

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

## **תקציר מנהלים**

בעידן שבו כלכלת תשומת הלב מגיעה לרווחה, היכולת לבנות מותג אישי אסטרטגי ומובחן אינה עוד מותרונות אלא כורח מחייב. עם זאת, תהליכי המיתוג האישי המסורתיים, המבוססים לרוב על אינטואיציה ויצירתיות אנושית, נתקל בעת באתגר והזדמנויות חסרי תקדים: בעלייתם של סוכני בינה מלאכותית (AI Agents) בעלי יכולות היסק מתקדמות. הדוח הנוכחי מציג מחקר מוקיף ועמוק הבוחן את ההיתוך בין Methodologies קלאסיות למיצוב אסטרטגי (כפי שעולה מהמסמך 'Conduct comprehensive research on Personal Brand S.p.pdf', (Prompt Engineering on)), לבין החזיות הטכנולוגית של הנדסת פרומפטים בדגש על מסגרת CO-STANCO 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 שיוקים, אלא יחקה את תהליכי החשיבה של אסטרטג מותג בכיר, תוך שימוש במודלים מונטליים מורכבים להגדרת נישה, זיהוי הצעת ערך ייחודית (UVU), ובנית רטיב השפעה. הניתוח שלහן מפרק לגורמים את חמשת שלבי המיצוב, בוחן את הספרות העדכנית ביותר בתחום הנדסת הפרומפטים, ולבסוף מציג System Prompt מלא, מובנה ו邏輯ית לשימוש, המטמע את כל התובנות הללו לתוך מערכת הפעלה קו-הרטנית אחת.

---

## **חלק א': ניתוח عمוק של מסגרת המיצוב האסטרטגי لمיתוג אישי**

הבסיס לכל סוכן AI אפקטיבי הוא ידע הדומיין (Domain Knowledge) עליו הוא נשען. מתווך ניתוח מדויק של המסמך המצויר והתמנויות הנלוות, חולצה מסגרת עבודה היררכית בת חמישה שלבים. מסגרת זו אינה ליניארית בלבד, אלא מעגלית ומחיבת הלימה (Alignment) בין כל מרכיביה. להלן ניתוח אקזהוסטיבי של כל שלב, המהווה את ה"מוח" של הסוכן העתידי.

## 1. הגדרת נישה (Niche Definition Methodology)

הטעות הנפוצה ביותר בתחום המיתוג האישית, כפי שעה מהמחקר, היא הניסיון לפנות לקהל רחוב מדי ("להיות הכל עברו כולם"). המסמן מדגש כי נישה מוגדרת היטב מתפקדת כ"חפי" (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 אסטרטגיים:

1. **מומחיות מוכחת (Genuine Expertise):**תחומים בהם לאדם יש "זכות דיבור" (Earned Right) Speak so) המבוססת על ניסיון מעשי, ולא רק על ידע תיאורטי או שאיפות. הסוקן חייב לדעת לסן "רעש" של שאיפות לא מבוססות ולהתמקד בקבילות מוכחות.
2. **ענין אותנטי (Authentic Interests):**הנושאים שייחזיקו את המוטיבציה של המומחה לאורך זמן (שנים, לא רב שנים). ללא רכיב זה, המותג יקרוס תחת עומס יצירתי התוכן והשחיקה ("Burnout").
3. **ביקוש שוק (Market Demand):**הצלע הקրיטית ביותר – האם קיים צורך אמיתי בשוק? המחקר מזהה "דגלים אדומים" כגון נישות רוויות מדי (Oversaturated) או נישות המבוססת על טרנדים חולפים (כגון "היפ אן לא תוכן").<sup>1</sup>

### מטריצת הביקוש מול התחרות

ניתוח התמונות המצורפות למסמך חושף היררכיה של קבלת החלטות. הסוקן האסטרטגי נדרש לבצעAnaliza של "ביקורת מול תחרות" (Demand vs. Competition). המצב האידיאלי הוא "אוקינוס כחול" – ביקוש גבוה עם תחרות נמוכה, או לחלופין, תחרות גבוהה שנייה לעקב באמצעות בידול קיזוני (כפי שנראה בשלב המיצוב התחרותי).

