

AI TRENDS

Díjnyertes Pályázat bemutatása - Miért nem hívtunk Big4 tanácsadót a saját AI-transzformációnkhoz? A Strix nagydíjas program, amit közben szolgáltatássá fejlesztettünk.

2026. 09. 08. 14:20

Cinematic Studio

HUN · 20 perc

**Nagy András**

üzletágvezető · whitedog Consulting

Nagy András, a Wide Oak Consulting üzletágvezetője, belső módszertanok és saját fejlesztésű eszközök kidolgozásával, nem pedig kizárólag külső tanácsadókra vagy kész szoftverekre támaszkodva alakít ki keretrendszert az AI-dzsungel bonyolultságainak kezelésére.

MIRŐL VOLT SZÓ

Nagy András a két évtizeddel ezelőtti digitális dzsungelből a jelenlegi, cselekvőképes AI-pályára való átmenetet írja le, hangsúlyozva, hogy a kockázat elválaszthatatlan a versenyelőnytől. A szervezet két oldalról érkező nyomással szembesült: egyrészt a projektmenedzsment és a pénzügyi jelentéskészítés terén a nehéz, manuális, háttéirodai feladatok automatizálásának szükségessége, másrészt az új technológiák integrálása a kreatív outputokba, például szöveg, kép és videó. Például az ügynökség egy belső felfedezés útját választotta egy egyedi átalakítási program, az AI Office létrehozásához.

A transzformációs stratégia két réteget különböztet meg: az első a licencelt eszközkészleteket, míg a második a saját megoldások és az adott szervezeti folyamatokra szabott automatizált munkafolyamatok létrehozását foglalja magában. Nagy András kiemeli a strukturált megvalósítási ciklus fontosságát, amely magában foglalja a felderítést, a felkészülést, a bevezetést és az utókövetést. Ezek az elemek azt jelentik, hogy a valódi transzformáció akkor következik be, amikor a technológia beépül a vállalat egyedi kulturális és működési szövetébe. Például a Smart Dog alkalmazást a kreatív csapat fejlesztette ki, hogy közvetlenül a briefekből és a márkakapcsolatokból ötleteket generáljon.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- Az ügynökség a licencelt eszközök és a saját fejlesztésű alkalmazások használatával évente 7500 óra megtakarítását becsüli.
- A Smart Dog alkalmazás egy órára csökkenti a megbízás átvételétől az első prezentációig eltelt időt.
- Az Addel Dal kampány egy harmadik átalakulási réteget mutatott be, ahol az AI közvetlenül a végtermékbe integrálódik, hogy értéket teremtsen az ügyfél számára.

ÜZLETI HATÁS

Az AI-átalakítás négy dimenziós hatást biztosít: kapacitás, költség és átbocsátóképesség, minőség és ügyfél-elégedettség. Az ügynökség az emberi erőforrásokat magasabb értékű termelési feladatokra, például HTML változatú bannerek és összetett audiovizuális tartalmak létrehozására csoportosítja át, mivel jelentős munkaórákat szabadít fel. Továbbá a módszertan önálló üzleti egységgé fejlődött, amely AI-vezérelt szolgáltatásokat nyújt az energia, a vendéglátás és a mezőgazdaság területén tevékenykedő ügyfeleknek. Például az ügynökség elnyerte a Strix Worldzone arany díját egy olyan kampányért, amelyben AI által generált költsézetet és zenét használtak.

KÖVETKEZTETÉS

Nagy András azzal zárja, hogy a szervezeteknek nem szabad megállniuk a belső hatékonyságnál, hanem törekedniük kell az AI integrálására a végtermékekben, amelyeket a vevőknek szállítanak. A felszólaló azt javasolja, hogy a gyakorlati alkalmazásokat korán, a felfedezési szakaszban vezessék be, hogy belső hitet és támogatást építsenek ki. Végül elengedhetetlen pontosan meghatározni, hogy kinek a munkája változik meg, és hogyan, mielőtt bármilyen új technológiát bevezetnének, hogy zökkenőmentes átmenetet biztosítsanak.

AI TRENDS

Award-Winning Application Showcase – Why Didn't We Hire a Big Four Consultancy for Our Own AI Transformation? The Strix Grand Prize-Winning Program That We Turned into a Service.

2026. 09. 08. 14:20

Cinematic Studio

HUN · 20 perc

**András Nagy**

Head of Business Unit · whitedog consulting

András Nagy, Head of Business Unit at Wide Oak Consulting, describes the journey of navigating the "AI jungle" by developing internal methodologies and custom tools to enhance creative agency operations.

WHAT WAS DISCUSSED

András Nagy explains that the organization chose a self-discovery path to navigate AI integration rather than relying solely on external consultants or pure IT developers. This approach involved creating an internal transformation program called AI Office, which focuses on both the toolset layer and the process development layer. For example, the agency established a dedicated committee to oversee progress and prevent isolated "shadow AI" experiments.

The presentation details a structured six-week cycle for introducing new tools, covering discovery, preparation, implementation, and follow-up. András Nagy highlights the development of Smart Dog, a custom AI-based creative idea generation application that uses vectorized brand assets and briefs to produce high-quality

concepts rapidly. These elements mean that successful transformation requires moving beyond mere software acquisition toward building proprietary workflows that solve specific business problems.

KEY TAKEAWAYS

- The agency estimates a conservative saving of 7,500 hours annually through the use of licensed tools and custom applications.
- The Smart Dog application can reduce the time from receiving a brief to producing a first-round presentation to under one hour.
- A successful AI strategy must address how specific roles and daily tasks will change rather than just focusing on technical capabilities.

BUSINESS IMPACT

The transformation has yielded measurable results in capacity, cost, and quality, including the production of internal HTML banners and audio/video content. András Nagy notes that the agency won the Strixa Warzone gold award for a campaign where AI was integrated into the product to generate poetry and songs. Furthermore, the methodology has become a standalone business unit, providing consulting services to clients in the energy, hospitality, and agriculture sectors.

CONCLUSION

András Nagy concludes by advising organizations to look beyond internal efficiency and aim to deliver AI-enhanced products to customers. He recommends introducing early-use applications during the discovery phase to build internal belief and emphasizes the necessity of asking how specific jobs will change before implementing any new technology.