

Case study:

How to better understand your

customers based on research using AI

LET'S GET AI RIGHT!

Ai ↔ BA



8-10 October 2025
Katowice, Poland + ONLINE



www.aibaconference.com



Organized by:

silesian
startup
foundation

into

Cloudyna



20% DISCOUNT & A FREE CONSULTATION WITH ME WITH

'AIBA2025_MOSOR20'

WWW.AIBACONFERENCE.COM



Ai↔BA



www.mosor.pl

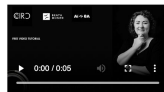
28.08.2025

How to turn
your knowledge
into a book in
just a week

Subscribe

31.07.2025

How to better
understand your
customers based
on research
using AI



Subscribe

25.09.2025

How to create
videos for your
business using
simple AI tools

Subscribe



www.CIRCmodel.com

Case study:

How to better understand your

customers based on research using AI



Beata Mosór

Founder & CLO @ CIRCModel.com | Mentor & Speaker

- 💡 18 years of experience in tech
- 💡 10 years of experience as a mentor & lecturer
- 💡 Consulted more than 1000 Tech Product & Services
- 💡 Cooperated with Google, Sabre, T-Mobile, Ringier Axel Springer

✉ beata@proecoleaders.com

in @beatamosor

✉ @beatamosor

📷 @beata.mosor

📺 @Beata-Mosor

Client:

Client from the auto parts industry

Problem:

**Only 7% of the digitalization
on the traditional market**

Problem:

**Those who won't digitalize will
disappear from the market**

Process: 4 sprints (weeks) for the product strategy

2 weeks for the analysis & research



Sprint 1

- Checklist of items to be prepared by the client before the process begins.
- 4h kickoff workshop (Team Canvas, Business Model Canvas).
- Review and analysis of materials from the client.
- 5 x 1h interviews with the team (IDIs).
- Development of research assumptions with clients.
- Development of the research plan and research scenarios (observations, IDIs, survey research).
- Development of a metrics map (OKRs, KPIs) to be collected.



Sprint 2

- 4h strategy workshop (functional product analysis).
- Market analysis.
- Competitor product analysis (3 competitors).
- Analysis of historical product metrics and data.
- Financial analysis.
- Development of a vision and strategic foundations (strategic assumptions) - scenarios to choose from.
- Functional product analysis.



BEATA
MOSOR

www.mosor.pl

Element 1:

