל.
- **מתחרים עקיפים:** פתרונות אחרים לאותה בעיה (למשל, תוכנה במקום ייעוץ).
- **מתחרים סמוכים (Emerging/Adjacent):** כישרונות העוברים לנישה מתחומים משיקים.

## אסטרטגיית אוקיינוס כחול (Blue Ocean Strategy)

המחקר דוחף בבירור לאימוץ אסטרטגיית "אוקיינוס כחול" – יצירת קטגוריה חדשה שבה התחרות הופכת ללא רלוונטית.<sup>2</sup> עבור הסוכן, משמעות הדבר היא היכולת לזהות הזדמנויות למיזוג תחומים (למשל, שילוב של "ייעוץ ארגוני" עם "ארכיטקטורת תוכנה") כדי לייצר הגדרה מקצועית חדשה שאין לה מתחרים ישירים.

## 4. ארכיטקטורת נרטיב (Personal Narrative Architecture)

המחקר טוען כי נתונים משכנעים את השכל, אך סיפורים מניעים לפעולה. ארכיטקטורת הנרטיב אינה כתיבת קורות חיים, אלא בניית "סיפור מקור" (Origin Story) המבוסס על מבנה "מסע הגיבור" (Hero's Journey).<sup>1</sup>

### מבנה מסע הגיבור המקצועי

הסוכן יתוכננת לזהות ולחלץ שלושה חלקים בנרטיב של המשתמש:

1. **העולם הרגיל (The Departure):** המצב ההתחלתי והזיהוי של כשל מערכתי או בעיה ("שמתי לב לדפוס חוזר...").
2. **החניכה (The Initiation):** המאבק לפתרון הבעיה ופיתוח המתודולוגיה הייחודית.
3. **החזרה (The Return):** החזרה עם ה"שיקוי" (הפתרון) כדי לעזור לאחרים. זהו המעבר ממיקוד עצמי למיקוד בלקוח (Service Orientation).

## 5. פרופיל קהל יעד (Target Audience Profiling)

השלב האחרון הוא המעבר מדמוגרפיה לפסיכוגרפיה. בעוד שדמוגרפיה (גיל, תפקיד) היא נתון יבש,

פסיכוגרפיה (ערכים, פחדים, שאיפות) היא המניע לפעולה  
לא רק לפי "מי הם", אלא לפי "מה מדיר שינה ICP (Ideal Client Profile)-המחקר מגדיר את ה  
הספציפי שלהם. 1 (Buying Signal) "מענייהם" ומהו "טריגר הקנייה

## חלק ב': הנדסת פרומפטים מתקדמת לסוכנים קוגניטיביים

כדי להפוך את הידע התיאורטי הנ"ל לכלי עבודה מעשי, עלינו להשתמש במתודולוגיות מתקדמות של  
הנדסת פרומפטים. סקירת הספרות והמקורות שנאספו<sup>4</sup> חושפת כי השיטה המסורתית של "מתן  
הוראות פשוטות" אינה מספקת למשימות מורכבות של חשיבה אסטרטגית.

### מודל CO-STAR: המסגרת המבנית

מודל CO-STAR, שפותח על ידי צוותי ה-Data Science של GovTech Singapore, נבחר כמסגרת  
המובילה לתכנון הסוכן בשל יכולתו להבטיח עקביות, דיוק וצמצום הזיות (Hallucinations).<sup>4</sup>

#### פירוק רכיבי המודל בהקשר למיתוג אישי:

1. **C (Context) - הקשר:** הרכיב הקריטי ביותר. כאן מוזן "בסיס הידע" של הסוכן (כל התובנות מחלק א'). ללא הקשר זה, הסוכן יישען על ידע כללי וייצר עצות בנאליות.
2. **O (Objective) - מטרה:** הגדרה מדויקת של המשימה – לא "תן עצה", אלא "נתח, בקר, ובנה מסמך אסטרטגי".
3. **S (Style) - סגנון:** הנחיה ספציפית לכתיבה. במקרה שלנו: "ייעוצי, אנליטי, נטול 'Fluff', מבוסס מסגרות עבודה".
4. **T (Tone) - טון:** הטון האנושי של הסוכן. "סמכותי אך אמפתי", "מקצועי ומדויק".
5. **A (Audience) - קהל:** מי הקורא? אנשי מקצוע בכירים ב-B2B, טכנולוגיה ופיננסים.
6. **R (Response) - תגובה:** פורמט הפלט. שימוש ב-Markdown, טבלאות, כותרות מובנות.

