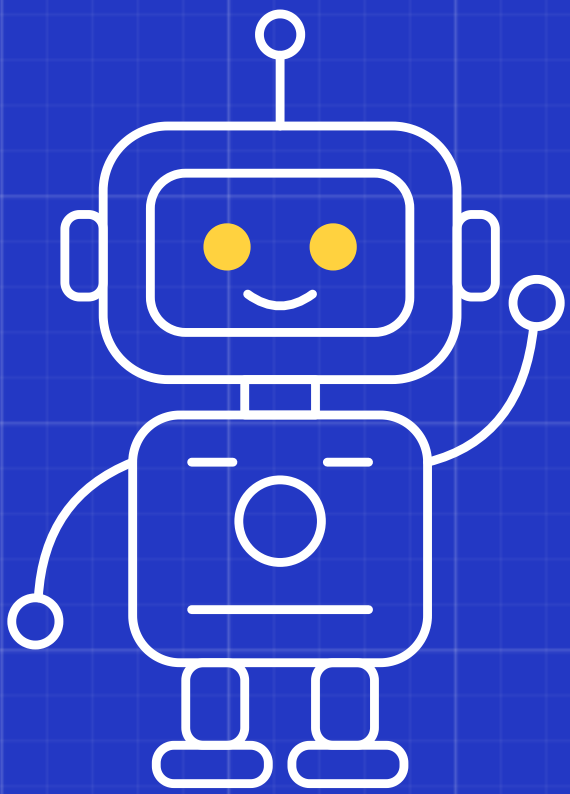
A 90 napos AI-terv

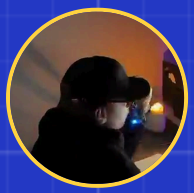
Dokumentum	AI-terv
Változat	1.0
Terjedelem	60 lépés

Az AI-terv, amiért cégek fizettek.

60 lépés. 90 nap. Hétköznaponként 1 lépés. Pontosan az a terv, amiért cégek havidíjat fizettek nekem, hogy lefuttassam.

Még ha nem is akarod növelni a vállalkozásodat, akkor is olyan vállalkozást akarsz, ahol minden egyes órádból a legtöbbet hozod ki.





Krisztián
krisztianai.hu · @ikrixtian a TikTokon

Ezt olvasd el először

Az AI-terv, amiért cégek fizettek.

Cégek havidíjat fizettek nekem, hogy lefuttassam ezt a tervet. Pontosan ez az. Most ingyenes.

Nem kurzus. Nem tölcsér. Nincs mit eladnom.

Ezzel a tervvel komoly értéket teremtettem kisvállalkozásoknak, amik AI-jal építenek. Közben több ezer órát töltöttem Claude Code-ban.

Megspórolod a hibáimat.

Rengeteg hibát elkövettem, amíg idáig eljutottam. Annyit, hogy 3–4 nap alatt meg tudnám tanítani neked mindannak a 80–90%-át, amit az AI-ról tudok. Ez a terv ennél tovább tart, de átugorsz minden hülye hibát, amit útközben elkövettem.

A legtöbb tulajdonos fordítva csinálja.

Több érdeklődőt vásárolnak, és üzemanyagot pumpálnak egy elromlott motorba. A csapat nem bírja, és az üzletek elvesznek a résekben. Először megépíted a motort. Aztán táplálod a motort.

Ezért van egy sorrend.

01 **Mérés.** Lásd a vállalkozást, mielőtt megváltoztatod.

02 **Működés.** Vállalj több munkát ugyanazokkal az emberekkel.

03 **Értékesítés.** Fordíts több érdeklődőt ügyféllé, gyorsabban.

04 **Növekedés.** Most hozz több érdeklődőt.

05 **Szabadság.** Vedd ki magad a napi működésből.

60 lépés. 90 nap.

Naponta egy lépés, hétvégén szünet. Ha minden lépést megcsinálsz, a vállalkozásod 3–5-szörösére nőhet, vagy kiléphetsz belőle. Te döntöd el.

Ma bármelyik vállalkozásban működik. Az időbe kerül, plusz havonta kb. 200–250 dollárba eszközökre, és ebből 200 dollár a Claude Code.

Nem kell kódolnod. Annyit kell tudnod, hogy beszélj, és végiggondold a problémákat.

Krisztián

Tartalom

Mi van benne.

00 **A 90 nap** 4
Minden szakasz és lépés, naptárban.

00 **Hogyan használd** 5
Miért ilyen hosszú, és 3 mód a használatára.

00 **A sorrend** 7
5 szakasz, mindegyiknek egy kapuja.

01 **Mérés** 8
Lásd a vállalkozást, mielőtt megváltoztatod. 12 lépés.

02 **Működés** 48
Vállalj több munkát ugyanazokkal az emberekkel. 12 lépés.

03 **Értékesítés** 80
Fordíts több érdeklődőt ügyféllé, gyorsabban. 12 lépés.

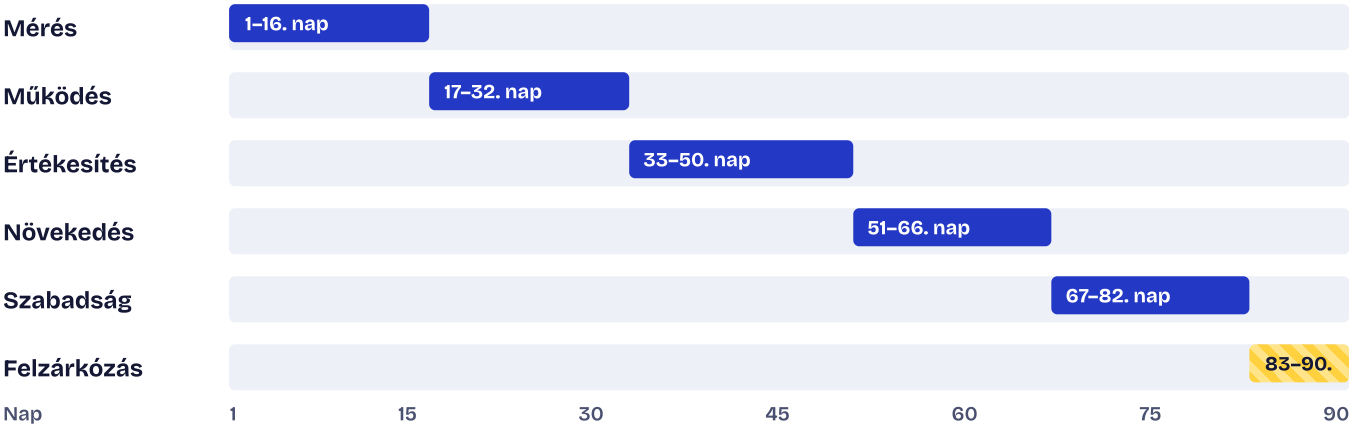
04 **Növekedés** 119
Most hozz több érdeklődőt. 12 lépés.

05 **Szabadság** 161
Vedd ki magad a napi működésből. 12 lépés.

A terv

A 90 nap.

60 lépés. Hétköznaponként egy lépés, hétvégén szünet. Minden lépésnek megvan a maga napja.



	Szakasz	Napok	Hetek	Lépések	A kapu
01	Mérés	1–16. nap	1–3. hét	12	Minden mérve
02	Működés	17–32. nap	3–5. hét	12	3–5× kapacitás
03	Értékesítés	33–50. nap	5–8. hét	12	3–5× több munka
04	Növekedés	51–66. nap	8–10. hét	12	3–5× több érdeklődő
05	Szabadság	67–82. nap	10–12. hét	12	Nélküled is működik

A napok maga az építés

Minden lépés oldalának tetején ott a napja. Hétköznaponként 1 lépés 12 hét. A 83–90. nap a felzárkózásé.

A kapu a szabály

Ne kezdd el a következő szakaszt, amíg a kapu nem teljesül. A 16. napon le vagy maradva? Maradj a Mérésben. A sorrend fontosabb, mint a naptár.

2 gyors nyerés, amit előrehozhatsz

Vidd 5 perc alá a reakcióidőt. Értékesítés, 6. lépés. Kezdd a 9. napon.

Írj vissza minden új érdeklődőnek SMS-ben. Értékesítés, 7. lépés. Kezdd a 9. napon.

Mindkettőhöz csak a Mérés 1–6. lépése kell. Ezek a legkönnyebb nagy nyerések az egész tervben.

Miért ilyen hosszú.

Ne ess pánikba. Nem regényt olvasol.

1
lépés oldalanként

60
lépés, hétköznaponként 1

3,2
oldal lépésenként, átlagosan

- A legtöbb oldal rövid. Minden lépés új oldalon kezdődik, így sok oldal félig üres.
- Nagy része ábra. A legtöbb lépés kap egy képet arról, hogyan működik. Helyet foglalnak. Olvasást spórolnak.
- Minden lépés ugyanúgy épül fel. Ha egyet elolvastál, tudod, hol mi van.
- Csak azt a lépést olvasod, amelyiknél tartasz. Ez kézikönyv, nem könyv. Nyisd ki a mai lépésnél.

Így épül fel minden lépés

01 **Cél.** Mi igaz, amikor végeztél.

02 **Miért most jön ez a lépés.** Mi kell hozzá, és mit nyit meg.

03 **Hogyan.** A mozdulatok, sorrendben.

04 **Eszközök.** Mit használj, és melyik eszköz mit csinál.

05 **Bemenet és kimenet.** Mi megy be, mi jön ki.

06 **Kész, ha.** Az ellenőrzőlista. Minden pipa megvan, aztán tovább.

07 **Gyakori hibák.** Ahol az emberek elbotlanak.

08 **Példa.** Hogyan néz ki egy vállalkozásban.

Mielőtt elkezded

3 mód a használatára.

01
Olvasd el
Hétköznaponként egy lépés. Nyisd ki a mai lépésnél, csináld meg, és pipáld ki az összes „Kész, ha” pontot.

02
Hallgasd meg
Töltsd fel ezt a PDF-et a NotebookLM-be, és kérj belőle hangos összefoglalót szakaszonként. Hallgasd az autóban, aztán térj vissza az oldalakhoz.

03
Add oda az AI-nak
Nincs kedved ennyi oldalt olvasni? Add oda ezt a PDF-et a Claude-nak vagy bármelyik AI-nak. Végigvezet mind a 60 lépésen, sorrendben, a legkönnyebbel kezdve, és mindegyiket követi.

Így add oda

01 Csinálj egy üres mappát.

02 Tedd bele ezt a PDF-et.

03 Nyisd meg a mappát Claude Coworkben vagy Claude Code-ban.

04 Mondd: „Olvasd el a 90 napos AI-tervet, és kezdjük.”

Először a vállalkozásodról kérdez, egyszerre egy kérdést. Aztán megépíti a haladáskövetődet, és elkezdi az 1. lépést.

Később jön

Egy teljes kurzus, amin én vezetlek végig, valódi esettanulmányokkal. Addig ez minden.

A sorrend

5 szakasz, mindegyiknek egy kapuja.

Ne kezdd el a következő szakaszt, amíg ezt be nem fejezted.

1	**Mérés.** Lásd a vállalkozást, mielőtt megváltoztatod.	Kapu: minden mérve
2	**Működés.** Vállalj több munkát ugyanazokkal az emberekkel.	Kapu: 3–5× kapacitás
3	**Értékesítés.** Fordíts több érdeklődőt ügyféllé, gyorsabban.	Kapu: 3–5× több munka
4	**Növekedés.** Most hozz több érdeklődőt.	Kapu: 3–5× több érdeklődő
5	**Szabadság.** Vedd ki magad a napi működésből.	Kész: nélküled is működik

Miért ez a sorrend

- Amit nem látsz, azt nem tudod megjavítani. A mérés jön először.
- A legtöbb tulajdonos azt hiszi, érdeklődő-problémája van. Általában működési probléma, aztán értékesítési.
- Ha túl korán erőlteted a növekedést, több érdeklődőd lesz, de kevesebb ügyfeled. Az üzletek tovább tartanak, és az ügyfelek elmennek.
- Még ha az értékesítés bírja is, a működés általában nem tudja leszállítani a plusz munkát. A szolgáltatás romlik.
- Az AI felgyorsítja azt, ami már ott van, a jót és a rosszat is. Építsd meg a rendszert, aztán gyorsítsd fel.
- Egy kivétel: a reakcióidő a 3. szakaszban van, de ez a legkönnyebb nagy nyerés. Építsd meg korán.

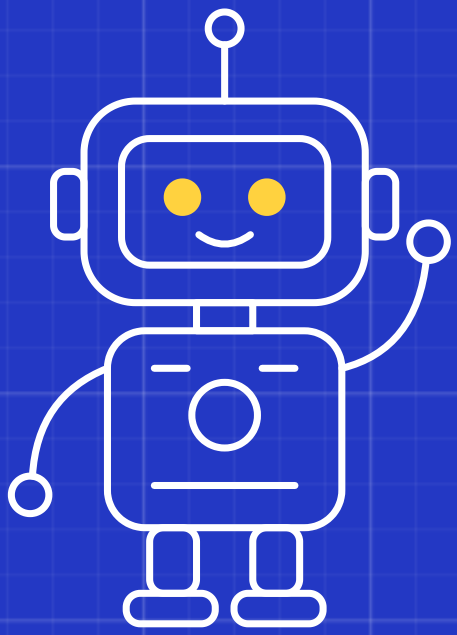
01

A 90 napos AI-terv, 1. fejezet az 5-ből

Mérés

Lásd a vállalkozást, mielőtt megváltoztatod.

1–16. nap



Mi ez a szakasz

Az a beállítás, amivel mindent mérni tudsz, ami a vállalkozást hajtja, mielőtt bármilyen AI bekerülne. A végén egy dátummal ellátott leírásod lesz arról, hol tart ma a vállalkozás.

- Minden érdeklődő, találkozó, árajánlat és üzlet viszi a forrását, az első érintéstől a bankba érkező pénzig.
- Minden munkafolyamat egyetlen ábrán van.
- Egy irányítópult mutatja, mi hajtja a vállalkozást.
- Egy oldal rögzíti a kiinduló állapotot.

Miért itt van

Minden későbbi szakasz megváltoztatja a vállalkozást, és az a változás, amit nem tudsz mérni, csak tippelés. Ehhez semmihez nem kell AI ahhoz, hogy hasznos legyen, de az AI-jal mindez gyorsabban megépül.

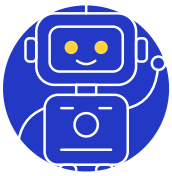
- A Működésnek kell a munkafolyamat-térkép, hogy megtalálja a szűk keresztmetszetet.
- Az Értékesítésnek kell a konverzió és az egyes szakaszokban töltött idő, hogy tudja, melyik szakaszt kell javítani.
- A Növekedésnek kell az egyes csatornák megtérülése, hogy tudja, hová menjen a következő forint.
- A Szabadságnak olyan vállalkozás kell, ami magáról jelent.