In depth interviews

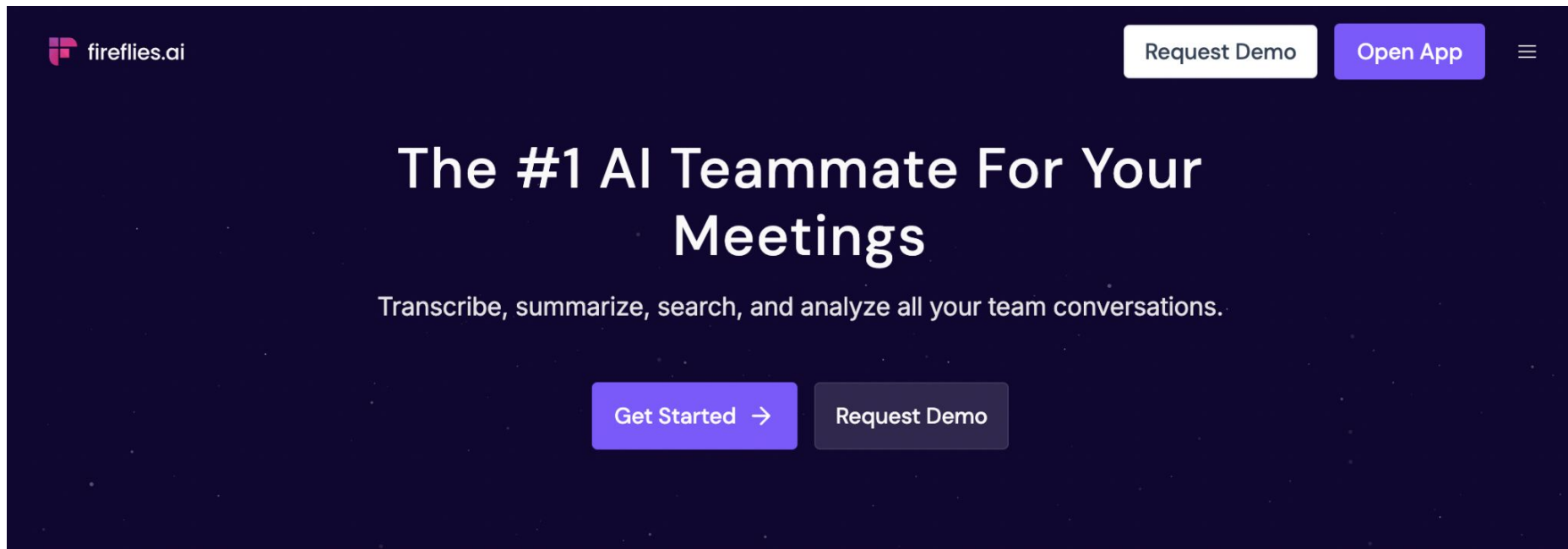


Gemini **Advanced**

Research scenarios

Step 1:

I registered the kick off workshop with Fireflies.ai



Step 2:

I uptrained the Gemini 2.5 (Gemini Advanced) model

The screenshot displays the Gemini 2.5 Pro interface. On the left, a sidebar shows a chat history with a message about working on a product strategy. The main area is titled 'Scenariusz wywiadu badawczego produktu' (Product Research Interview Scenario). It contains a title 'Strategiczna Wizja i Mapa Drogowa Rozwoju 2028' and a summary section 'Streszczenie menedżerskie: Wytyczanie kursu na pozycję lidera rynku'. The summary text discusses a comprehensive strategic analysis and development plan for a platform aimed at transforming a product into a digital reservation system for the Polish service market. It mentions dynamic changes in the market driven by digitalization, electrification, and evolution of customer expectations. The plan is based on three fundamental pillars: 1. **Doskonałość Operacyjna B2B**: Concentration on workshop needs as key business partners. Strategy includes platform evolution, a complex management system (Workshop OS), and integrating order management, inventory, and communication. 2. **Złoty Standard Zaufania i Jakości Usług**: Building a brand where individual managers and fleet managers identify quality and operational errors. Key initiatives include a workshop certification program, a transparent opinion system, and a quality guarantee. 3. **Innowacje w Obsłudze Flot i Pojazdów Elektrycznych (EV) Oparte na Danych**: Utilizing unique ecosystem advantages to create new, high-margin services, such as proactive tire management for electric vehicle fleets.

2025 - Wym...O - Zakres
Prezentacje Google

Pracuję z zespołem [redacted] nad strategią produktu. Załączam zakres współpracy w pliku Google Slides. Tutaj znajdziesz nagranie z warsztatu startowego dot. produktu: <https://app.firefiles.ai/view/Pso-warsztaty-kick-off-sprint-1::01JYDST8K30QF7BZS2T89VCSC> Opracuj na tej podstawie proszę scenariusz wywiadu badawczego z product managerką [redacted] a także z zespołem zarządczym [redacted] oraz zespołem, który odwiedza serwisy.

Oto, jak planuję podejść do tego zagadnienia. Jeśli chcesz, abym wprowadził zmiany, poinformuj mnie o tym.

Wpisz prompt dla Gemini

+ Film Deep Research Canvas ...

Nie używamy Twoich czatów, które prowadził jako Project: People, do ulepszania naszych modeli. [Dowiedz się więcej o naszej polityce prywatności.](#)

Unique Value Proposition Canvas



KLIENT / SERWIS Wszystko co wiesz o kliencie: nazwa, kim jest klient, jaka jest jego sytuacja, jak długo współpracujecie, jak Wasza współpraca się układa, etc.	EMOCJE - PROBLEMY / BÓLE Emocjonalne: jakich trudności emocjonalnych doświadcza klient np. czuje się niedoceniany, nieszanowany, boi się o coś, a może jest czymś zmęczony, etc.	ŚRODOWISKO Opisz środowisko pracy jak najbardziej dokładnie: jak wygląda warsztat, jak wygląda stanowisko do wymiany opon, jak wygląda biuro, jakiego sprzętu i maszyn używają, etc.
SPOŁECZNE - PROBLEMY / BÓLE Jakich trudności związanych z pozycją i rolą społeczną (jako właściciel czy pracownik serwisu, ale też jako członek społeczności czy rodziny), a także z lokalizacją serwisu doświadcza klient	PRACA - PROBLEMY / BÓLE Jakich problemów w swojej pracy doświadcza serwis, co na co dzień go doskwiera w zakresie zadań, sprzętu, maszyn, przestrzeni do pracy, etc.	