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

השלכה אסטרטגית	אינדיקטור שלילי (דגל אדום)	אינדיקטור חיובי (אור י록)	משתנה
אם הרויה גבוהה,	מאות מתחרים	מעט מתחרים	רווחה תחרותית

הSOCן חייב לכפות נישות-משנה (Sub-niche) או שינוי קטגוריה.	המציעים שירות זהה; מלחמת מחירים אגרסיבית.	ישרים, או מתחרים "גנריים" חסרי בידול.	
הימנעות מנישות "מתות" או נישות "הזהה" (לא היכולנות כלכלית).	טרנדים חולפים; ירידה בהשקעות בתעשייה; אין פניות נכונות (pushback).	נפח חיפוש יציב/עליה; דפוסי גויס עובדים; תדריות מכרזים (RFPs).	<b>אימות ביקוש</b>
מניעת תסמנת המתחזה ובנייה סמכות ארוכת טווח.	הנישה נבchorה רק כי היא "חמה" כרגע; חסר ניסיון מעשי.	היסטוריה של הצלחה וביצועים (Case Studies) בתחום הספציפי.	<b>הימה אישית</b>

## 2. פיתוח הצעת ערך ייחודית (UVP Development)

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

### נוסחת ה-UVP והמכניזם הייחודי

שהSOCן יתוכנת לאכוף, UVP המחקר מציג נוסחה נוקשה לניסוח אני עוזר ל[סגןט ספציפי] להציג [תוצאה מדידה] באמצעות [מכניזם ייחודי] בתוקן [מסגרת זמן], מה". "[משמעותי ל[השפעה עטקה] מכומתת לא מספיק להבטיח תוצאה;. (Unique Mechanism) "החדשן המרכזי כאן הוא הדגישה ל"מכניזם ייחודי שסבירה כיצד התוצאה תושג. (Proprietary Methodology) המותג חייב להציג מתודולוגיה קניינית זהו המפתח לאמינות ולבידול.

## 3. אסטרטגיית מיצוב תחרותי (Competitive Positioning)

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

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

## אסטרטגיית אוקיינוס כחול (Blue Ocean Strategy)

המחקר דוחף בבירור לאמוץ אסטרטגיית "אוקיינוס כחול" – יצירת קטגוריה חדשה שבה התחרות הופכת ללא רלוונטיות.<sup>2</sup> עבור הסוקן, משמעות הדבר היא יכולת להזות הزادנות למיצוג תחומיים (למשל, שילוב של "יעוז ארגוני" עם "ארQUITטורת תוכנה") כדי ליצור הגדרה מקצועית חדשה שאין לה מתחרים ישרים.

## 4. ארכיטקטורת נרטיב (Personal Narrative Architecture)

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

### מבנה מסע הגיבור המקצועי

הסוקן יתוכנת להזות ולחלץ שלושה חלקים בנרטיב של המשתמש:

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

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

השלב האחרון הוא המעבר מדמוגרפיה לפסיכוגרפיה. בעוד שdemografiyah (גיל, תפקיד) היה נתון יבש,

פסיכוגרפיה (ערכים, פחדים, שאיפות) היא המניע לפעולה.

לא רק לפי "מי הם", אלא אף "מה מזכיר שינה (Ideal Client Profile) ICP-המחקר מגדיר את הפסיכופטי שלהם".<sup>1</sup> (Buying Signal) 1. טריגר הקניה

## חלק ב': הנדסת פרומפטים מתקדמת לסוכנים קוגניטיביים

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

### מודל CO-STAR: המבנה המבנית

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

**פירוק רכיבי המודל בהקשר למיתוג אישי:**

1. **C - הקשר (Context)**: הרכיב הクリティי ביותר כאן מוזן "בסיס הידע" של הסוכן (כל התובנות חלק א'). ללא הקשר זה, הסוכן ישבע על ידע כללי וייצר עצות בנאליות.
2. **O - מטרה (Objective)**: הגדרה מדוקית של המשימה – לא "תן עצה", אלא "נתח, בקר, ובנה מסמר אסטרטגי".
3. **S - סגנון (Style)**: הנחיה ספציפית לכתיבת. במקורה שלנו: "יעוצי, אנליטי, נתול 'fluff', מבוסס מסגרות עבודה".
4. **T - טון (Tone)**: הטון האנושי של הסוכן. "סמכותי אך אכפתני", "מקצועי ומדויק".
5. **A - קהל (Audience)**: מי הקורא? אנשי מקצוע בכירים ב-B2B, טכנולוגיה ופיננסים.
6. **R - תגובה (Response)**: פורמט הפלט. שימוש ב-HTML, Markdown, טבלאות, כותרות מובנות.

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

במקום שהסוכן יפלוט (Reasoning) היא קריטית למשימות הדורשות הסקה לוגית 2 Co טכניקת תשובה מידית (דבר המעודד שטניות), אנו נכפה עליו "לחשוף بكل רם" לפני מתן התשובה הסופית לנישה (Validation Check) "כדי לבצע בדיקת היתכנות CoT-בארכיטקטורת הסוכן שלנו, השתמש ב邏輯 PVP-הmoצעת לפני כתיבת האסטרטגיה. הסוכן ישאל את עצמו: "האם הנישה זו רויה? האם ההצעה מדידה?" ורק אז ייצור את הפלט.