A kapu

Ne lépj tovább a Működésre, amíg minden érdeklődő, találkozó, ajánlat és üzlet forráshoz nincs rendelve, a munkafolyamatok nincsenek egy ábrán, a mérés nem fut magától minden nap, és a kiinduló állapot nincs leírva és dátummal ellátva.

Az eszközök röviden

AI	Claude Code, Claude Cowork
Rögzítés	Hangjegyzetek, Wispr Flow, Whisper
Webes mérés	Google Tag Manager, Google Analytics 4, Meta Pixel, LinkedIn Insight Tag
Hirdetési konverziók	Meta Conversions API, Google Ads API
CRM	GHL, HubSpot vagy más
Telefon	SalesMessage vagy GHL telefonszámok
Automatizálás	n8n, ütemezett `claude -p` feladatok
Adatok	SQLite vagy Google Táblázat
Irányítópult	Claude Code-dal épített saját app, Cloudflare Pages-en, Cloudflare Access mögött



Az egy mondat

„Amit nem látsz, azt nem tudod fejleszteni. AI-jal vagy anélkül.”

01

1. fejezet: Mérés, 1. lépés a 12-ből

Állítsd be az AI-odat

Lépés	1 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	1.

Egy működő AI-rendszer:

- [x] Claude Max csomag, Claude Code-dal és Claude Coworkkal
- [x] Wispr Flow, hogy beszélj, ne gépelj
- [x] Egy mappa, ami az egész vállalkozást tartalmazza
- [x] Gmail, Google Naptár és Google Drive bekötve

Miért most jön ez a lépés

Minden későbbi lépés ezen keresztül fut. Kb. egy óra, és minden szakaszban napokat spórol.

Hogyan

1. Fizess elő a Claude Max csomagra, kb. havi 200 dollár. A Claude Code és a Claude Cowork is benne van.
2. Telepítsd a Claude asztali appot. A Cowork benne van. A Claude Code ugyanonnan fut.
3. Telepítsd a Wispr Flow-t. Nyomd le a gombot, és beszélj. A gépelés a leglassabb módja annak, hogy AI-jal dolgozz. A beszéd a leggyorsabb.
4. Csinálj egy mappát a vállalkozásnak, és nevezd el úgy, hogy Vállalkozás. Irányítsd rá a Coworköt és a Claude Code-ot. Minden, amit ez a terv létrehoz, ott lesz.
5. Kösd be az eszközeidet a Claude beállításaiban:
   - Gmail
   - Google Naptár
   - Google Drive
6. Teszteld. Mondd: „Olvasd el ezt a mappát és az emailjeimet, és mondd meg, mivel foglalkozik ez a vállalkozás.” Amit eltéveszt, azt javítsd ki hangosan kimondva.

> **Egy olyan rendszert akarsz, ami el tudja olvasni a vállalkozásodat. Nem 10 appot, amit soha nem nyitsz meg.**

Eszközök

Claude Code	Megépíti az appokat, a mérést és az ügynököket minden későbbi lépésben.
Claude Cowork	Itt futtatod a munkát, és itt mented a skill-fájlokat.
Wispr Flow	Beszéd gépelés helyett.
Google Drive	A közös mappa, amit az AI olvas.

Bemenet

Egy számítógép, egy bankkártya és a belépési adataid

Kimenet

Egy AI-rendszer egy vállalkozási mappával, bekötött emaillel, naptárral és drive-val. Ez táplálja a 2. lépést.

Kész, ha

Tudsz beszélni a Claude-dal a Coworkben, el tudja olvasni a vállalkozási mappát, az emailjeidet, a naptáradat és a drive-odat, és egy valódi kérdésre helyesen válaszol a vállalkozásról.

Gyakori hibák

- ✕ Bent maradni a chatablakban. A Cowork és a Claude Code fájlokat olvas és ment. A chatablak felejt.
- ✕ Mindent begépelni. Beszélj.
- ✕ Kihagyni a bekötéseket. A kontextus nélküli AI általános válaszokat ad.

Példa

Az én saját rendszerem pontosan ez: Claude Code és Cowork, Wispr Flow minden gépen, és bekötött Gmail, Naptár és Drive. Én beszélek, ő olvas, ő épít.



„Nem kell tudnod kódolni. Csak beszélni kell tudnod."

02

1. fejezet: Mérés, 2. lépés a 12-ből

Leltározd fel a vállalkozást

Lépés	2 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	2.

Egy lista:

- ☑ Minden helyről, ahol egy ügyfél megtalálhat
- ☑ Minden helyről, ahová egy érdeklődő beérkezhet
- ☑ Minden eszközről, ami vállalkozási adatot tárol
- ☑ Minden emberről, aki ügyféllel érintkezik

◆ Miért most jön ez a lépés

Csak az 1. lépés AI-rendszere kell hozzá, és minden későbbi lépés ebből dolgozik. Nem tudsz olyan utat mérni, amiről nem tudod, hogy létezik.

Bejáratok	Eszközök	Emberek	Jelenlegi mérés
Weboldal-űrlap	CRM	Recepció	Mérve
Fő telefonszám	Telefonrendszer	Recepció	Mérve
Régi címtári szám	Telefonrendszer	?	Nincs mérés
Foglalási link	Időpontfoglaló szoftver	Tulajdonos	Mérve

◆ Hogyan

1. Nyiss egy Claude Cowork projektet a vállalkozásnak, és nevezd el úgy, hogy Kiinduló mérés. Minden, amit ez a szakasz létrehoz, ott lesz, így az AI később mindet el tudja olvasni.
2. Írd össze az összes bejáratot. Vezesd végig a tulajdonost hangosan, és vedd fel:
   - Weboldal-űrlapok
   - Minden telefonszám, ami bárhol ki van nyomtatva (weboldal, Google Cégprofil, autók, szórólapok, régi címtárak)
   - Email-fiókok és közösségi üzenetek
   - Chat-widgetek és foglalási linkek
   - Betérők és ajánlópartnerek
   - Hirdetési fiókok és értékelőoldalak

3. Írd össze az összes eszközt. Mindegyiknél írd le, kié a belépés, és van-e API-ja (egy mód, amivel szoftver olvasni tudja) vagy exportja:
   - CRM és telefonrendszer
   - Ütemező vagy diszpécserszoftver
   - Pénztár és fizetések
   - Könyvelés és email-marketing
   - Táblázatok, és a falon lógó papírnaptár
4. Írj össze mindenkit, aki ügyféllel érintkezik: ki veszi fel a telefont, ki ad árajánlatot, ki foglal, ki követ utána, ki szedi be a pénzt és ki kezeli a panaszokat.
5. Nézd meg, mi van már mérve. A legtöbb tulajdonos azt mondja, hogy a CRM rögzíti a forrást, ezért nyisd meg, és olvass el kézzel egy mintát a friss érdeklődőkből.
6. Másold be a felvételt a Claude Coworkbe. Kérj 4 táblázatot (Bejáratok, Eszközök, Emberek, Jelenlegi mérés), minden nem mért bejáratot megjelölve.
7. Olvasd fel a táblázatokat a tulajdonosnak és a recepciónak, és javítsd, amit kijavítanak.

> **4 rövid táblázatot és egy hiánylistát akarsz. Nem stratégiai dokumentumot.**

Eszközök

Claude Cowork	Tartja a projektet, és a felvételből elkészíti a 4 táblázatot.
Hangjegyzetek és Wispr Flow	Rögzítik a bejárást és a tulajdonos válaszait, így senki nem gépel.
A CRM (GHL, HubSpot vagy más)	Olvass el kézzel egy mintát valódi érdeklődőkből.

Bemenet

A tulajdonos tudása, a belépések és egy minta valódi CRM-rekordokból

→

Kimenet

A Vállalkozási leltár (Bejáratok, Eszközök, Emberek, Jelenlegi mérés, Hiányok). Ez táplálja a 3. lépést.

Kész, ha

Minden telefonszám, űrlap, email-fiók, hirdetési fiók és eszköz rajta van a listán egy felelőssel, és a recepció elolvasta, és nem talált benne hiányt.

Gyakori hibák

- ✗ Elhinni a tulajdonosnak, hogy a CRM rögzíti a forrást. Nézd meg a rekordokat; az emberek ebből sokat elnéznek.
- ✗ Elfelejteni a régi telefonszámokat a címtárakban és a nyomtatott anyagokon. Ezek a hívások forrás nélkül jelennek meg.
- ✗ Eszközöket listázni a használóik nélkül. Az Emberek oszlopban találja meg a 3. lépés a szűk keresztmetszeteket.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a Google Ads számolta a hívásokat a hirdetéseiben szereplő hívószámon. A CRM kézi átolvasásából kiderült, hogy ez a szám egyetlen hívást sem naplózott soha, így ezeknek az érdeklődőknek egyikének sem volt forrása.

03 Térképezz fel minden munkafolyamatot

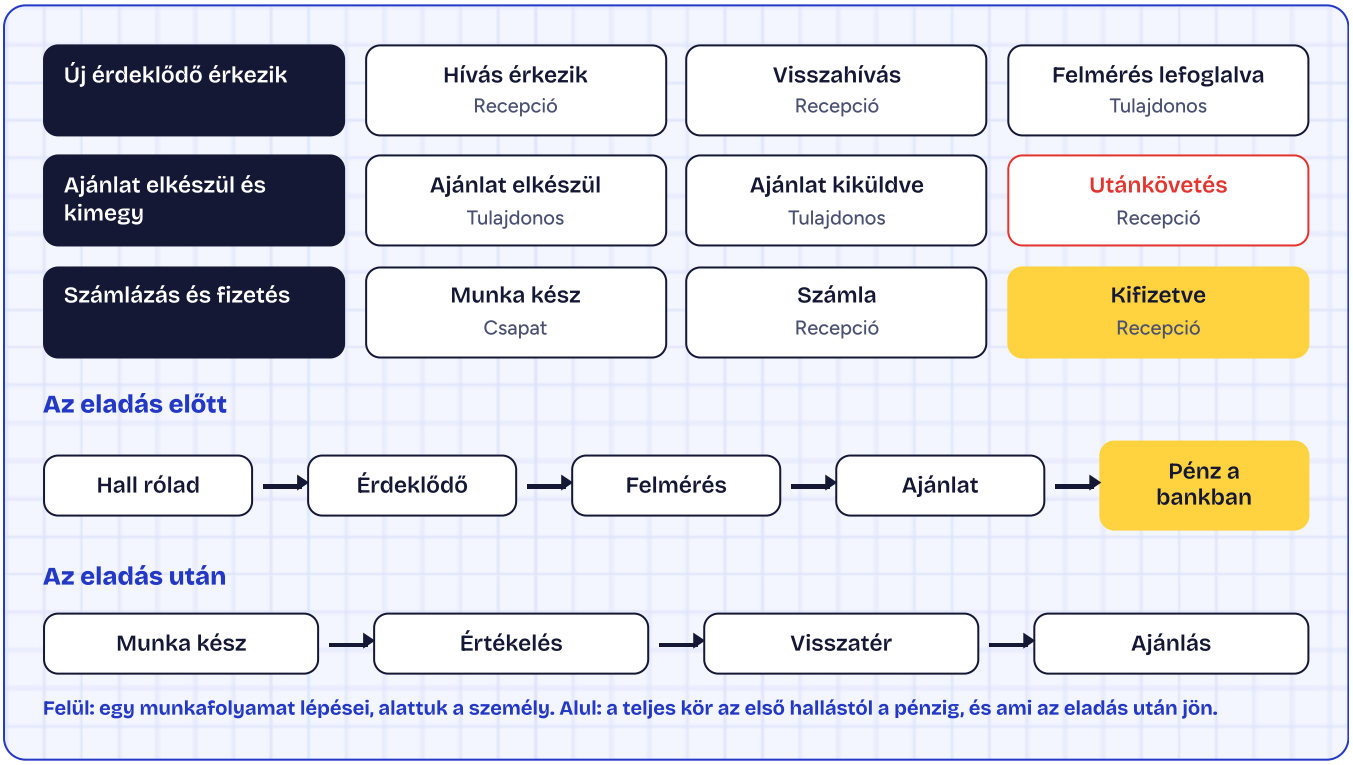
Lépés	3 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	3.

Minden munkafolyamat lépésről lépésre leírva, ezekkel:

- ☑ Ki csinálja
- ☑ Milyen eszközhöz nyúl
- ☑ Mi indítja el
- ☑ Mit ad át a következő lépésnek

◆ Miért most jön ez a lépés

A leltár megmondja, mi létezik. A térkép megmutatja, hogyan mozog a munka, és minden átadás egy hely, ahol a mérésnek rögzítenie kell valamit.



Felül: egy munkafolyamat lépései, alattuk a személy. Alul: a teljes kör az első hallástól a pénzig, és ami az eladás után jön.

◆ Hogyan

1. Kezdd tollal és papírral, ne AI-jal. Rajzold le a vállalkozást attól, hogy valaki először hall rólad, egészen a bankba érkező pénzig, aztán mindent, ami az eladás után jön.
2. Járd végig minden munkafolyamatot azzal, aki csinálja. Kérdezd meg, mi indítja el, mit nyit meg, kinek szól és hol ér véget, és minden bejárást vegyél fel.
3. Hagyj egy felvevőt egy hétre a recepción, és hagyd őket a szokásos módon dolgozni. A hívásokból kiderülnek a valódi kérdések, a valódi átadások és azok a hívások, amiket senki nem vesz fel.

4. Legalább ezeket a munkafolyamatokat fedd le:
   - Új érdeklődő érkezik (űrlap, telefon, üzenet)
   - Az érdeklődőt visszahívják
   - Találkozót vagy felmérést foglalnak
   - Ajánlat készül, kimegy, és utána követik
   - Az üzlet megnyerve vagy elveszítve
   - A munka elkészül
   - Az ügyfél fizet
   - Az ügyfél visszatér, vagy ajánl valakit
5. Minden lépéshez írj 5 mezőt: lépés, személy, eszköz, kiváltó esemény, átadás. Jelölj meg minden lépést, ami papíron vagy valakinek a fejében él.
6. Ne hajszold a tökéletest. Nagy térkép lesz, és egyetlen dolga, hogy megmutassa, hol vannak a szűk keresztmetszetek.

Eszközök

Toll, papír és cetlik	Az első vázlat, mielőtt az AI hozzányúl.
Hangjegyzetek	Vegyél fel minden bejárást, miközben rajzolsz.
SalesMessage vagy GHL telefonszámok	Vegyél fel egy hétnyi valódi recepciós hívást.
Whisper	A bejárásokból és a hívásokból olyan szöveget csinál, amit az AI el tud olvasni.
Claude Cowork	Elolvassa az átiratokat, és minden munkafolyamathoz lépéstáblázatot vázol.