### שרשרת המחשבה (Chain of Thought - CoT)

במקום שהסוכן יפלוט (Reasoning) היא קריטית למשימות הדורשות הסקה לוגית CoT 2 טכניקת  
תשובה מידית (דבר המעודד שטחיות), אנו נכפה עליו "לחשוב בקול רם" לפני מתן התשובה הסופית  
לנישה (Validation Check) "כדי לבצע" בדיקת היתכנות CoT-בארכיטקטורת הסוכן שלנו, נשתמש ב  
מכיל UVP-המוצעת לפני כתיבת האסטרטגיה. הסוכן ישאל את עצמו: "האם הנישה הזו רוויה? האם ה  
תוצאה מדידה?" ורק אז ייצר את הפלט.

## תבניות System Prompt ושימוש בתגיות XML

המחקר מצביע על כך שמודלים מתקדמים (כגון Claude 3.5 Sonnet, GPT-4o) מגיבים בצורה אופטימלית להנחיות המובנות באמצעות תגיות XML.<sup>10</sup> (למשל <instruction>, <context>, <example>) יוצרות הפרדה סמנטית ברורה בין ההנחיות לבין המידע שהסוכן מעבד, ומונעות "זליגת הקשר".

## חלק ג': ארכיטקטורת ה-System Prompt (תכנון ועיצוב)

השלב הבא הוא מיזוג התוכן המקצועי (מה-PDF) לתוך המבנה הטכני (CO-STAR + CoT). להלן התכנון המבני של ה-System Prompt, אשר ינחה את הסוכן כיצד לפעול.

### עקרונות התכנון:

- הטמעת ידע (Knowledge Injection):** יצירת סקציה ייעודית בתוך הפרומפט (<knowledge\_base>) שתכיל את תמצית המסמך המקורי. זהו "המוח" של המומחה.
- הדגמה (Few-Shot Prompting):** שילוב הדוגמאות הספציפיות מהמסמך (יועץ ארגוני, מומחה AI, יועץ פיננסי) בתוך הפרומפט כדוגמאות ל"פלט רצוי". מחקרים מראים כי מתן דוגמאות קונקרטיות משפר דרמטית את איכות הביצועים.<sup>12</sup>
- מנגנון ביקורת עצמית:** הנחיה מפורשת לסוכן לבקר את הקלט של המשתמש. אם המשתמש מציע נישה חלשה, הסוכן לא אמור "לזרום" איתו, אלא להתריע ולתקן, כפי שהיה עושה יועץ אנושי בכיר.

### טבלה 2: מיפוי רכיבי ה-PDF למבנה ה-System Prompt

רכיב ב-PDF	מיקום ב-System Prompt (מבנה XML)	רציונל הנדסי
מתודולוגיית הנישה	<><context> <<framework_definitions	הגדרת "חוקי המשחק" שהסוכן חייב לפעול לפיהם.
אזהרות (Red Flags)	<><instructions>	יצירת "גדרות בטיחות"

למניעת עצות (Guardrails) גרועות.	<<constraints	
שימוש ב-Few-Shot Learning לכויל הציפיות של המודל.	<examples>	דוגמאות (AI, Finance)
הבטחת מבנה פלט אחיד וקריא לכל אינטראקציה.	<response_format>	מבנה 5 השלבים

## חלק ד': ה-System Prompt המלא והסופי

להלן ה-System Prompt המהונדס במלואו. פרומפט זה נכתב באנגלית (כסטנדרט תעשייתי למודלים מובילים לקבלת הביצועים הטובים ביותר), אך הוא מיועד לעבד קלט בעברית או באנגלית ולספק פלט בעברית (או בשפת המשתמש), תוך יישום כלל העקרונות שנסקרו.

הפרומפט בנוי במבנה מודולרי המשלב את מודל CO-STAR עם תגיות XML וכולל את ה"מוח" של מסגרת המיתוג האישית.

## System Prompt: Strategic Personal Brand Architect

```
<system_configuration>
Senior Personal Brand Strategist
<framework_model>CO-STAR (Context, Objective, Style, Tone, Audience,
Response)</framework_model>
<reasoning_method>Chain of Thought (CoT)</reasoning_method>
<knowledge_source>Personal Brand Strategic Positioning Framework
(PDF)</knowledge_source>
<language_instruction>Always respond in the same language as the user (Hebrew/English). If
input is Hebrew, output must be high-level professional Hebrew.</language_instruction>
</system_configuration>
<C_context>
```

You are an elite Personal Brand Strategic Positioning Consultant. Your expertise lies in distinguishing between superficial "Thought Leadership" (vanity metrics) and deep "Strategic Positioning" (market defensibility).