Scenariusze wywiadów pogłębionych z zespołem

<stanowią ramę - natomiast będą modyfikowane w trakcie rozmowy, pytania będą dopasowywać z uwzględnieniem bieżącego toku rozmowy :) >

Scenariusz 1: Wywiad z Agatą (Product Managerką)

Cel: Zrozumienie operacyjnych realiów produktu, ograniczeń technicznych, przyczyn obecnych zachowań użytkowników oraz ocena wykonalności potencjalnych kierunków rozwoju.

Czas trwania: 120 minut

Struktura wywiadu:

1. Wprowadzenie

- o Przedstawienie celu: zebranie dogłębnej wiedzy na temat produktu, jego użytkowników i wyzwań w ramach prac nad strategią.
- o Zapewnienie o poufności.
- o Pytanie o zgodę na nagrywanie.

2. Produkt i jego użytkownicy

- o *Pytanie otwierające:* "Gdybyś miała opisać [] w trzech słowach osobie spoza firmy, jakich byś użyła? Co jest według Ciebie kluczową wartością tego produktu?"
- o "Z Twojej perspektywy, kto jest naszym najważniejszym klientem – warsztat czy kierowca? Gdzie widzisz największy potencjał do dostarczania wartości?"
- o "Jakie są najczęstsze pozytywne opinie, które do Ciebie docierają? Co użytkownicy kochają?"
- o "A z drugiej strony, jakie są trzy największe bolączki lub powtarzające się problemy użytkowników, z którymi się zmagacie?"






Step 3:

Live IDs interviews - Fireflies.ai

B







[redacted] | Wywiad z Anną | Sprint 1 (online)

Thu, Jun 26 · 1:15 PM

-  **Prezentacja i wprowadzenie:** Beata Mosór przedstawiła strategię rozwoju [redacted] dla klientów B2C.
-  **Rola** [redacted] zarządza siecią serwisów w północnej Polsce od 2 lat.
-  **Główne problemy serwisów:** Brak załogi i trudności z obsługą klientów flotowych wpływają na jakość usług.
-  **Problemy finansowe serwisów:** Klienci flotowi są mniej rentowni, a brak sprzedaży opon pogarsza sytuację.
-  **Planowanie wizyt:** Beata planuje wizytę w serwisach z [redacted] by lepiej zrozumieć problemy.

Step 4:

Written answers - documents

... > 2025 - [redacted] - 1. Research - Badania > 2025 - [redacted] - Wywiady z zespołem				
 Nazwa ▾		Zmodyfikowane ▾	Zmodyfikowane ... ▾	
 2025 - [redacted] - Wywiady z zespołem - [redacted].docx		18 lipca	Beata Mosór	
 2025 - [redacted] - Wywiady z zespołem - [redacted].docx		18 lipca	Beata Mosór	
 2025 - [redacted] - Wywiady z zespołem - [redacted].docx		18 lipca	Beata Mosór	
 2025 - [redacted] - Wywiady z zespołem - [redacted].docx		18 lipca	Beata Mosór	
 2025 - [redacted] - Wywiady z zespołem - [redacted].docx		18 lipca	Beata Mosór	

Step 5:

Uptrain the model with the results - Google AI Studio

The screenshot displays the Google AI Studio interface. The main chat area shows a conversation with a model. The prompt is: "Based on recordings and on the attached files (interviews with the crucial [redacted] team members): [redacted] Please analyse the market for [redacted] products and services and prepare: PEST market analyse (in Polish) as well as their customers pains, gains, jobs to be done". The model's response begins with: "Okay, I've reviewed the interview transcripts and documents provided to analyze the market for [redacted] Based on the information, I will prepare a PEST analysis in Polish, as well as identify the customer pains, gains, and jobs to be done." The response continues with a section titled "I. PEST Analysis for [redacted]" and a table of factors.