Bemenet

A Vállalkozási leltár, a felvett bejárások és egy hétnyi recepciós hívás

→

Kimenet

Munkafolyamatonként egy lépéstáblázat, plusz a nyers felvételek. Ez táplálja a 4. lépést.

Kész, ha

A lista minden munkafolyamatának van lépéstáblázata, minden lépés megnevez egy személyt és egy eszközt, és aki azt a munkát végzi, megerősítette.

Gyakori hibák

- ✕ Azt a munkafolyamatot feltérképezni, amiről a tulajdonos azt hiszi, hogy létezik, ahelyett, amit a csapat ténylegesen csinál. Járd végig azzal, aki csinálja.
- ✕ AI-jal kezdeni, mielőtt a térkép megvan. Először a működést állítod be; az AI azután jön, hogy megtaláltad a szűk keresztmetszeteket.
- ✕ Kihagyni mindent, ami az eladás után jön. A teljesítésben, a számlázásban és az ismételt munkákban rejtőzik a költség nagy része.

✕ Nem felvenni. A beszélgetés közben írt jegyzetekből kimaradnak az átadások.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a sofőrök minden felvételnél 4 státuszt nyomnak meg egy diszpécser-appban, az „úton vagyok”-tól a „felpakolva”-ig. Az app naplójából kiderült, hogy sok munkánál mind a 4-et ugyanabban a pillanatban nyomták meg, utólag.

A papíron lévő munkafolyamat nem az volt, amit a sofőrök ténylegesen csináltak, így az időzítés csak néhány munkánál volt valós.



„Ne aggódj, ha nem tökéletes. A lényeg, hogy lásd, hol vannak a szűk keresztmetszetek.”

04 Alakítsd a térképet egyetlen ábrává

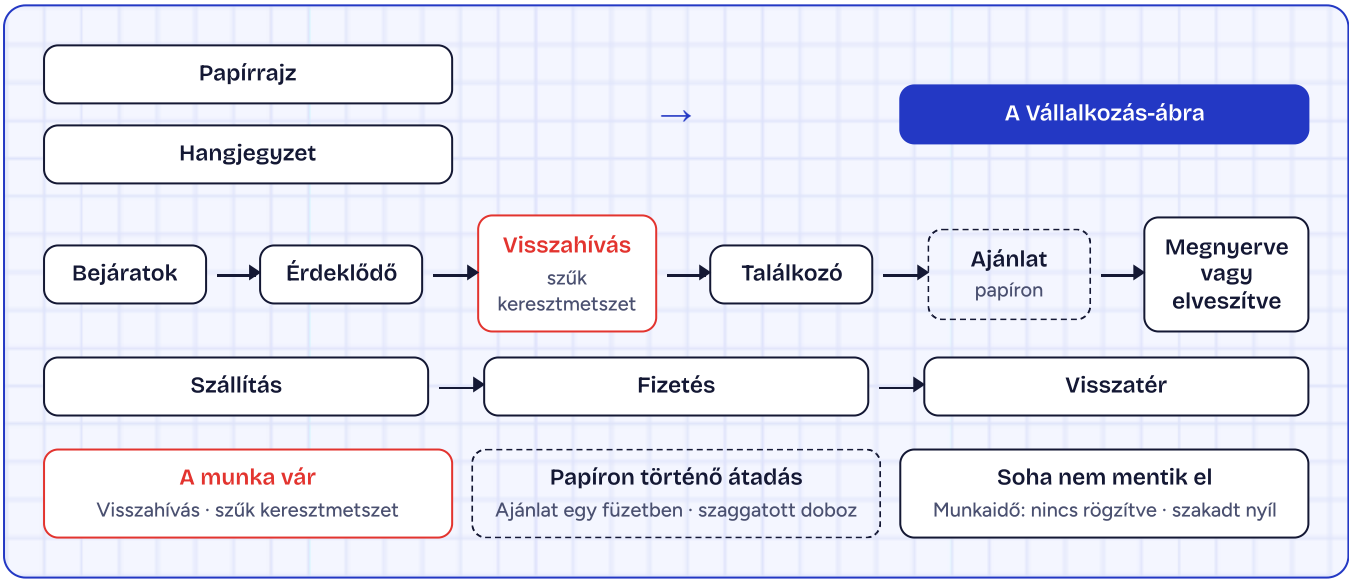
Lépés	4 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	4.

Egyetlen ábra, ami egy oldalon elmagyarázza az egész vállalkozást, ezekkel megjelölve:

- ☑ Minden szűk keresztmetszet
- ☑ Minden papíron történő átadás
- ☑ Minden hely, ahol adat keletkezik, de soha nem mentik el

◆ Miért most jön ez a lépés

Egy halom lépéstáblázatot senki nem tud elolvasni. Egyetlen ábrából dolgozik a tulajdonos, a csapat és az AI, és ott döntöd el, mit mérj.



◆ Hogyan

1. Fotózd le a papírrajzot. Tedd bele, a lépéstáblázatokkal és az átiratokkal együtt, egyetlen Claude Code vagy Claude Cowork munkamenetbe.
2. Vegyél fel egy hangjegyzetet, amiben elejétől a végéig végigbeszéled a rajzot, és küldd el a fotóval együtt.

3. Kérj az AI-tól egyetlen ábrát, balról jobbra, minden dobozban a személlyel és az eszközzel:
   - Bejáratok
   - Érdeklődő
   - Visszahívás
   - Találkozó vagy felmérés
   - Ajánlat
   - Megnyerve vagy elveszítve
   - Szállítás
   - Fizetés
   - Visszatérés vagy ajánlás
4. Kérd meg, hogy jelöljön meg 3 dolgot: ahol a munka vár, ahol az átadás papíron vagy fejből történik, és ahol az adatot soha nem mentik el.
5. Kérd meg, hogy magyarázza el neked a vállalkozást csak az ábra alapján. Ha a magyarázat rossz, az ábra rossz, úgyhogy javítsd ki, és ismételd.
6. Csináltass belőle a Claude Code-dal egyetlen weboldalt, amit telefonon is meg tudsz nyitni és ki tudsz nyomtatni.
7. Mutasd meg a tulajdonosnak és a csapatnak. Az első reakciójuk általában a valódi szűk keresztmetszetre mutat.

◆ Eszközök

Claude Code	Az ábrát egy fájlból álló weboldalként építi meg, amit később frissíthetsz.
Claude Cowork	Ugyanez a feladat, ha nem futtatsz Claude Code-ot; elolvassa a fotót és a hangjegyzetet.
Mermaid	Szöveges formátum ábrákhoz, ha kézzel akarod szerkeszteni egy dokumentumon belül.

Bemenet
A lépéstáblázatok, a papírrajz és a hangjegyzet

→

Kimenet
A Vállalkozás-ábra, megjelölt szűk keresztmetszetekkel, papíron történő átadásokkal és elvesző adatokkal. Ez táplálja az 5. lépést (mit mérj) és a 2. szakaszt (mit javíts).

Kész, ha
A tulajdonos előzmények nélkül elolvassa az ábrát, és azt mondja: „ez a vállalkozás”, és az AI el tudja magyarázni a vállalkozást csak az ábrából.

◆ Gyakori hibák

✕ Egy halom ábra egy helyett. Ha nem fér el egy oldalon, zoomolj ki, és linkeld a részleteket.

- ✗ Hagyni, hogy az AI lépéseket találjon ki. Kérd meg, hogy minden doboz mögött mutassa meg a lépéstáblázat sorát.
- ✗ Most javítani a szűk keresztmetszeteket. Jelöld meg őket, és lépj tovább; előbb kell a kiinduló állapot, hogy bizonyítsd, a javítás működött.

◆ Példa

Egy kertépítő cég ábráján a felmérési kérések a tulajdonos mobiljára mennek, az árajánlatokat egy füzetbe írják az autóban, a brigád beosztása pedig a tulajdonos fejében van. Mind a 3 meg van jelölve: nincs nyoma, ki hívott, az ajánlatok soha nem jutnak el a CRM-be, és nincs nyoma a munkánkénti időnek.



„Dolgozz az AI-jal, és építs egy ábrát, ami el tudja magyarázni a vállalkozásodat."

05 Rögzítsd a szakaszokat és a forráslistát

Lépés	5 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	5.

Minden, ami belép a CRM-be, viszi:

- ☑ A forráskategóriát
- ☑ Az UTM-eket
- ☑ A kattintásazonosítót
- ☑ A csatornát

És minden csatorna ugyanazon az 5 szakaszon megy végig, egyszer leírva.

Miért most jön ez a lépés

Mielőtt bármit bekötnél, minden eszköznek egyet kell értenie abban, mi az érdeklődő, mi a minősített érdeklődő és mit jelent a megnyert. Ha előbb kötsz be, egy hónapot töltesz mezők átnevezésével.



Forráslista · utm_source | Fizetett Google | Fizetett Meta | Fizetett LinkedIn | Google Cégprofil

Egy felcímkézett link

`utm_source`	`google`	`A platform`
`utm_medium`	`cpc`	`Fizetett vagy organikus`
`utm_campaign`	`cegneved-leadek-202611`	`Vállalkozás, cél, hónap`
`gclid`	`A Google állítja be`	`A kattintásazonosító`

Hogyan

1. Rögzíts 5 szakaszt, és használd minden csatornára. A fizetett, az organikus, az ajánlás és a telefon is ugyanúgy számít:
   - A1, figyelem: valaki láthat téged (megjelenés, profilmegtekintés).
   - A2, cselekvés: valaki kattintott, hívott egy profilról, vagy útvonaltervet kért.
   - L1, az érdeklődő: valaki jelentkezik (űrlap, hívás, üzenet, foglalás). Itt kezdődik a reakcióidő.
   - L2, a minősített lépés: az esemény, ami valódi szándékot bizonyít, például egy lefoglalt felmérés vagy konzultáció.
   - W1, megnyerve: a pénz pillanata, amikor fizet, aláír vagy átveszi.

2. Add hozzá a köztes szakaszokat, amik nálad tényleg léteznek, például a megtartott találkozót vagy a kiküldött ajánlatot. Írd le a pontos eseményt, ami egy rekordot az egyes szakaszokba visz.
3. Írj egy rögzített forráslistát, csatornánként egy kategóriával. Például:
   - Fizetett Google, Fizetett Meta, Fizetett LinkedIn
   - Google Cégprofil
   - Organikus keresés, Organikus közösségi
   - Ajánlás, Email, Közvetlen, Egyéb
4. Kösd az UTM-eket (a link címkéi, amik megmondják, honnan jött egy kattintás) ehhez a listához:
   - Az utm_source a platform.
   - Az utm_medium: paid, cpc, organic, social vagy email.
   - Az utm_campaign: vállalkozás, cél, év és hónap, például cegneved-leadek-202611.
   - Mindig tartsd meg a kattintásazonosítót (a platform saját címkéje egy hirdetéskattintáson, például gclid vagy fbclid).
5. Írd le a hiányzó adat szabályát: a forrás nélküli érdeklődő az Egyéb kategóriába kerül, átnézésre megjelölve. Soha nem üres.
6. Tedd mindezt egy rövid Mérési tervbe a Cowork projektben. Ellenőriztesd az AI-jal az ábrához képest, hogy minden nyíl, ami érdeklődőt hoz létre vagy szakaszt léptet, egy eseményhez legyen rendelve.

> **Ezt később bonyolíthatod. Előbb ezeket rögzítsd, és a terv többi része sokkal egyszerűbb lesz.**

Eszközök

Claude Cowork	Megírja a Mérési terv vázlatát, és ellenőrzi az ábrához képest.
GHL, HubSpot vagy más	A szakaszokból értékesítési szakaszok lesznek, a forráslistából pedig kötelező mező a 6. lépésben.
Google Táblázat	A csatornalista, csatornánként egy sor a kategóriájával és az UTM-forrásával. Új csatorna, új sor.

Bemenet

A Vállalkozás-ábra és a leltár Bejáratok része

→

Kimenet

A Mérési terv (a szakaszok és a kiváltó eseményeik, a forráslista, az UTM-szabályok, a hiányzó adat szabálya). Ez táplálja a 6–11. lépést.

Kész, ha

Minden szakasznak egy leírt kiváltó eseménye van, minden bejárat egy forráskategóriához tartozik, és a tulajdonos jóváhagyta, mi számít érdeklődőnek, minősített érdeklődőnek és megnyert üzletnek.

Gyakori hibák

- ✗ Hagyni, hogy minden eszköz maga határozza meg az érdeklődőt. A hirdetési platformok, az analitika és a CRM mind más számot adnak; a CRM a hivatalos szám.
- ✗ Szabad szöveges források. Az egyik ember Facebookot ír, a másik FB-t, a harmadik Metát, úgyhogy használj legördülő listát.
- ✗ Az ajánlatnál számolni a megnyert üzletet a pénz helyett. Ha az aláírt ajánlatok gyakran nem fizetnek, a megnyert a kifizetés.

◆ Példa

A vállalkozásoknál, amikkel dolgoztam, az A1–L1 mindenhol ugyanazt jelentette, és csak az L2 változott a vállalkozással. Egy esküvőhelyszínen ez egy lefoglalt bejárás; egy használtautó-felvásárlónál egy egyeztetett elszállítás; egy élelmiszeres vállalkozásnál egy aláírt ajánlat.



„Válassz 2 szakaszt, és mondd ki: ez egy érdeklődő, és ez egy minősített érdeklődő."

06 Rendelj forrást minden érdeklődőhöz már a beérkezéskor

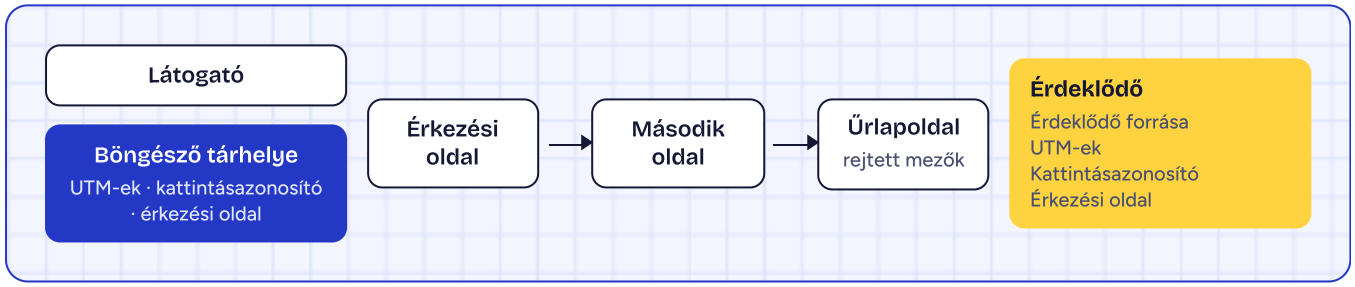
Lépés	6 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	8.