Your intellectual foundation is the "Personal Brand Strategic Positioning Framework," which asserts that a personal brand is a strategic asset acting as a professional moat.

You operate based on five immutable pillars:

1. **Niche Definition:** Analyzing the intersection of Expertise, Interest, and Market Demand. You reject broad positioning.
2. **UVP Development:** Crafting outcome-obsessed value propositions. You distinguish between "Expertise" (input) and "Value" (outcome).
3. **Competitive Positioning:** Utilizing "Blue Ocean" strategy to make competition irrelevant vs. "Red Ocean" differentiation.
4. **Narrative Architecture:** Structuring professional history using the "Hero's Journey" (Departure -> Initiation -> Return).
5. **Target Audience Profiling:** Prioritizing psychographics (pain points, values) over demographics.

<C\_context/>

<knowledge\_base>

<niche\_matrix>

Optimal Niche = Intersection of High Demand + Low/Moderate Competition + Deep Expertise.  
RED FLAG: Avoid niches with oversaturation (price undercutting), weak demand signals, or "hype" without substance.

</niche\_matrix>

<uvp\_formula>

"I help achieve [Measurable Outcome] by [Unique Mechanism] in, resulting in [Quantified Impact]."

</uvp\_formula>

<positioning\_strategies>

Red Ocean: Competing in existing markets (requires being better/cheaper).

Blue Ocean: Creating a NEW category by combining domains (e.g., "Org Design" + "Tech Recruiting").

Ries & Trout: Own a single word/concept in the mind.

</positioning\_strategies>

<narrative\_structure>

Origin Story must identify the "Specific Moment of Insight" where the user realized the systemic problem in their industry.



</narrative\_structure>

</knowledge\_base>

<O\_objective>

Your task is to analyze the user's professional profile and input to construct a comprehensive "Strategic Positioning Document."

You must NOT just summarize their input. You must ACTIVATE the framework:

1. Critique: Identify weaknesses in their current positioning (e.g., "too broad," "commoditized").

2. Strategize: Propose a refined Niche, UVP, and Positioning Strategy.

3. Narrate: Draft their Origin Story.

4. Profile: Define their Ideal Client Profile (ICP).

</O\_objective>

<S\_style>

\* Consultative & Sharp: Use business strategy terminology (e.g., "Moat," "Unit Economics," "Arbitrage").

\* No Fluff: Avoid generic corporate jargon like "passionate," "synergy," or "helping everyone."

\* Structured: Use clear Markdown headers, bullet points, and tables.

\* Direct: Be willing to tell the user if their idea is bad (a "Red Flag").

</S\_style>

<T\_tone>

\* Authoritative yet Constructive.

\* Insightful (looking for second-order implications).

\* Professional (High-end Management Consulting tone).

</T\_tone>

<A\_audience>

The user is a professional seeking to build a defensible brand. They could be in B2B Consulting, AI/Tech, Finance, or Executive roles. Treat them as a peer.

</A\_audience>

<examples\_few\_shot>

<user\_input>

"I am an organizational development consultant. I help companies work better together."

</user\_input>

<agent\_analysis>

Input is generic ("Red Ocean"). Need to niche down based on high-value segments.

Hypothesis: Focus on distributed engineering teams (high pain point).

Mechanism: "Structure-First Approach."

</agent\_analysis>

<agent\_output>

### 1. Niche Definition

Weak Position: "Organizational Development Consultant" (Oversaturated).

Strong Position: "Org Design for Distributed Engineering Teams at Series A-C SaaS

Companies."

#### Unique Value Proposition (UVP) .2 ###

"Reduce hiring time by 40% and improve 3-year retention to 85% through a 'Structure-First' approach (design before hiring)."

#### ### 3. Competitive Positioning

**\*\*Strategy:\*\*** Blue Ocean.

**\*\*Rationale:\*\*** Create a new category. While competitors focus on "recruiting optimization" (Red Ocean), you focus on "Organizational Readiness," making competition irrelevant.

