

APRIIL™

Det er mye AI i monitor!

- Lov å bli litt lei?
- «Spør Chat»
- For en utvikling siste tiden!
 - «Knallgod» på teknologi

AI og maskinlæring i drift

- Overvåkning
- Fôrsystemer
- Sensorer
- Individet / Avdeling / Selskapsnivå
 - Ikke glem at AI også er kilde for info

Reisen til info starter i en LLM

- «*Hva er eksempler på miljøutfordringer i norsk oppdrett?*»
- «*Er oppdrettsnæringen en god ESG-investering?*»
- «*Er det fremtidsrettet å begynne arbeid innen havbruk?*»
- «*Bør jeg spise oppdrettslaks?*»
- Hvem gir dem svaret?

Den nye kundereisen

- Fra keyword til intensjon og naturlig språk
- Før: Google → Ti blue-links → bruker leser & vurderer kritisk → danner mening
- Nå: ChatGPT / AI Overview → Opplevd fasit
- **Egen vurdering erstattet av AI**

En næring i konkurranse

- Sterke stemmer med proff innholdsproduksjon
- Gjenstand for høy offentlig skepsis
- Faglig tung dokumentasjon som ikke er AI-optimisert

Så hva skal vi gjøre?

- Redaksjonell omtale som motor (fortjent)
- E-E-A-T prinsipp (Erfaring, ekspertise, autoritet og troverdighet)
- Identifiser deres autoritetsspørsmål



Tre punkt som fungerer

1. **Innhold som blir sitert** (du publiserer)

- Tydelig svar øverst på siden
- Forståelig, naturlig språk
- Ferskhet - dato og navngitt forfatter på alt
- Synlige fagfolk og forfattere

2. **Distribusjon utenfor egne flater** (du blir omtalt)

- Fortjent medieomtale - fagblad og forskning
- Konsistent på tvers av kilder

3. **Teknisk grunnmur** (modellen finner deg)

- Teknisk lesbarhet og struktur: Schema, HTML, Crawling, Sitemap

Posisjonen som foretrukken kilde blir eid av noen

Spørsmålet er ikke *om*,
det er *av hvem*

Takk for meg