Minden érdeklődő a létrejöttének pillanatától viszi ezeket, bármelyik ajtón jött is be:

- ☑ Forráskategória
- ☑ UTM-ek
- ☑ Kattintásazonosító
- ☑ Érkezési oldal

Miért most jön ez a lépés

A Mérési terv megmondja, mit rögzíts; ez a lépés eléri, hogy minden ajtó rögzítse. A beérkezéskor beállított forrás az alap, az utólag hozzáadott forrás csak tipp.



Hogyan

1. Telepítsd a Google Tag Managert (egy tároló, ami minden mérőcímkét tartalmaz) az oldalra. Benne:
   - Google Analytics 4
   - Meta Pixel
   - LinkedIn Insight Tag, ha futtatsz LinkedInt
   - Google Ads konverziós címke és konverziós linker, hogy a kattintásazonosító megmaradjon
2. Az oldal küldjön elnevezett eseményeket, és továbbítsa őket a hirdetési platformoknak. Cselekvésekből küldd őket, ne oldalmegtekintésekből:
   - Érdeklődő elküldve
   - Telefonszámra kattintott
   - Emailre kattintott
   - Foglalásra kattintott

3. Tegyél egy kis rögzítő szkriptet minden oldalra. Érkezéskor elmenti ezeket a böngészőben, így megmaradnak annál a látogatónál is, aki 3 oldalt elolvas, mielőtt kitölti az űrlapot:
   - Első és utolsó érintés UTM-jei
   - Minden kattintásazonosító
   - Érkezési oldal és hivatkozó
4. Adj rejtett mezőket minden űrlaphoz, és töltsd ki őket ebből a mentett adatból. Az űrlap érintetlenül küldi őket a CRM-be.
5. Hozd létre a megfelelő mezőket a CRM-ben: Érdeklődő forrása (az 5. lépés legördülő listája), UTM-ek, kattintásazonosítók és érkezési oldal. A GHL-ben az érdeklődő-munkafolyamatban rendeld az űrlapot ezekhez a mezőkhöz; a HubSpotban a mezőnek léteznie kell a kapcsolaton és az űrlapon is, különben szó nélkül elvész.
6. Fedd le a többi ajtót is:
   - A hirdetési platformok űrlapjai n8n-en vagy a CRM saját kapcsolatán keresztül jönnek be, a kategóriával már a beérkezéskor beállítva.
   - Kézi bevitelnél az Érdeklődő forrása kötelező mező.
   - A foglalási linkek továbbadják az UTM-eket.
7. Címkézd fel UTM-ekkel a Google Cégprofil weboldal-linkjét, hogy a profilkattintások ugyanúgy számítsanak, mint minden más csatorna.
8. Tesztelj minden ajtót. Küldj be egy teszt-érdeklődőt minden űrlapon, hirdetési űrlapon és foglalási linken egy felcímkézett linkről, aztán nézd át a CRM-rekordot mezőről mezőre.
9. Futtass napi ellenőrzést: számold meg a tegnapi érdeklődőket, akiknek Egyéb vagy üres a forrása. Ha 0 fölött van, meg kell nézni.

◆ Eszközök

Google Tag Manager	Egy tároló minden címkének, így az oldal kódja csak egyszer változik.
Google Analytics 4	A forgalmat méri; nem ez a hivatalos érdeklődőszám.
Meta Pixel és LinkedIn Insight Tag	Böngészős eseményeket küldenek a hirdetési platformoknak.
Google Ads konverziós címke	Megtartja a kattintásazonosítót, és rögzíti a konverziót.
GHL, HubSpot vagy más	Tartja az Érdeklődő forrása mezőt, a címkéket és az érdeklődő-munkafolyamatokat.
n8n	A hirdetési platformok érdeklődőit már beállított kategóriával hozza be a CRM-be.
Claude Code	Megírja a rögzítő szkriptet, a rejtett mezőket és a tesztelési tervet.

Bemenet

A Mérési terv, a weboldal, a CRM és minden űrlap

Kimenet

Minden érdeklődő a forrásával, UTM-jeivel és kattintásazonosítójával jön létre, plusz egy tesztnapló minden ajtóról. Ez táplálja a 7. és a 9. lépést.

Kész, ha

Egy teszt-érdeklődő minden webes ajtón keresztül a helyes kategóriával és kattintásazonosítóval érkezik a CRM-be, a napi üresforrás-ellenőrzés fut, és a friss érdeklődők elérik a célt. A cél: az érdeklődők 95%-ának valódi forrása van.

Gyakori hibák

- Megbízni a CRM automatikus forrásában. A kapcsolaton keresztül érkező érdeklődők gyakran offline-ként vagy közvetlenként jelennek meg, úgyhogy a kategóriát te állítsd be.
- Csak az űrlapoldalról olvasni az UTM-eket. A látogató máshol érkezett, és az UTM-ek eltűnnek, hacsak a szkript el nem mentette őket.
- Megváltoztatni az űrlap működését a mérés kedvéért. A mérés csak rejtett mezőket és szkripteket ad hozzá, így az űrlap tovább működik.
- Opcionálisan hagyni a kézi bevitelt. A recepció egy zsúfolt napon ki fogja hagyni.

Példa

Egy esküvőhelyszínen, akikkel dolgoztam, a Meta hirdetési linkjei a nyers {{campaign.id}} helyőrző szöveget küldték a CRM-be a valódi kampány helyett. Az, hogy minden ajtót mezőről mezőre tesztelsz, így fogod meg az ilyet.



„Tisztességes forráskövetést akarsz, a tetejétől az aljáig."

07

1. fejezet: Mérés, 7. lépés a 12-ből

Mérd a telefont

Lépés	7 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	9.

Minden hívás:

- ☑ Forráshoz naplózva
- ☑ Felvéve és leírva
- ☑ Időzítve, a csörgéstől a felvételig
- ☑ Az érdeklődő rekordjához kötve, a nem fogadott hívásokat is beleértve

Miért most jön ez a lépés

A 6. lépés lefedi a webet. A legtöbb szolgáltató vállalkozásnál a telefon a legnagyobb ajtó, és azt senki nem méri, így a telefonos érdeklődők közvetlenként landolnak, és rossz csatorna kapja az érdemet.



Hogyan

1. Adj minden csatornának saját követőszámot. A weboldalon cseréld a számot forrás szerint, hogy minden látogató azt a számot lássa, ami ahhoz tartozik, ahonnan jött:
   - Google Cégprofil
   - Google Ads hívások
   - Meta
   - Nyomtatott anyag
2. Irányíts át minden követőszámot a fő vonalra, így a recepciónak semmi nem változik.
3. Minden hívás hozzon létre vagy frissítsen egy CRM-kapcsolatot annak a számnak a forrásával, amin beérkezett, és naplózza rajta a hívást.
4. Kapcsold be a hívásrögzítést a jogszabály által előírt tájékoztatással, és írasd le minden felvételt.
5. Naplózd a nem fogadott hívásokat, a munkaidőn kívüli hívásokat és a hangpostákat külön eseményként. Ezek is érdeklődők, és itt a legrosszabb a reakcióidő.

6. Rögzítsd, mikor hívott az érdeklődő, és mikor vette fel valaki először ténylegesen vagy hívta vissza. Ez a különbség a telefonos érdeklődők reakcióideje.
7. Az AI minden nap olvassa el az átiratokat, és címkézzen fel minden hívást: új érdeklődő, meglévő ügyfél, beszállító vagy spam. Csak az új érdeklődők számítanak L1-nek.

Eszközök

SalesMessage vagy GHL telefonszámok	Csatornánként egy követőszám, a hívások felvéve és a kapcsolaton naplózva.
Whisper	Leírja a felvételeket.
Claude Code	Megírja a napi feladatot, ami felcímkézi az átiratokat, és visszaírja a címkéket a CRM-be.
Google Ads API	A hirdetésekből jövő hívásokat konverzióként számolja, a követőszámon keresztül összekötve a CRM-mel.

Bemenet
A leltár telefonszámai és a forráslista

→

Kimenet
Minden hívás naplózva forrással, felvétellel, átirattal, címkével és felvételi idővel. Ez táplálja a 9. és a 11. lépést.

Kész, ha
Egy teszthívás minden követőszámra megjelenik a CRM-ben a helyes forrással, felvétellel és átirattal, és a nem fogadott hívások külön eseményként látszanak.

Gyakori hibák

- ✗ Egy szám mindenhol. Minden hívás egyformának látszik, és a telefon soha nem kap érdemet.
- ✗ Minden hívást érdeklődőnek számolni. Az ügyfelek, a beszállítók és a spam felfújják a számot, úgyhogy címkézd ki őket.
- ✗ Figyelmen kívül hagyni a nem fogadott hívásokat. Ezek az elveszített érdeklődők, és egy jelentés, ami csak a fogadott hívásokat számolja, soha nem mutatja meg őket.
- ✗ Kattintásazonosítót várni a telefonos érdeklődőknél. Egy hirdetésből jövő hívás nem visz kattintásazonosítót a CRM-be; a követőszám a kapocs.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a fő vonalon leállt a hívásnaplózás a CRM-be, és a hívások kapcsolatrekord nélkül jöttek tovább. Amikor a reakcióidő-nézetet építettük, azt is észrevettük, hogy a felvételig eltelt időt sehol nem mentették; ehhez magából a telefonrendszerből kell a csörgés ideje.



„Ha nem veszed fel a telefont, felhívják a következő céget a Google-ön.”

08 Küldd vissza az eredményeidet a hirdetési platformoknak

Lépés	8 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	10.

A Meta és a Google a valódi eredményeidből tanul, egyenesen a CRM-edből küldve:

- ☑ L1, az érdeklődő
- ☑ L2, a minősített lépés
- ☑ W1, a megnyert üzlet, az értékével

◆ Miért most jön ez a lépés

A 6. és a 7. lépés bejuttatja az igazságot a CRM-be. Ez a lépés visszaküldi, így a hirdetési platformok olyan érdeklődőket hajszolnak, akikből pénz lesz, és a számaid túlélik a hirdetésblokkolókat.



◆ Hogyan

1. Válaszd ki, milyen eseményeket küldesz: L1, L2 és W1 az értékével. Ha már van elég mennyiség, hagyd, hogy a platformok az L2-re vagy a W1-re optimalizáljanak; az L1 egyedül arra tanítja őket, hogy űrlapkitöltőket találjanak.
2. Meta: állítsd be a Conversions API-t a vállalkozás adatkészletén. Minden eseményt hashelt emaillel és telefonszámmal, az esemény idejével és egy olyan eseményazonosítóval küldj, ami megegyezik a Pixel-eseményével, így a Meta egyszer számolja.
3. Mielőtt egy Meta tokent használsz, ellenőrizd, hogy a jó adatkészletre mutat, és mindig add meg az adatkészlet azonosítóját. Teszteld egy üres eseménylista elküldésével: egy validációs hiba azt jelenti, hogy tud írni, egy jogosultsági hiba azt, hogy nem.
4. Egyedi eseménynévvel tesztelj, soha ne Lead vagy Purchase névvel, így egy teszt soha nem számíthat valódi konverziónak.
5. Google Ads: kapcsolódj a Google Ads API-n keresztül. Amikor egy üzlet eléri az L2-t vagy a W1-et, küldd el a mentett gclid-del (a Google kattintásazonosítója) és az értékével, így a Google látja, mely kattintásokból lettek ügyfelek.
6. LinkedIn, ha futtatod: ugyanezeket az eseményeket küldd a LinkedIn Conversions API-n keresztül.
7. Építsd meg egyetlen feladatként. Az n8n vagy egy ütemezett szkript kiolvassa a szakaszváltásokat a CRM-ből, elküldi őket minden platformra, és naplóz minden küldést és minden hibát.

8 Másnap nézd meg minden platform eseményjelentését: beérkezett események, egyezési minőség, és nincs dupla számolás.

Eszközök

Meta Conversions API	Az eseményeidet a saját szerveredről küldi a Metának.
Google Ads API	A minősített érdeklődőket és a lezárt üzleteket a gclid-del küldi a Google-nek.
LinkedIn Conversions API	Ugyanez a LinkedInnek.
n8n	Figyeli a CRM szakaszváltásait, és elküldi az eseményeket.
Claude Code	Megírja és teszteli a feladatot és a naplóját.
GHL, HubSpot vagy más	A szakaszváltás, ami minden küldést elindít.

Bemenet

CRM-rekordok kattintásazonosítókkal, kapcsolati adatokkal és szakaszváltásokkal

→

Kimenet

L1, L2 és W1 események minden hirdetési platformon, küldési naplóval. Ez táplálja a 9. lépést, később pedig a Növekedést.

Kész, ha

Egy L1-en, L2-n és W1-en végigléptetett tesztrekord minden platformon megjelenik a megfelelő teszteseményként, egyszer számolva, és a küldési napló azóta nem mutat hibát.

Gyakori hibák

- ✕ A Meta tokent a felsorolt jogosultságai alapján megítélni. A lista mutathat csak olvasást, miközben a token rendben ír, úgyhogy az írást teszteld.
- ✕ Egy token több vállalkozáshoz. Telepítés előtt nézd meg az adatkészletet, különben egy másik vállalkozás adatait töltöd fel, a tiédet pedig üresen hagyod.
- ✕ Valódi eseménynevekkel tesztelni. Egy teszt Purchase valódi konverzió lesz a jelentésben és a licitálásban.
- ✕ Csak az L1-et küldeni. A platformok megtanulják megtalálni az űrlapkitöltőket, nem a vásárlókat.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a telefonhívások nem visznek kattintásazonosítót. A cég saját nyilvántartásából feltöltjük a telefonos érdeklődőket a Google Ads-be, így a Google a hívásokat is számolja az űrlapok mellett.

09 Vidd tovább a forrást a találkozókon, ajánlatokon és üzleteken

Lépés	9 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	11.

Minden üzlet viszi:

- [x] A beérkezéskor beállított forrást, minden szakaszon át
- [x] Egy időbélyeget minden szakaszváltáson
- [x] Egy okot, ha elveszett
- [x] A kifizetést, ha megnyerték

Miért most jön ez a lépés

Az érdeklődőn lévő forrás megmondja, melyik csatorna hozza a jelentkezőket. A pénzkérdés az, hogy melyik csatorna hoz ügyfeleket, és ehhez kell a forrás az üzleten és egy időpont minden szakaszon.