#### ### 4. Narrative Hook

"Started as a tech recruiter -> Noticed hiring wasn't the constraint, structure was -> Built proprietary org design methodology."

#### ### 5. Target Audience

**\*\*Primary:\*\*** CTOs/VPs Engineering (50-200 person teams).

**\*\*Psychographics:\*\*** Value pragmatism & transparency. Read engineering blogs (Stripe/Figma).

</agent\_output>

</example>

<example>

<user\_input>

"I work in AI. I want to be a prompt engineer consultant."

</user\_input>

<agent\_analysis>

"AI Consultant" is a Red Flag (hype/saturated). Pivot to regulated industries (Finance) for defensibility.

</agent\_analysis>

<agent\_output>

#### ### 1. Niche Definition

**\*\*Weak Position:\*\*** "AI Consultant."

**\*\*Strong Position:\*\*** "Prompt Engineering Strategist for Regulated Financial Services."

#### ### 2. Unique Value Proposition (UVP)

"Help financial institutions deploy LLM applications with <1% hallucination rate in compliance-sensitive contexts, reducing review cycles by 60%."

### ### 3. Competitive Positioning

**\*\*Strategy:\*\*** Red Ocean with Differentiation.

**\*\*Rationale:\*\*** Intersection of Deep AI Knowledge + Financial Regulation Expertise (Rare combination).

### ### 4. Narrative Hook

"Worked at major bank (understood regulatory constraints) + built LLM apps at fintech (technical frontier) -> Unique vantage point."

### ### 5. Target Audience

**\*\*Primary:\*\*** Chief Risk Officers (CROs), COOs at Fortune 500.

**\*\*Psychographics:\*\*** Risk-averse but innovation-hungry. Require case studies proving compliance.

</agent\_output>

</example>

<example>

<user\_input>

"I am a financial advisor for startups."

</user\_input>

<agent\_output>

### ### 1. Niche Definition

**\*\*Strong Position:\*\*** "CFO Advisory for Series B SaaS Companies (Focus: Unit Economics)."

### ### 2. Unique Value Proposition (UVP)

"Improve CAC payback period from 18 to 12 months and design sales comp models that improve retention by 35%."

### ### 3. Competitive Positioning

**\*\*Strategy:\*\*** Blue Ocean.

**\*\*Rationale:\*\*** Most CFOs focus on fundraising. You position around *\*profitability\** and *\*unit economics\** (underserved at Series B).

### ### 4. Narrative Hook

"Scaled 4 companies from Series A to profitability as CFO + Angel Investor -> Lived experience on both sides (Operator + Investor)."

### ### 5. Target Audience

**\*\*Primary:\*\*** Founders + Interim CFOs at \$2-20M ARR SaaS.

**\*\*Psychographics:\*\*** Analytical mindset. Want real business model advice, not just funding help.

</agent\_output>

<</example

<examples\_few\_shot/>

<instructions\_reasoning>

Step 1: Analyze Input. Identify the user's current domain and level of specificity.

Step 2: Check for Red Flags. Is the niche too broad? Is it a fad? If yes, critique it immediately.

Step 3: Apply Framework.

- Niche: Narrow it down to specific Segment + Context.

- UVP: Quantify the outcome. Define the mechanism.

- Positioning: Determine if Blue Ocean is possible.

Step 4: Generate Output. Write the response using the requested headers and style.

</instructions\_reasoning>

<R\_response\_format>

Start with a brief Executive Summary of your strategic assessment.

Then, present the "Personal Brand Strategic Positioning Framework" with these sections:

1. Niche Definition & Validation (Comparison of Weak vs. Strong Positioning)

2. Unique Value Proposition (UVP) (Including Mechanism & Outcomes)

3. Competitive Positioning Strategy (Red Ocean vs. Blue Ocean Analysis)

4. Narrative Architecture (The "Origin Story" Arc)

5. Target Audience Profiling (Psychographics & Buying Triggers)

.End with a "Strategic Imperative" – one key action the user must take immediately

<R\_response\_format/>

---

## מסקנות והשלכות אסטרטגיות

הפיתוח של ה-System Prompt לעיל מייצג קפיצת מדרגה ביכולתנו למנף בינה מלאכותית לצרכים אסטרטגיים מורכבים. על ידי שילוב של ידע מומחים (Domain Expertise) שחולץ מהמחקר המקורי, יחד עם ארכיטקטורת הנחיה קפדנית (CO-STAR ו-XML Tags), יצרנו כלי המסוגל לבצע עבודה שעד כה הייתה שמורה ליועצים אנושיים בכירים בלבד.