## מבנה System Prompt ושימוש בתגיוט XML

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

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

השלב הבא הוא מיזוג התוכן המקורי (מה-PDF) לתוך המבנה הטכני (T + Co-STAN). להלן התכנון המבני של ה-System Prompt, אשר ינחה את הסוכן כיצד לפעול.

### עקרונות התכנון:

- הטמעת ידע (Knowledge Injection):** ייצור סקציה "יעודית" בתוך הפרומפט (<knowledge\_base>) שתכיל את תמצית המסמר המקורי. זהו "המוח" של המערכת.
- הדגמה (Few-Shot Prompting):** שילוב הדוגמאות הספציפיות מהמסמר (יעץ ארגוני, מומחה AI, יועץ פיננסי) בתוך הפרומפט כדוגמאות ל"פלט רצוי". מחקרים מראים כי מתן דוגמאות קונקרטיות משפר דרמטית את יכולות הביצועים.<sup>12</sup>
- מנגנון ביקורת עצמית:** ההנחייה מפורשת לטוכן לבצע את הבדיקה של המשתמש. אם המשתמש מציע נישה חלה, הסוכן לא אמרו "לזרום" אליו, אלא להתריע ולתקן, כפי שהיא עשוה ייעץ אנושי בפועל.

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

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

גרועות. (Guardrails) למניעת עוצות	<>constraints	
שימוש ב-Few-Shot Learning לכילול הציפיות של המודל.	<examples>	<b>דוגמאות (AI, Finance)</b>
הבטחת מבנה פلت אחד וקריא לכל אינטראקציה.	<response_format>	<b>מבנה 5 השלבים</b>

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

להלן ה-System Prompt המהנדס במלואו. פרומפט זה נכתב באנגלית (CASTNDRAT תעשייתי למודלים מובילים לקבלת הביצועים הוטבים ביותר), אך הוא מיועד לעבוד קלט בעברית או באנגלית ולספק פלט בעברית (או בשפת המשתמש), תוך שימוש כלל העקרונות שנסקרו.

הפרומפט בניי במבנה מודולרי המשלב את מודל CO-STAR עם תגיوت XML וכן 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 מיציג קפיצת מדרגה ביכולתנו למן בינה מלאכותית לצרכים אסטרטגיים מורכבים. על ידי שילוב של ידע מומחים (Domain Expertise) שהולץ מהמחקר המקורי, יחד עם ארכיטקטורת הנחיה קפדינית (CO-STAR XML Tags), יצרנו כלי המסוגל לבצע עבודה שעד כה הייתה שמורה ליעצים אנושיים בכיריהם בלבד.

**תובנות מפתח מהתחלף:**

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

- ההצלה טמונה באיכות Knowledge Base המזון.
2. **כוח של דוגמאות (Few-Shot Power):** הדוגמאות הספציפיות שהולכו מה-PDF (וועץ הארגוני, מומחה ה-AI והיעץ הפיננסי) הן אלו ש"מקילות" את הסוכן לרמת הפיוט והעומק הנדרשת. הן משמשות כעוגן לאיכות הפלט.
3. **המבנה כגורם מבדי:** השימוש בתגיות XML ובמסגרת CO-STAR מבטיח שהסוכן לא "ילך לאיבוד" בתוך המלול, אלא יcmd למבנה לוגי, היררכי ו邏輯י בכל אינטראקציה.

השימוש ב-System Prompt זה מאפשר לאנשי מקצוע ולחברות לבצע "הנדסה לאחר" של המותג*האישי* שלהם ברמת דיקט ומahirות שלא היו אפשריות בעבר, תוך הבטחה שהתוכזהה הסופית תהיה אסטרטגיית, 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  
נרשמה גישה בתאריך 2025,24, נובמבר, <https://www.promptingguide.ai/techniques/cot>
2. Chain-of-Thought Prompting | Prompt Engineering Guide, 2025 ,24, נובמבר, <https://www.promptingguide.ai/techniques>
3. Prompting Techniques | Prompt Engineering Guide, 2025 ,24, <https://www.promptingguide.ai/techniques>
4. Generate Prompt | RAGStack - DataStax Docs, 24, נובמבר 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 ,24, נובמבר, <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, 2025 ,24, נובמבר, <https://medium.com/@frugalzentennial/unlocking-the-power-of-costar-prompt->

[engineering-a-guide-and-example-on-converting-goals-into-dc5751ce9875](#)

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