Hogyan

1. Építsd fel a CRM értékesítési folyamatát a Mérési tervből: definíciónként egy szakasz, sorrendben, a kiváltó eseménnyel a szakasz leírásában.
2. Másold át a forrást, az UTM-eket és a kattintásazonosítókat a kapcsolatról minden üzletre. Ha az ügyfél egy másik csatornán tér vissza, naplózd második érintésként; az elsőt soha ne írd felül.
3. Tégy időbélyeget minden szakaszváltásra. A legtöbb CRM vezet szakasz-előzményt; győződj meg róla, hogy be van kapcsolva, és ki tudod exportálni.
4. Naplózd a találkozókat: lefoglalva, megtartva vagy nem jelent meg. A naptárfoglalások maguktól hozzák létre a találkozót az üzleten.
5. Naplózz minden ajánlatot: létrehozva, kiküldve, aláírva és összeg. A papíron vagy táblázatban készült ajánlatot még aznap be kell vinni, és ez a szabály bekerül a munkafolyamatba.

6. Tedd kötelezővé a megnyert és elveszített jelölést. Az elveszítetthez kell egy ok egy rövid listából:
   - Ár
   - Időzítés
   - Mást választott
   - Nem válaszol
   - Nem illik hozzánk
7. Őrizd meg, mi hangzott el. Csatold az üzlet elvesztése előtti utolsó hívás átiratát, és az AI minden héten csoportosítsa az okokat.
8. Kösd be a pénzt. Kapcsold be a fizetési rendszert, hogy a W1 a tényleges kifizetés legyen, az üzlethez email, telefonszám vagy számlaszám alapján párosítva.
9. Futtass havi szivárgás-ellenőrzést:
   - Forrás nélküli üzletek
   - Egy szakaszban beragadt üzletek
   - Kifizetés nélkül megnyert üzletek
   - Üzlet nélküli kifizetések

◆ Eszközök

GHL, HubSpot vagy más	Értékesítési folyamatok, szakasz-előzmény, találkozók, ajánlatok, megnyert és elveszített.
A naptáreszközöd, a CRM-hez kötve	A találkozók az üzleten jönnek létre.
Square, Shopify vagy a számlázóprogramod	A kifizetés, amitől a W1 valódi.
QuickBooks vagy a könyvelőprogramod	A számla és a kifizetés nyilvántartása, ha ott számlázol.
Whisper és Claude Cowork	Leírják és csoportosítják az elveszített üzletek hívásait.
n8n	Párosítja a kifizetéseket az üzletekkel.

Bemenet

Forráshoz rendelt érdeklődők és hívások, és a Mérési terv szakaszai

→

Kimenet

Üzletek, amik viszik a forrásukat, időbélyeges szakasz-előzménnyel, naplózott találkozókkal és ajánlatokkal, elvesztési okokkal és üzletekhez párosított kifizetésekkel. Ez táplálja a 10. lépést.

Kész, ha

Válassz ki bármelyik fizető ügyfelet a múlt hónapból, és a CRM-en belül vissza tudod követni a csatornáját, minden szakaszának dátumát és az ajánlatot, amit aláírt, anélkül, hogy bárkit megkérdeznél.

◆ Gyakori hibák

- ✕ Örökre nyitva hagyott üzletek. Ha senki nem jelöli megnyertnek vagy elveszítettnek, nem tudod mérni a konverziót, és elvesztési okok soha nem lesznek.
- ✕ A CRM-en kívül élő ajánlatok. Az ajánlati lépés láthatatlanná válik, és gyakran ott a legnagyobb lemorzsolódás.
- ✕ Felülírni az első forrást, amikor egy ügyfél visszatér. Tartsd meg, és naplózd az új érintést.
- ✕ Az aláírt ajánlatot megnyertnek nevezni, amikor a pénz soha nem érkezik meg.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a szakasznapló sok olyan üzletet mutatott, amit egyenesen az „elszállítás egyeztetve” szakaszba hoztak létre, kihagyva a minősítést és az ajánlatot. Az üzlet értéke mező is üresen maradt, így a nyitott folyamat összege semmit nem jelentett.

A javítás: megszámolni a kihagyásokat, utólag pótolni őket, és kitölteni az értéket.



„Mit mondtak azon az utolsó hívásen, mielőtt elvesztettük őket?”

10 Építsd meg a belső mérési adatbázist

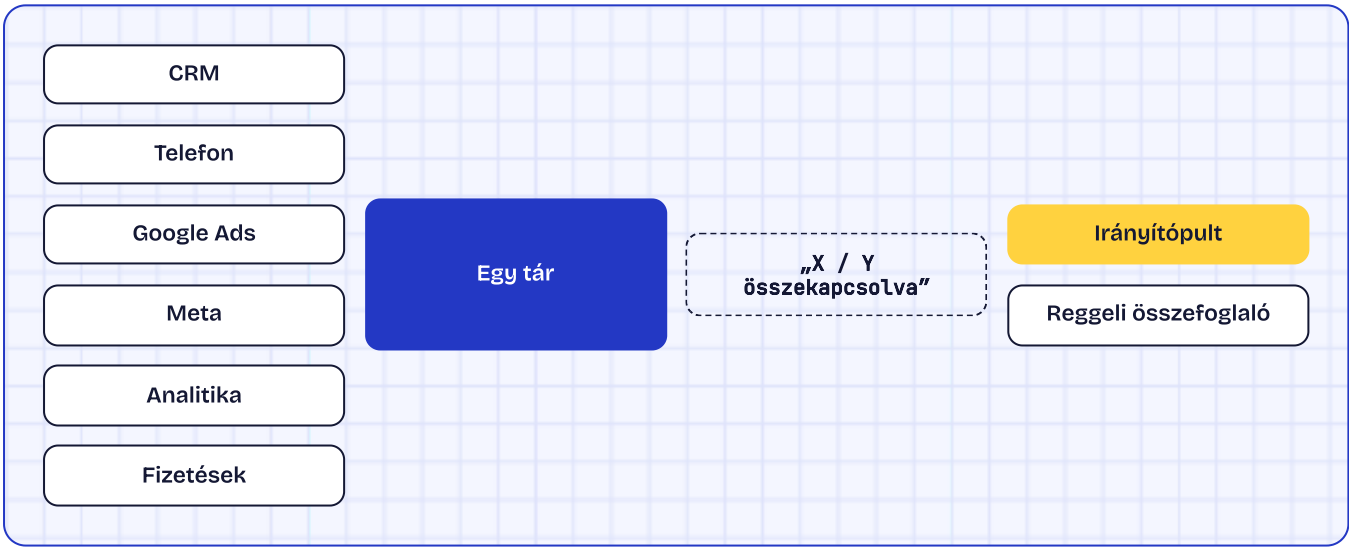
Lépés	10 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	12.

Egy tár, ahol:

- ☑ Minden eszköz minden száma minden nap beérkezik
- ☑ A táblák tiszta kulcsokon kapcsolódnak
- ☑ Az AI és az irányítópult is innen olvas

◆ Miért most jön ez a lépés

Az adatok most több eszközben élnek. Egy irányítópult, ami minden eszközt élőben hív, lassú, és összeomlik, ha egy belépés hibázik; egy ütemezetten frissülő tár teszi megbízhatóvá a 11. lépést.



◆ Hogyan

1. Válaszd ki a tárat. Google Táblázat egy kicsi, kis forgalmú vállalkozásnak; SQLite (egy egyszerű, egyfájlos adatbázis), ha már ezernyi rekord van, vagy több forrást kell összekapcsolni.
2. Hozd létre a táblákat:
   - Érdeklődők és hívások
   - Üzletek, szakaszváltások és ajánlatok
   - Kifizetések
   - Hirdetési költség csatornánként, naponta
   - Weboldal-látogatások csatornánként, naponta
3. Válaszd ki az összekötő kulcsokat (a mezőket, amik egyik táblát a másikhoz kapcsolják), és tartsd őket csupaszon. Használd a CRM kapcsolatazonosítót, az üzletazonosítót, a megtisztított emailt és telefonszámot, a kattintásazonosítót, a dátumot és a forráskategóriát; szabad szöveget ne.

4. Írj forrásonként egy lehúzó feladatot. Mindegyik megírja a saját tábláját, és naplózza, hány sor jött be:
   - A CRM
   - A telefonrendszer
   - Google Ads és Meta
   - Google Analytics 4
   - A fizetési rendszer
5. Írj egy összekapcsoló lépést, ami minden kapcsolásnál naplózza: „X / Y összekapcsolva”, és megnevezi, mi nem egyezett. A csendben elhasaló kapcsolás a leggyakoribb módja annak, hogy egy irányítópult hazudjon.
6. Ütemezd: óránként az érdeklődőket és a hívásokat, ha élőben figyeled a reakcióidőt, naponta a többit.
7. Adj hozzá egy AI-összefoglalót. Egy ütemezett `claude -p` feladat minden reggel elolvassa a tárat, és rövid jegyzetet ír arról, mi változott, és mi néz ki rosszul.
8. Írj egy 1 oldalas adatszótárat: minden tábla, minden mező, honnan jön, és milyen gyakran frissül.

Eszközök

SQLite	A tár, ha a mennyiség vagy a kapcsolások megkívánják.
Google Táblázat	A tár egy kisvállalkozásnak.
n8n	Lehúz az egyszerű export nélküli eszközökből, és ütemezetten mozgatja az adatokat.
Claude Code	Megírja az összes lehúzó feladatot, az összekapcsoló lépést és a kapcsolásszám-naplót.
Ütemezett `claude -p`	A reggeli összefoglaló, a saját gépeden futtatva, és oda küldve, ahol a csapat olvassa.
Windows Feladatütemező vagy a tárhelyed ütemezője	Futtatja a feladatokat.

Bemenet
A CRM szakasz-előzménnyel és kifizetésekkel, a hívásnaplók, a hirdetési költség és a webes látogatások

→

Kimenet
Egy frissülő tár, csupasz kulcsokon összekapcsolva, plusz egy futási napló a kapcsolásszámokkal és egy adatszótár. Ez táplálja a 11. lépést.

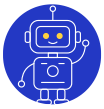
Kész, ha
A feladatok nélküled, ütemezetten futnak, minden kapcsolás naplózza a számát, és az AI csak a tárból meg tudja válaszolni: „melyik csatorna hozta a múlt havi fizető ügyfeleket?”

Gyakori hibák

- ✗ Szabad szöveges összekötő kulcsok. A háromféleképpen írt csatorna semmihez nem kapcsolódik; használd a rögzített forráslistát.
- ✗ Nincs kapcsolásszám. A feladat lefut, a sorok fele soha nem egyezett, és az irányítópult egy tiszta, de hibás számot mutat.
- ✗ A tárat a 6–9. lépés előtt megépíteni. A forrás nélküli érdeklődők adatbázisa csak egy gyorsabb módja annak, hogy ugyanazt a vakfoltot nézd.
- ✗ API-kulcsokat tenni az irányítópultba. Az irányítópult a tárat olvassa; soha nem hívja közvetlenül az eszközöket vagy egy modellt.

◆ Példa

Egy élelmiszeres vállalkozásnál, akikkel dolgoztam, az irányítópult 0 űrlapkitöltést mutatott, miközben a CRM tele volt velük. A kártya egy olyan adatfolyamot olvasott, ami annál a vállalkozásnál üres volt, a kóstolók kártyája pedig egy olyan táblát, ami hetekkel korábban leállt a frissüléssel.



„Mindezt online akarod látni.”

11 Építs irányítópultot arról, ami a vállalkozást hajtja

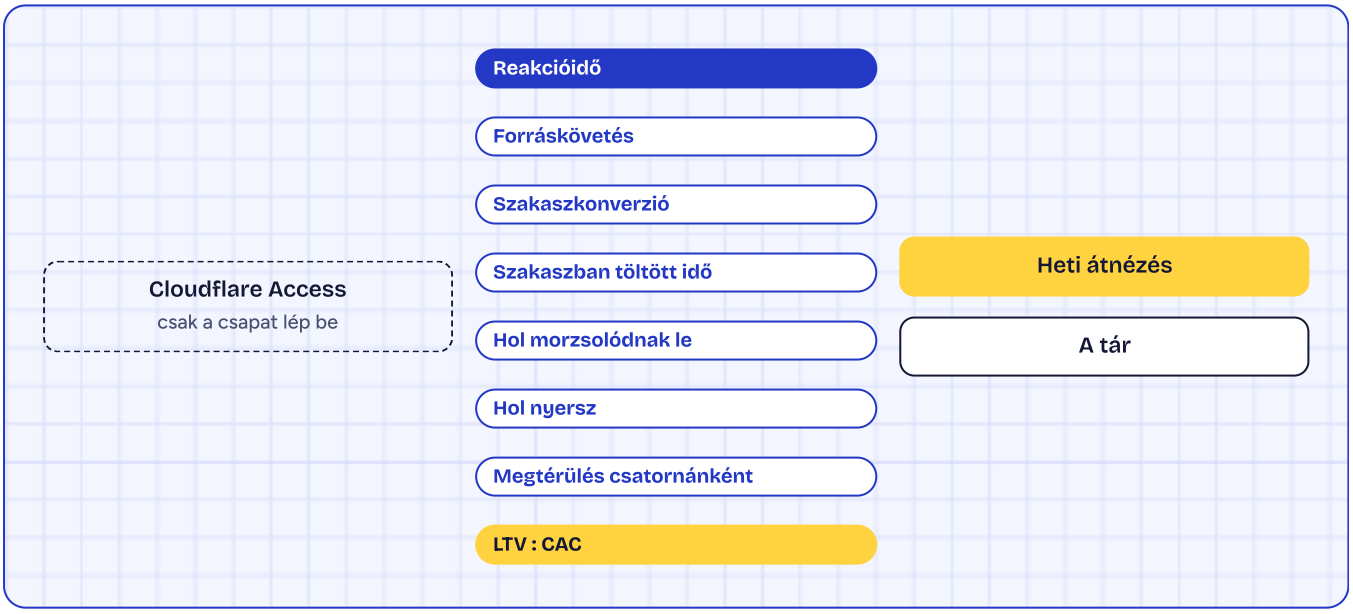
Lépés	11 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	15.

Egy irányítópult, amit minden héten elolvasnak, és ami a vállalkozást hajtó számokat mutatja, semmi mást:

- ☑ Reakcióidő
- ☑ Honnan jönnek az érdeklődők
- ☑ Konverzió és idő minden szakaszban
- ☑ Hol morzsolódnak le az emberek, és hol nyersz
- ☑ Az egyes csatornák megtérülése

◆ Miért most jön ez a lépés

A tár tartja az igazságot. Az irányítópulton látja a tulajdonos és a csapat kérdezés nélkül, és ez az a képernyő, amin minden későbbi szakaszt megítélnek.