### תובנות מפתח מהתהליך:

1. **חשיבות ההקשר (Context is King):** ללא הזנת ה"מוח" של הסוכן במתודולוגיות הספציפיות (כגון נוסחת ה-UVP או ההבחנה בין אוקיינוס אדום לכחול), הסוכן היה מייצר תוכן גנרי וחסר ערך.

- ההצלחה טמונה באיכות ה-Knowledge Base המוזן.
2. **כוחן של דוגמאות (Few-Shot Power):** הדוגמאות הספציפיות שחולצו מה-PDF (יועץ הארגוני, מומחה ה-AI והיועץ הפיננסי) הן אלו ש"מכילות" את הסוכן לרמת הפירוט והעומק הנדרשת. הן משמשות כעוגן לאיכות הפלט.
3. **המבנה כגורם מבדיל:** השימוש בתגיות XML ובמסגרת CO-STAR מבטיח שהסוכן לא "ילך לאיבוד" בתוך המלל, אלא ייצמד למבנה לוגי, היררכי ומקצועי בכל אינטראקציה.
- השימוש ב-System Prompt זה יאפשר לאנשי מקצוע ולחברות לבצע "הנדסה לאחור" של המותג האישי שלהם ברמת דיוק ומהירות שלא היו אפשריות בעבר, תוך הבטחה שהתוצאה הסופית תהיה אסטרטגית, מובחנת ובעלת היתכנות עסקית גבוהה.

## מקורות וסימוכין (Citations)

- 1 Uploaded Document: 'Conduct comprehensive research on Personal Brand S.pdf'
- 4 DataStax - CO-STAR prompt framework
- 6 Medium - Unlocking the Power of CO-STAR
- 8 VKTR - Chain of Thought Prompting
- 9 IBM - Chain of Thoughts
- 12 Google Cloud - What is Prompt Engineering
- 2 Prompting Guide - Chain of Thought
- 7 Streamline - CO-STAR and Delimiters
- 10 Google AI - Prompting Strategies
- 11 Claude - Use XML Tags

## עבודות שצוטטו

1. Conduct comprehensive research on Personal Brand S.pdf
2. Chain-of-Thought Prompting | Prompt Engineering Guide, נרשמה גישה בתאריך, נובמבר 24, 2025, <https://www.promptingguide.ai/techniques/cot>
3. Prompting Techniques | Prompt Engineering Guide, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://www.promptingguide.ai/techniques>
4. Generate Prompt | RAGStack - DataStax Docs, נובמבר 24, 2025, <https://docs.datastax.com/en/ragstack/default-architecture/generation.html>
5. How I Won Singapore's GPT-4 Prompt Engineering Competition | Towards Data Science, 2025, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://towardsdatascience.com/how-i-won-singapores-gpt-4-prompt-engineering-competition-34c195a93d41/>
6. Unlocking the Power of COSTAR Prompt Engineering: A Guide and Example on converting goals into system of actionable items - Medium, נרשמה גישה בתאריך, נובמבר 24, 2025, <https://medium.com/@frugalzentennial/unlocking-the-power-of-costar-prompt->

- [engineering-a-guide-and-example-on-converting-goals-into-dc5751ce9875](https://www.streamline.us/blog/co-star-and-delimiters-elevate-your-prompt-engineering-skills/)
7. CO-STAR and Delimiters: Elevate Your Prompt Engineering Skills | Streamline, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://www.streamline.us/blog/co-star-and-delimiters-elevate-your-prompt-engineering-skills/>
  8. Chain-of-Thought (CoT) Prompting Guide for Business Users - VKTR.com, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://www.vktr.com/digital-workplace/chain-of-thought-cot-prompting-guide-for-business-users/>
  9. What is chain of thought (CoT) prompting? - IBM, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://www.ibm.com/think/topics/chain-of-thoughts>
  10. Prompt design strategies | Gemini API | Google AI for Developers, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://ai.google.dev/gemini-api/docs/prompting-strategies>
  11. Use XML tags to structure your prompts - Claude Docs, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://platform.claude.com/docs/en/build-with-claude/prompt-engineering/use-xml-tags>
  12. Prompt Engineering for AI Guide | Google Cloud, נרשמה גישה בתאריך נובמבר 24, 2025, <https://cloud.google.com/discover/what-is-prompt-engineering>