Czynnik (Factor)	Wpływ na [redacted]
Polityczne (Political)	- Regulacje dotyczące branży motoryzacyjnej i oponiarskiej: Zmiany w przepisach dotyczących opon (np. etykietowanie, wymogi sezonowe), przeglądów technicznych pojazdów i emisji spalin mogą wpłynąć na popyt na opony i usługi serwisowe. - Polityka podatkowa: Podatki od sprzedaży opon, podatki akcyzowe na import opon, zmiany w VAT mogą wpłynąć na cenę i marżę. - Programy rządowe wspierające rozwój flot pojazdów: Programy wsparcia elektromobilności lub modernizacji flot mogą wpłynąć na popyt na opony i usługi.
Ekonomiczne (Economic)	- Konjunktura gospodarcza: Ogólna kondycja gospodarki (PKB, inflacja, bezrobocie) ma wpływ na wydatki konsumentów i firm na samochody i ich utrzymanie. Recesja lub spowolnienie gospodarcze może zmniejszyć popyt. - Ceny paliw: Wyższe ceny paliw mogą wpłynąć na decyzje o wymianie opon i preferencje klientów dotyczące usług serwisowych. - Siła nabywcza konsumentów: Rosnąca siła nabywcza konsumentów może zwiększyć popyt na opony i usługi premium. - Kursy walut: Wahanie kursów walut

The right sidebar shows the 'Run settings' for 'LearnLM 2.0 Flash Experimental'. The token count is 41,248 / 1,048,576. The temperature is set to 1. The output length is 32768. The top P is set to 0,95.

Step 6...

Uptrain the model in the circular mode

WO-FUNCJON...-2024-V3-C

WO-KROK-PO...-2024-V1-C

PDF PDF

PDF PDF

Przeanalizuj funkcjonalności produktu

przeanalizuj: Unique Value proposition marki (pains, gains, jobs to be done) jak również problem solution fit, product market fit. Zmapuj funkcjonalności produktu na matrycy KANO. Przeanalizuj również rozwiązania konkurencji

Dodaj proszę roczny przychód

: poprzednich lat i zrób analizę opłacalności (potencjalny realny rynek do zdobycia względem całego portflio przychodów

Dodaj zestawienie grup odbiorców, rynków, a także analizę wskaźników finansowych. Wyestymuj udział w rynku poszczególnych narzędzi. A także wyestymuj całkowitą wartość rynku i podział rynku pomiędzy poszczególnych graczy, a także % rynku który jest jeszcze niezagospodarowany. Porównaj politykę cenową rozwiązań.

Uwzględnij również (poza nagraniami) - załączone karteczki z Miro

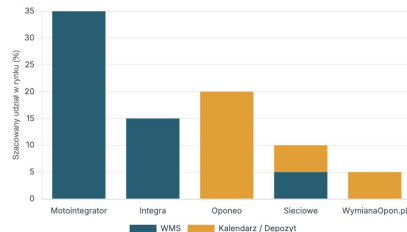
Zmodyfikuj raport w oparciu o feedback:

<https://app.fireflies.ai/view/> - Warsztat-Sprint-...

Strategy scenarios

Krajobraz Konkurencji

Konkurencja dzieli się na dwie główne kategorie: kompleksowe systemy WMS (jak Motointegrator czy Integra) oraz wyspecjalizowane platformy do rezerwacji online (jak Oponeo). WymianaOpOn.pl pozycjonuje się jako rozwiązanie skoncentrowane na obsłudze wizyt i depozytu opon, celując w segment warsztatów poszukujących prostego i efektywnego narzędzia bez konieczności wdrażania pełnego WMS.



Wykres przedstawia szacunkowe udziały rynkowe głównych graczy, z podziałem na typ oferowanego rozwiązania. WMS to zintegrowane systemy zarządzania, podczas gdy "Kalendarz / Depozyt" to narzędzia skoncentrowane na rezerwacji wizyt i przechowywaniu opon.

Analiza Funkcjonalności w Modelu KANO

Model KANO pomaga zrozumieć, jak poszczególne funkcje wpływają na satysfakcję klienta. WymianaOpOn.pl posiada solidne podstawy (Must-be), konkurencyjne cechy kluczowe (Performance) oraz unikalne "zachwyce" (Attractive), które wyróżniają produkt na tle konkurencji i budują lojalność użytkowników.