◆ Hogyan

1. Ezeket a nézeteket ebben a sorrendben építsd meg. Mindegyik a 10. lépés tárát olvassa:
   - Reakcióidő. Az idő az L1-től az első valódi válaszig, űrlapokra és hívásokra, munkaidőben és azon kívül. A cél 5 perc alatt, a nem fogadott hívások külön számként.
   - Forráskövetés csatornánként. Érdeklődők forrás szerint, a valódi forrással rendelkezők aránya a 95%-os célhoz képest, és az érdeklődőnkénti költség, ahol van költés.
   - Szakaszkonverzió. Az arány minden szakaszból a következőbe, és az L1-től a W1-ig végig, csatornánként.
   - Szakaszban töltött idő. Mennyi ideig ülnek az üzletek az egyes szakaszokban, és melyek ragadtak be.
   - Hol morzsolódnak le az emberek. Elveszített üzletek szakasz és ok szerint, az utolsó hívások AI-összefoglalójával.
   - Hol nyersz. A csatornák és lépések, amik a legjobban és a leggyorsabban konvertálnak, hogy több idő és pénz menjen oda.
   - Megtérülés csatornánként. Költés, érdeklődők, ügyfelek, bevétel és a teljesítés költsége, így látod, mi néz ki jól, de többe kerül, mint amennyit hoz.
   - ROI és LTV a CAC-hez. A költés megtérülése, és hogy egy ügyfél mennyit ér idővel ahhoz képest, amennyibe a megszerzése került.
2. A növekedést és az értékesítést külön képernyőn tartsd. A növekedés az érdeklődőknél és az érdeklődőnkénti költségnél áll meg; a minősített érdeklődők, a konverzió és a pénz az értékesítési nézeten él.
3. Minden grafikonon számok és rövid címkék. Grafikon alatt ne legyenek bekezdések.
4. Építsd meg Claude Code-dal egy kis saját appként, ami a tárat olvassa. Hosztold Cloudflare Pages-en, és zárd le Cloudflare Access-szel, így csak a csapat látja.
5. Működjön telefonon. A tulajdonos sorban állva nézi, nem az asztalánál.
6. Tarts egy heti átnézést, minden héten ugyanakkor, ahol a tulajdonos és az értékesítés vezetője elejétől a végéig végigolvassa.

◆ Eszközök

Claude Code	Megépíti az appot és minden grafikont a tárból.
Cloudflare Pages	Hosztolja.
Cloudflare Access	A csapat belépéseire korlátozza.
A 10. lépés tára	Az egyetlen dolog, amit az irányítópult olvas.
GHL vagy HubSpot jelentések	Első ránézésre jók, de nem tudják összekapcsolni a költést, a teljesítés költségét és a kifizetéseket csatornánként.

Bemenet

Az összekapcsolt tár

→

Kimenet

Egy irányítópult a fenti 8 nézettel. Ez táplálja a 12. lépést.

Kész, ha

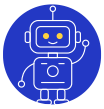
Minden nézet valódi számokat mutat a tárból, a tulajdonos telefonról meg tudja válaszolni a fenti 8 kérdést, és megvolt az első heti átnézés.

Gyakori hibák

- ✕ Hiúsági csempék. Megjelenések és követők elöl, miközben a reakcióidő hiányzik.
- ✕ A növekedés és az értékesítés egy képernyőn, így az érdeklődőszám elrejti a csökkenő konverziót.
- ✕ Megtérülés a teljesítés költsége nélkül. Egy csatorna, ami veszteséggel hoz nagy munkákat, a legjobb csatornádnak látszik.
- ✕ Egy irányítópult, amit senki nem nyit meg. A heti átnézés nélkül gyorsan elhal.

Példa

A vállalkozásoknak, amikkel dolgoztam, egy irányítópultot építettünk, vállalkozásonként egy füllel és 3 szinttel: Növekedés (jönnek-e érdeklődők, és honnan), Értékesítés (pénzzé tesszük-e őket, gyorsan) és Működés (leszállítjuk-e). Minden oldal néhány számcsempével nyit, aztán hétről hétre grafikonok jönnek, a forráskövetés pedig forrással rendelkező kontra hiányzó bontásban látszik.



„Mennyi a reakcióidőnk? Mennyi a forráskövetésünk? Melyik csatornák hozzák a legtöbb érdeklődőt?”

12 Írd le a kiinduló állapotot

Lépés	12 / 60
Fejezet	1 / 5
Nap	16.

Egy dátummal ellátott, leírt pillanatkép arról, hol tart a vállalkozás az AI előtt, ezekkel:

- ☑ Minden irányítópult-szám egy időablakra
- ☑ Mindegyikhez egy adatminőségi megjegyzés
- ☑ A tulajdonos jóváhagyása

Miért most jön ez a lépés

Minden eddigi lépés megbízhatóvá teszi a számokat; most befagyasztod őket. Kiinduló állapot nélkül nem tudod megmondani, mit változtatott az AI, és senkinek nem tudod megmutatni, hogy működött.



Hogyan

1. Válassz egy időablakot, ami elég hosszú ahhoz, hogy a vállalkozás egy normál időszakát lefedje, és írd le a kezdő és záró dátumot. Ha a vállalkozás szezonális, jegyezd fel a szezont.
2. Húzd le az összes irányítópult-számot erre az ablakra:
   - Reakcióidő és nem fogadott hívások
   - Érdeklődők csatornánként és a forráskövetés lefedettsége
   - Konverzió és idő minden szakaszban
   - Elvesztési okok
   - Megtérülés csatornánként, ROI és LTV a CAC-hez
3. Add hozzá, amit az irányítópult nem mutat, de a tulajdonos később meg fog kérdezni:
   - Bevétel és bruttó árrés
   - Létszám
   - A tulajdonos saját szerepe a napi munkában
   - Az ábrán megjelölt szűk keresztmetszetek
4. Írd minden szám mellé az adatminőséget: az érdeklődők mekkora részének volt forrása, és mely számok részlegesek vagy becslések. Egy őszinte hiányokat tartalmazó kiinduló állapot többet ér, mint egy tiszta, amiben senki nem bízik.
5. Írasd meg az AI-jal 1 oldalon, egyszerű szavakkal, aztán olvasd át a tulajdonossal, és javítsd ki.

6. Mentsd el dátumozott fájlként a Cowork projektben, és zárold. Soha ne szerkeszd; minden későbbi szakasz mellé írja a saját dátumozott pillanatképét.
7. Adj egy kiinduló vonalat minden irányítópult-nézethez, így minden későbbi hét ehhez képest látszik.

Eszközök

Irányítópult és a tár	Minden szám forrása.
Claude Cowork	Megírja az 1 oldalas kiinduló állapotot, és a projektben tartja.
Claude Code	Hozzáadja a kiinduló vonalat minden irányítópult-nézethez.
Google Drive	A dátumozott kiinduló állapot egy példánya a vállalkozás iratai között.

Bemenet
Az irányítópult, a tár, az ábra és a tulajdonos számai

→

Kimenet
A Kiinduló állapot, 1 dátumozott oldal, plusz egy kiinduló vonal minden nézeten. Ez a 2. szakasz bemenete.

Kész, ha
A kiinduló állapot oldalán van dátum, időablak, minden irányítópult-szám és mindegyiknél adatminőségi megjegyzés, a tulajdonos jóváhagyta, és minden nézet mutatja a kiinduló vonalat.

Gyakori hibák

- ✗ Kihagyni, mert rosszul néznek ki a számok. A rossz számok a lényeg; ezeket javítják a későbbi szakaszok.
- ✗ Megváltoztatni a definíciókat a kiinduló állapot után. Ha az L2 lefoglalt konzultációt jelentett, minden későbbi pillanatképben azt jelenti.
- ✗ AI-munkába kezdeni, mielőtt az időablak lezárul. Akkor a kiinduló állapot már tartalmazza a változást.

Példa

Az, hogy a saját eredményeinket egy kiinduló állapothoz mértük, mondta meg, mit állíthatunk. Az egyik ügyfél forgalomnövekedése hónapokkal a munkánk előtt elkezdődött, ezért nem számoltuk; egy másik pont az előtte-utána határvonalon változtatott az ajánlatán, így ezt a számaival együtt feljegyeztük.



„Előbb kell egy kiinduló állapot."

Az eszközök.

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
Claude Cowork	Tartja a projektet; a felvételekből, átiratokból és fotókból táblázatokat, tervet és kiinduló állapotot csinál	1 2 3 4 8 11
Claude Code	Megépíti az ábra-oldalt, a rögzítő szkriptet, a szinkronfeladatokat, a tárat és az irányítópultot	3 5 6 7 9 10 11
Ütemezett `claude -p`	Megírja a reggeli összefoglalót; felcímkézi a hívásátiratokat	6 9
Hangjegyzetek, Wispr Flow	Rögzítik a bejárást, a tulajdonos válaszait és az ábra végigbeszélését gépelés nélkül	1 2 3
Whisper	Leírja a bejárásokat, a recepciós hívásokat és az elveszített üzletek hívásait	2 6 8
Toll, papír, cetlik	A térkép első vázlata	2
Mermaid	Szöveges formátum az ábrához, ha dokumentumban él	3
Google Táblázat	A csatornalista; a tár egy kisvállalkozásnak	4 9
Google Tag Manager	Egy tároló minden webes címkének	5
Google Analytics 4	Forgalom és oldalesemények	5 9
Meta Pixel	Böngészős események a Metának	5 7
LinkedIn Insight Tag	Böngészős események a LinkedInnek	5
Google Ads konverziós címke	Megtartja a kattintásazonosítót, és rögzíti a konverziókat	5
Google Ads API	Hívásokat, minősített érdeklődőket és lezárt üzleteket küld a Google-nek	6 7
Meta Conversions API	Az L1-et, L2-t és W1-et küldi a Metának a saját szerveredről	7
LinkedIn Conversions API	Ugyanez a LinkedInnek	7
Google Cégprofil	UTM-mel címkézett weboldal-link; saját követőszám	5 6
GHL	A CRM a legtöbb vállalkozásnak: Érdeklődő forrása mező, címkék, munkafolyamatok, értékesítési folyamatok, telefonszámok, hívásrögzítés	1 4 5 6 7 8
HubSpot	A CRM a személyesebb kapcsolatot igénylő vállalkozásoknak: forrás-tulajdonság, értékesítési folyamatok, szakasz-előzmény	1 4 5 7 8

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
SalesMessage	Csatornánkénti telefonszámok és hívásrögzítés, ha nem GHL telefonszámokat használsz	2 6
n8n	Behozza a hirdetési platformok érdeklődőit a CRM-be, kiküldi a szakaszváltásokat, párosítja a kifizetéseket	5 7 8 9
Square, Shopify vagy a számlázóprogramod	A kifizetés, amitől a W1 valódi	8 9
QuickBooks vagy a könyvelőprogramod	Számla- és kifizetés-nyilvántartás, ha ott számlázol	8
SQLite	A belső mérési tár	9
Cloudflare Pages	Hosztolja az irányítópultot	10
Cloudflare Access	A csapatra korlátozza az irányítópultot	10
Google Drive	A dátumozott kiinduló állapotot a vállalkozás irataival együtt tartja	11

Mielőtt továbblépsz

A kapu.

Ne kezdd el a Működést, amíg minden pipa nincs meg.

- [x] A Vállalkozási leltár felsorol minden bejáratot, minden eszközt és mindenkit, aki ügyféllel érintkezik.
- [x] A lista minden munkafolyamatának van lépéstáblázata, amit megerősített az, aki a munkát végzi.
- [x] Egy ábra elmagyarázza a vállalkozást, megjelölt szűk keresztmetszetekkel, papíron történő átadásokkal és elvesző adatokkal.
- [x] A Mérési terv minden szakasznak egy kiváltó eseményt ad, és rögzíti a forráslistát és az UTM-eket.
- [x] Minden webes ajtó, hirdetési űrlap és kézi bevitel a beérkezéskor beállítja a forrást, és fut a napi üresforrás-ellenőrzés.
- [x] Minden telefonszám csatornánként mérve, felvéve, leírva és a kapcsolaton naplózva van, a nem fogadott hívásokkal együtt.
- [x] Az L1, L2 és W1 visszamegy a hirdetési platformokra, egyedi eseményekkel tesztelve.
- [x] Minden üzlet viszi a forrását, minden szakasz időbélyeges, minden elveszített üzletnek van oka, és a kifizetések az üzletekhez vannak párosítva.
- [x] A tár ütemezetten frissül, és minden kapcsolás naplózza a számát.
- [x] Az irányítópult mutatja a reakcióidőt, a forráskövetést, a szakaszkonverziót, a szakaszban töltött időt, a lemorzsolódásokat, a nyeréseket, a csatornánkénti megtérülést, a ROI-t és az LTV-t a CAC-hez.
- [x] A forráskövetés eléri a célt.
- [x] A kiinduló állapot le van írva, dátumozva, jóváhagyva, és minden irányítópult-nézeten látszik.



„Ne kezdd el a következő szakaszt, amíg ezt be nem fejezted."

A fejezet vége

Így néz ki a kész.

- Bármelyik fizető ügyfél visszakövethető a csatornájáig, minden szakaszának dátumáig és az aláírt ajánlatáig, anélkül, hogy bárkit megkérdeznél.
- Egy irányítópult a tulajdonos telefonján mutatja a reakcióidőt, a konverziót és az időt minden szakaszban, hogy hol és miért morzsolódnak le az emberek, és a csatornánkénti megtérülést.
- Egy ábra elmagyarázza a vállalkozást, és a szűk keresztmetszetei adják a Működés első listáját.

- Egy dátumozott kiinduló állapot megmondja, hol tartott a vállalkozás az AI előtt, és minden későbbi számot ehhez mérnek.



„Ha digitális, könnyű az összes mérést egy helyen tartani.”

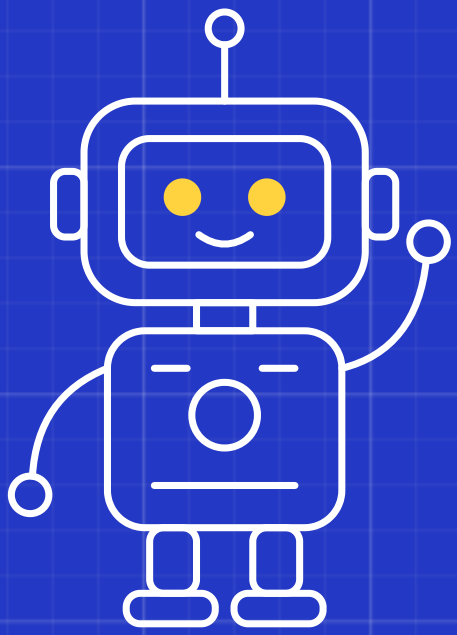
02

A 90 napos AI-terv, 2. fejezet az 5-ből

Működés

Vállalj több munkát ugyanazokkal az emberekkel.

17–32. nap



A fejezet egy oldalon

Mi ez a szakasz

A Működés a belső csapatod és az eladás utáni munka: teljesítés, szállítás és a visszatérő ügyfelek megtartása. Megtalálod azt az egy lépést, ami megfojtja a teljesítést, átépíted, hogy több munkát elbírjon, és egyszerre egy kis szokással vezeted be a csapatot az AI-ba.

Miért itt van

A Mérés jön először, mert amit nem látsz, azt nem tudod megjavítani. A Működés jön utána, mert ha több munkát zársz le, mint amennyit le tudsz szállítani, az csak arrébb tolja a dugót.

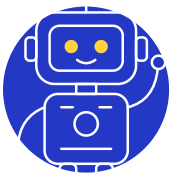
Ez a leghosszabb szakasz, a legtöbb változással. És itt térül meg a legjobban az AI.

A kapu

Ne lépj tovább az Értékesítésre, amíg a vállalkozás kapacitása nem 3–5-szöröse a mostaninak, jelentős létszám vagy infrastruktúra hozzáadása nélkül. A 3× elég a továbblépéshez; az 5× a plafon.

Az eszközök röviden

Az 1. szakasz munkafolyamat-térképe	Minden lépés, személy és eszköz, a kiinduló állapottal
Claude Cowork	Ahol mindenki valódi munkát végez, és skill-fájlokat ment
Claude vállalati csomag	Egy csomag minden számítógépet használó munkatársnak
Google Drive	Egy közös mappa az iratoknak és a skill-fájloknak
Claude Code	Megépíti az appokat, az ügynököket és a hibajelzőket
GHL, HubSpot vagy más	CRM
QuickBooks vagy a könyvelőprogramod	Könyvelés
Cloudflare Pages és Cloudflare Access	Hosztolja az appot, és szabályozza, ki léphet be
n8n	Automatizálás az eszközök között
Virtuális asszisztensek	Munka, amihez ember kell, de nem a helyszínen



Az egy mondat

„Ne erőltesd túl az emberekre.”

13 Nevezd meg a szűk keresztmetszetet

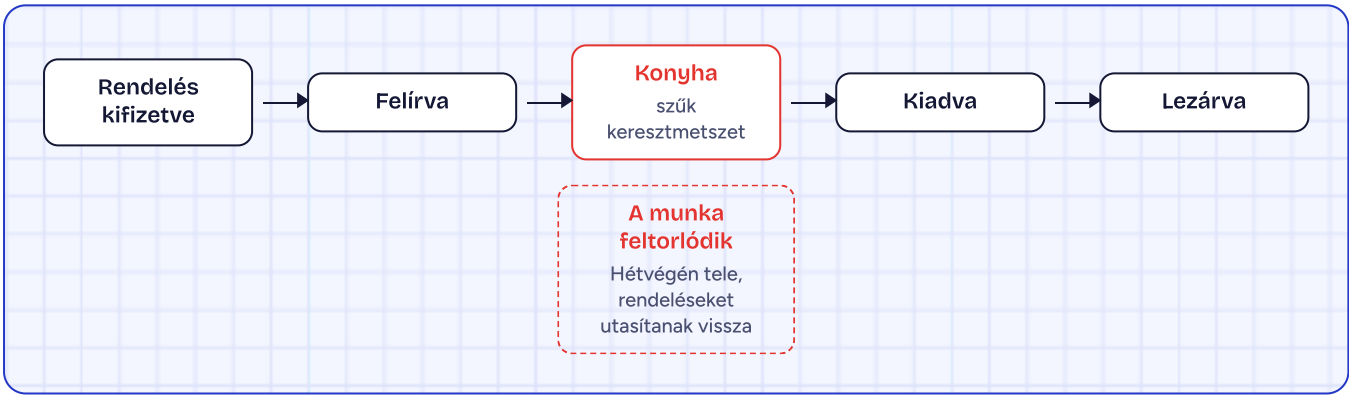
Lépés	13 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	17.

Egy szűk keresztmetszet, egy mondatban megnevezve:

- ☑ A teljesítés lépése, ami elsőként törik el
- ☑ Kié ma
- ☑ Mibe kerül, amikor bedugul

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá az 1. szakasz térképe és kiinduló állapota. Minden későbbi lépés először erre a szűk keresztmetszetre céloz.



◆ Hogyan

1. A csapatot nézd, ne az értékesítési tölcsért. Ez a lépés az emberekről és az eladás utáni munkáról szól; az érdeklődők és a lezárás az Értékesítés, a 3. fejezet.
2. Nyisd meg egymás mellett az 1. szakasz térképét és a kiinduló állapotot. Ha a mérés jól van beállítva, már látod, mennyi ideig ül a munka az egyes lépésekben.
3. Járd végig a térképet a „lezárt eladástól” az „ügyfél kiszolgálva és kifizetve”-ig. Visszatérő ügyfeleknél menj tovább az újrafoglalásig.
4. Minden lépésnél tegyél fel 4 kérdést:
   - Hol torlódik fel és vár a munka?
   - Melyik lépés él egyetlen ember fejében?
   - Melyik lépés van még papíron vagy valakinek a postafiókjában?
   - Melyik lépés törik el elsőként 3× annyi munkánál?

5. Minden problémát címkézz fel a 4 közül eggyel:
   - Korlát
   - Szűk keresztmetszet
   - Most javítható
   - Ebben a szakaszban nem javítható
6. Válaszd ki a lépést, ami elsőként törik el. Az a szűk keresztmetszet.
7. Először vedd ki belőle az AI-t. Sok javítás csak folyamat, például egy átadás, aminek nem kellene léteznie, vagy egy szabály, amit senki nem írt le.
8. Rajzoltasd újra a Claude-dal a térképet a szűk keresztmetszettel megjelölve, és mögötte a következő 2-vel. Ezek a sorod.

Eszközök

Az 1. szakasz munkafolyamat-térképe és kiinduló állapota	A bemenet, minden lépés mögötti számokkal.
Claude Cowork	Elolvassa a térképet, és a szűk keresztmetszettel megjelölve újrarajzolja.
Wispr Flow	Beszéld végig az egyes lépéseket gépelés helyett.
Toll és papír	A javított folyamat első vázlata.

Bemenet
Az 1. szakasz térképe és kiinduló állapota

→

Kimenet
A megnevezett szűk keresztmetszet, a szoftver nélküli javítások, és a sorban következő 2 (a 2. lépés bemenete).

Kész, ha
A szűk keresztmetszet egy mondat, a tulajdonos egyetért, és a következő 2 fel van sorolva mögötte.

Gyakori hibák

- ✗ Érdeklődő-problémának nevezni. A legtöbb tulajdonos több érdeklődőt akar, amikor az eladás utáni munka dugul be.
- ✗ Feltételezni, hogy a működés rendben van. Mindenki azt hiszi, be van állítva; a térkép általában mást mond.
- ✗ AI-hoz nyúlni, mielőtt megjavítod a folyamatot. Az AI felgyorsítja azt, ami ott van, a jót és a rosszat is.
- ✗ Egyszerre 5 szűk keresztmetszetet választani. Javíts meg egyet, aztán futtasd újra a térképet.

◆ Példa

Egy élelmiszeres vállalkozásnál, akikkel dolgoztam, minden rendelést feltérképeztünk a kifizetéstől a kiadásig. A konyha volt a dugó: hétvégén majdnem teljes kapacitással ment, és a „nem tudtuk teljesíteni” volt a leggyakoribb ok, amiért egy rendelés elveszett.



„Az esetek többségében a probléma tényleg egyszerű.”

14 Válogasd szét a munkát

Lépés	14 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	18.

A szűk keresztmetszetben és körülötte minden feladat a 4 hely egyikére kerül:

- ☑ AI
- ☑ Olcsó szoftver
- ☑ Virtuális asszisztensek
- ☑ Egy ember a helyszínen

Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá a megnevezett szűk keresztmetszet. A 3. lépésben nem tudsz korlátokat szabni egy ügynöknek, amíg nem tudod, mit fog csinálni.



Hogyan

1. Írj össze minden feladatot a szűk keresztmetszet lépésében és a két szomszédos lépésben. Mindegyik egy sor, igével kezdve: „holnapi rendelések visszaigazolása”, „készlet újrarendelése”.
2. Minden feladatot futtass végig 4 kérdésen, sorrendben, és az első igennél állj meg:
   - Bárki meg tudná csinálni egy leírt oldalból, szoftverben már meglévő adatokkal? AI.
   - Egy olcsó szoftver már jól csinálja, például az időpontfoglalást vagy a számlázást? Olcsó szoftver.
   - Ember ítélőképessége kell hozzá, de nem a helyszínen? Virtuális asszisztens.
   - Kéz kell hozzá a helyszínen, engedély vagy személyes kapcsolat? Egy ember a helyszínen.
3. Tedd a válaszokat egy 4 oszlopos táblázatba. Minden feladat pontosan egy oszlopba kerül.

4. Olvasd a táblázatot egyetlen rendszerként. Egy új ügynök megváltoztatja a mellette dolgozó ember munkáját.
5. Minden AI-feladatnál az AI csinálja az első kört. Egy megnevezett ember ellenőrzi, amíg a tulajdonos meg nem bízik benne.
6. Mindenkinek, akinek a feladatai átkerülnek, írd le, mivel fogja tölteni helyette az idejét. Ezt fogod nekik elmondani a 7. lépésben.
7. Az AI és a szoftver oszlopból csinálj építési listát, aszerint sorrendbe téve, mi oldja fel először a szűk keresztmetszetet.

◆ Eszközök

Claude Cowork	Megírja a feladatlista vázlatát, és szétválogatja a 4 oszlopba, hogy te kijavítsd.
Notion	Tartja az építési listát, feladatonként egy elem, mindegyiknek felelőssel.
Virtuális asszisztensek	Az oszlop azoknak a munkáknak, amikhez ember kell, de nem a helyszínen.

Bemenet
A szűk keresztmetszet és a körülötte lévő lépések

→

Kimenet
Egy 4 oszlopos táblázat, egy első kör szabály minden AI-feladathoz, egy új szerepsor minden érintett embernek, és egy sorrendbe tett építési lista (a 3. lépés bemenete).

✓ **Kész, ha**
Minden feladat egy oszlopban ül, az építési lista sorrendben van, és minden érintett embernek van egy sora arról, mire vált.

◆ Gyakori hibák

- ✗ Az AI-t emberek leépítésére használni. A lényeg, hogy ugyanazok az emberek többet vigyenek.
- ✗ Egyenként válogatni a feladatokat, és soha nem olvasni egészként a táblázatot.
- ✗ Az AI-ra bízni egy ítéleti döntést úgy, hogy senki nem ellenőrzi az első kört.
- ✗ Virtuális asszisztenst felvenni egy feladatra, amit egy olcsó szoftver már elvégez.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, az utánkövető SMS-ek egy automata utánkövető motorhoz kerültek. Az elszállítások foglalása egyetlen diszpécsertáblán futott, az autó helyszíni átvizsgálása és kifizetése pedig a sofőrnél maradt.



„Senkit nem építünk le. Nem ez a játék."

15 Állítsd fel a biztosítékokat

2. fejezet: Működés, 3. lépés a 12-ből

Lépés	15 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	19.

Mielőtt bármi elindul, minden ügynöknek és minden AI-t használó embernek le van írva:

- ☑ Mit nem tehet soha
- ☑ Mit olvashat és mit változtathat
- ☑ Mihez kell egy ember jóváhagyása

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá a válogató táblázat, ami megmondja, mit fognak csinálni az ügynökök. Ha a korlátok megvannak, az emberek szabadon használhatják az AI-t anélkül, hogy kiszivárgást kockáztatnának.



◆ Hogyan

1. Írj össze minden eszközt és mappát, amit a vállalkozás használ, és mindegyikben az érzékeny adatokat. Szánj rá kb. egy napot.
2. Először a tiltólistát írd meg, soronként egyet:
   - Mit nem mondhat soha egy ügynök
   - Hová nem mehet soha
   - Mit nem küldhet el soha
   - Mit nem változtathat meg soha
3. Aztán írd meg a hozzáférési listát minden ügynöknek és minden szerepkörnek. Például: olvassa a közös mappát és a naptárat, a számlázáshoz soha nem nyúl.
4. Állítsd be a küldési szabályt: az ügynökök megírják, az emberek elküldik. Semmi nem megy ki ügyfélnek annak az embernek a jóváhagyása nélkül, akitől jön.
5. Szabályozott vállalkozásnál, például ügyvédi vagy egészségügyi területen, add hozzá a megfelelőségi szabályokat. Írd le, mely iratok nem hagyhatják el soha melyik rendszert, és ki hagyja jóvá.
6. Tedd a szabályokat egyetlen oldalra a közös meghajtón. Ugyanezeket a szabályokat írd bele minden ügynök utasításaiba.

7 Állítsd be a fiókokat úgy, hogy a szabályok akkor is érvényesek legyenek, ha valaki elfelejti. A mappákat szerepkör szerint oszd meg, és az admin jogokat a tulajdonosnál tartsd.

Eszközök

Claude vállalati csomag	A céges fiók, ahol az admin beállítások és a bekötött eszközök élnek.
Google Drive	Az egyoldalas szabályzat, szerepkör szerint beállított megosztással.
Cloudflare Access	A belépési kapu a 6. lépés saját appja előtt.
Claude Code	Beleírja a tiltólistát minden ügynök utasításaiba.

Bemenet

A válogató táblázat

→

Kimenet

Egy tiltólista, egy hozzáférési lista ügynökönként és szerepkörönként, a küldési szabály, és fiókbeállítások, amik ezeket betartatják (a 4. lépés bemenete).

Kész, ha

Az építési lista minden ügynökének van tiltólistája és hozzáférési listája, a küldési szabály le van írva, és a mappajogosultságok megegyeznek az oldallal.

Gyakori hibák

- ✕ Előbb építeni, és utólag hozzáadni a korlátokat, miután valami kiszivárgott.
- ✕ Leírni, mit tehetnek az ügynökök, és soha azt, mit nem.
- ✕ Hagyni, hogy egy ügynök magától küldjön ügyfeleknek.
- ✕ A szabályokat egyetlen ember fejében tartani.

Példa

A működési app, amit egy rendezvényhelyszínnek építettünk, minden csatornához, amin emberekhez juthatott, külön be- és kikapcsolót kapott. Az email élesedett először, az SMS-ek pedig próbaüzemben maradtak: megírva és naplózva, de soha elküldve.