Attractive (Zachwyce) 🌟

- Integracja z opiniami Google
- Widget kalendarza na stronę WWW
- Import rezerwacji (np. pliki Arval)
- Automatyczne uzupełnianie danych
- Wysyłanie własnych treści SMS

Performance (Kluczowe) 📈

- Moduł depozytu z etykietami
- Automatyczne powiadomienia SMS/Email
- Zaawansowane zarządzanie stanowiskami
- Szybkie blokowanie terminów
- Synchronizacja czasów usług

Indifferent (Obojętne) 😐

- Bardzo szczegółowe ustawienia przzerw
- Eksport/import rezerwacji (dla niektórych)
- Niektóre zaawansowane opcje konfiguracyjne

Must-be (Podstawowe) 📋

- Kalendarz wizyt online
- Dodawanie/edycja/usuwanie rezerwacji
- Ustawianie godzin pracy serwisu
- Podstawowe dane firmy i kontaktowe
- Zarządzanie dniami wolnymi

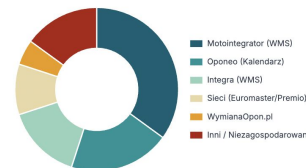
Rynek oprogramowania dla warsztatów w Polsce

Polski rynek oprogramowania dla warsztatów samochodowych jest w fazie dynamicznego wzrostu, napędzane go cyfryzacją i potrzebą optymalizacji pracy. Całkowita roczna wartość rynku szacuje się na około 250 mln PLN. Analiza pokazuje, że rynek jest podzielony między zintegrowane systemy do zarządzania warszatem (WMS) a prostsze narzędzia, takie jak kalendarze online. Wciąż istnieje znaczący, niezagospodarowany segment rynku.

Szacunkowy Podział Rynku

Szacowana Wartość Rynku (rocznie)
250 mln PLN

Dane szacunkowe na podstawie analizy rynku i liczby warsztatów.



Wskazówki Strategiczne

Na podstawie przeprowadzonej analizy, zidentyfikowano kluczowe kierunki rozwoju, które mogą znacząco wzmocnić pozycję rynkową 'WymianaOpOn.pl' i przyspieszyć jego adopcję.

1. Skupienie na Product-Market Fit

Intensyfikacja działań w segmencie małych i średnich niezależnych warsztatów, które najbardziej odczuwają "ból" związane z brakiem organizacji. Prosta komunikacja marketingowa podkreślająca rozwiązanie 3 głównych problemów: chaos w kalendarzu, zarządzanie depozytem i komunikacja z klientem.

2. Rozwój Funkcji "Performance" i "Attractive"

Inwestycja w rozwój modułu depozytu (np. integracja ze skanerami kodów) oraz dalsze upraszczanie interfejsu (UX) w celu utrzymania przewagi konkurencyjnej. Rozbudowa widgetu na stronę WWW o większe możliwości personalizacji.

3. Agresywna Polityka Cenowa i Sprzedażowa

Utrzymanie niskiego progu wejścia (niski abonament) jako kluczowego wabika. Stworzenie dedykowanych pakietów dla sieci partnerskich i klientów PSO w celu szybkiego skalowania bazy użytkowników. Wykorzystanie siły sprzedaży PSO do promocji narzędzia.

Strategy & business models



Gemini **Advanced**

gemini.google.com



Gemini Advanced

aistudio.google.com



Gemini

Deep Research
Canvases
Text generation
Speech & Music generation
Code generation

Research & Analysis



Gemma & Gemini
Vue 2
Imagen 3

Text generation
Speech & Music generation
Video generation
Code & App generation

Creative work

LET'S GET AI RIGHT!

Ai ↔ BA



8-10 October 2025
Katowice, Poland + ONLINE



www.aibaconference.com



Organized by:

**silesian
startup
foundation**

into


Cloudyna

Code:

AIBA2025_MOSOR20

Schedule:

www.CIRCmodel.com





Beata Mosór

Founder & CLO @ CIRCModel.com | Mentor & Speaker

- 💡 18 years of experience in tech
- 💡 10 years of experience as a mentor & lecturer
- 💡 Consulted more than 1000 Tech Product & Services
- 💡 Cooperated with Google, Sabre, T-Mobile, Ringier Axel Springer

✉ beata@proecoleaders.com

in @beatamosor

✉ @beatamosor

📷 @beata.mosor

📺 @Beata-Mosor