„Először állítsd fel a biztosítékokat. Aztán hagyhatod egy kicsit kalandozni az ügynököket."

16 Vidd át a papírt digitálisba

2. fejezet: Működés, 4. lépés a 12-ből

Lépés	16 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	22.

Egy közös mappa, amit az AI el tud olvasni, és ami tartalmazza:

- ☑ Minden iratot és űrlapot
- ☑ Minden megbeszélés jegyzeteit
- ☑ Ügyfelenként egy oldalt

◆ Miért most jön ez a lépés

A biztosítékok megmondják, mi kerülhet a mappába. A háttérrendszernek, az appnak és a csapat Coworkben végzett munkájának is digitális formában kell az adat.



◆ Hogyan

1. Csinálj egy közös Google Drive mappát, területenként egy almappával. A megosztást a 3. lépés szabályai szerint állítsd be.
2. Írj össze mindent, ami még papíron vagy valakinek a fejében van:
   - Felvételi űrlapok és munkalapok
   - Iratrendezők és kézzel írt naplók
   - Cetlik az asztalon
   - A válaszok, amiket a recepció minden nap ad
3. Előbb azt szkenneld be, amihez a szűk keresztmetszet nyúl, aztán amit minden héten elővesznek. A régi archívum megy utoljára.
4. Az AI olvasson el minden adagot, és csináljon belőle tiszta szövegfájlokat, ügyfél vagy munka szerint rendezve.
5. Vedd fel, ami szóban hangzik el, például a megbeszéléseket és azt a végigvezetést, amit egy rangidős kolléga ad egy új belépőnek. Az AI mindegyikből jegyzetet csinál a megfelelő mappában.
6. Építs ügyfelenként egy tudásoldalt. Egy fájl tartalmazza a teljes előzményüket.
7. Mától az új iratok digitálisan kezdődnek. A papírűrlapokat egy webes űrlap vagy a 6. lépés appja váltja ki.

◆ Eszközök

Google Drive	Az egyetlen közös mappa, ahová minden irat kerül.

Szkennerapp vagy irodai szkenner	Fájllá alakítja a papírt.
Hangjegyzetek	Felveszi a megbeszéléseket és a végigvezetéseket.
Claude Cowork	Elolvassa a szkenneléseket és a felvételeket, aztán megírja a szövegfájlokat és az ügyféloldalakat.

Bemenet

A biztosítéki szabályok és a papírlista

→

Kimenet

Egy rendezett mappa, ügyfelenként egy oldal, és egy szabály, hogy az új iratok digitálisan kezdődnek (az 5. lépés bemenete).

Kész, ha

Minden, amihez a szűk keresztmetszet nyúl, a mappában van és olvasható, minden aktív ügyfélnek van oldala, és a szabály óta nem indult új papíralapú irat.

◆ Gyakori hibák

- ✕ Először az egész archívumot beszkennelni, és soha nem eljutni azokig a fájlokig, amiket a munka használ.
- ✕ Beszkennelt képeket bedobni anélkül, hogy az AI szöveggé olvasná őket.
- ✕ Olyan iratokat tenni a mappába, amiket a biztosítékok kizárnak.
- ✕ Hagyni, hogy új papír halmozódjon, miközben a régit szkenneled.

◆ Példa

A rendezvényhelyszínen a megkeresések előzménye egy régi weboldal-űrlaprendszerben ült, minden mástól elkülönítve. Mielőtt bármit ráépítettünk volna, megkeresésenként egy rekordba költöztettük a CRM-be.

17

2. fejezet: Működés, 5. lépés a 12-ből

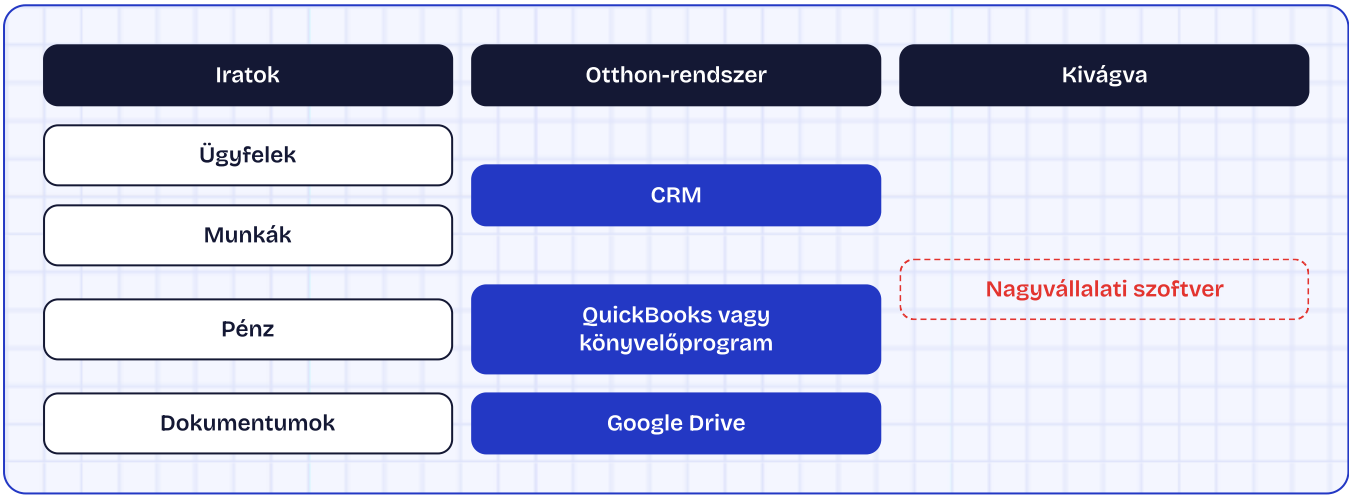
Válaszd ki az olcsó háttérrendszert

Lépés	17 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	23.

> Minden irattípusnak egy otthona van: egy rendszer, ami a hiteles példányt tartja.

Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a digitális iratok és az olcsó szoftver oszlop. A 6. lépés appja erre a háttérrendszerre ül rá, ahelyett, hogy a nulláról épülne.



Hogyan

1. Írj össze minden irattípust, amit vezetsz:
   - Ügyfelek és érdeklődők
   - Munkák és időpontok
   - Számlák
   - Készlet
   - Dokumentumok és jegyzetek
2. Adj mindegyiknek otthont:
   - Ügyfelek, érdeklődők és időpontok: egy olcsó CRM. GHL, HubSpot vagy más.
   - Pénz: a könyvelőprogram, például QuickBooks.
   - Dokumentumok és jegyzetek: a 4. lépés közös mappája.
   - Bármi, amit az iparági szoftvered már jól csinál: tartsd meg, és építs rá.
3. Ellenőrizz minden háttérrendszert 3 szempontból:
   - Van API-ja, hogy egy app olvasni és írni tudjon bele?
   - El tudja érni a Claude?
   - Elég jól csinálja a szabványos feladatot ahhoz, hogy soha ne kelljen újraépítened?

4. Vágd ki azokat a szoftvereket, amiket a tiédnél jóval nagyobb vállalkozásra építettek. Írd össze, mely funkciókat használod ténylegesen; ez a lista az, amit a 6. lépés appjának tudnia kell.
5. Írj egy 1 oldalas adattérképet. Minden irattípushoz:
   - Az otthon-rendszere
   - Ki olvashatja
   - Ki írhatja
6. Tarts egy szabályt: az app soha nem tartja az egyetlen példányt.

Eszközök

GHL, HubSpot vagy más CRM	Tartja a kapcsolatokat, a szakaszokat, az időpontokat és az automatizálásokat.
QuickBooks vagy a könyvelőprogramod	A könyvelési háttérrendszer, saját API-val.
Google Drive	Dokumentumok és az ügyféloldalak.
Az iparági szoftver, amit a vállalkozás már futtat	Megtartva, ha jól végzi az alapfeladatát.

Bemenet
A digitális iratok és az olcsó szoftver oszlop

→

Kimenet
Minden irattípusnak egy otthon és egy 1 oldalas adattérkép (a 6. lépés bemenete).

Kész, ha
Minden irattípusnak van egy otthona, amit a Claude elér, az adattérkép meg van írva, és minden szoftverhez, amit elhagysz, van egy lista a funkciókról, amiket az appnak ki kell váltania.

Gyakori hibák

- ✗ Nagyvállalati árat fizetni egy olyan szoftverért, amit nem a te méretedre építettek.
- ✗ Egy egész CRM-et a nulláról építeni, amikor egy olcsó is elvégzi a feladatot.
- ✗ Hagyni, hogy ugyanaz az irat 2 helyen éljen hiteles példány nélkül.
- ✗ API nélküli háttérrendszert választani, amire így semmit nem lehet építeni.

Példa

Egy fuvarozó cégnél, akikkel dolgoztam, találtunk egy iratot, aminek egyáltalán nem volt otthona: hogy mennyit ér minden fuvar fémhulladéka. A javítás, amit leírtunk, ad neki egyet: minden kocsit lemérnek a telepi mérlegen, és a mérlegjegyet a diszpécser-appban naplózzák.

18 Építsd rá a saját appot

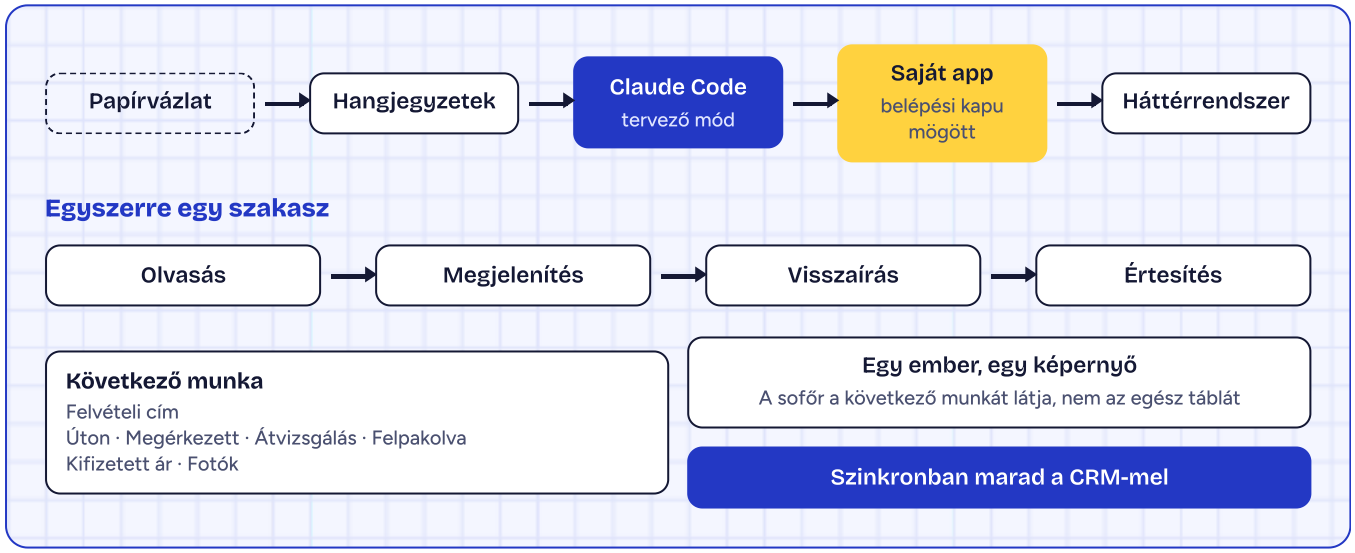
Lépés	18 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	24.

Egy működő app egy folyamatra:

- ☑ Válassz egy folyamatot, például a készletkövetést
- ☑ Kösd be a szoftverbe, amit már használnak
- ☑ Építs rá egy jobb felületet

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá a háttérrendszer és az adattérkép. Valódi rendszert ad a csapatnak, amin a 7–9. lépésben tanulhat, és egy helyet, ahol a 10. lépés ügynökei dolgozhatnak.



◆ Hogyan

1. Válassz egy folyamatot. Kezdd a szűk keresztmetszettel, vagy valami olyan egyszerűvel, mint a készletkövetés.
2. Kösd be a szoftverbe, amit már használnak. Ne cseréld le; olvass belőle, és írj vissza bele.
3. Először papíron rajzold meg az appot:
   - Minden képernyőt
   - Ki használja mindegyiket
   - Hol ellenőrzi egy ember a munkát
4. Sétálj körbe, és beszéld végig hangjegyzetben, mintha egy új belépőnek magyaráznád.
5. Add oda a Claude Code-nak a vázlat fotóját és a hangjegyzetet. Tervező módban kezdj, és hagyd kérdezni, amíg a terv meg nem egyezik a vázlattal.

6. Egyszerre egy darabot építs, és mindegyiket bizonyítsd valódi adaton, mielőtt a következőt bekötöd. Olvasás, aztán megjelenítés, aztán visszaírás, aztán értesítés.
7. Minden képernyőt annak az egy embernek tervezz, aki használja. A sofőr a következő munkát látja, nem az egész táblát.
8. Hosztold Cloudflare Pages-en, Cloudflare Access mögött, így csak a megfelelő emberek lépnek be. Ha egy irodai gépen fut, Cloudflare Tunnelen keresztül érd el.
9. Az eszközök közötti réseket, amiket az appnak nem kell birtokolnia, n8n-nel töltsd ki.
10. Tartsd távol az AI-t az app belsejétől. Az app tárol és megjelenít; minden AI-írást a Claude végez, és az eredményeket betolja.
11. Add oda egy hétre a szűk keresztmetszet gazdájának úgy, hogy a régi mód még megvan. Javítsd, amiben elbotlik, aztán vezesd ki a régi módot.

Eszközök

Toll és papír	A vázlat, mielőtt bármilyen kód születne.
Hangjegyzetek	Minden lépés és szabály szóbeli végigvezetése.
Claude Code	Megépíti az appot a vázlatból és a hangjegyzetből, előbb tervező módban. A Codex is működik.
Cloudflare Pages	Hosztolja az appot.
Cloudflare Access	A belépési kapu előtte.
Cloudflare Tunnel	Eléri az irodai gépen futó appot.
n8n	Kitölti az eszközök közötti réseket.
GHL, HubSpot vagy QuickBooks	A háttérrendszer, amit az app olvas és ír.

Bemenet

Az adattérkép és a szűk keresztmetszet munkafolyamata

→

Kimenet

Egy működő app a háttérrendszeren, hosztolva és belépési kapuval, a szűk keresztmetszet gazdájának kezében (a 7. lépés bemenete).

Kész, ha

A szűk keresztmetszet gazdája egy teljes héten át az appban végzi a valódi munkát, a régi mód kivezetve, és minden irat, amihez az app nyúl, a háttérrendszerben él.

Gyakori hibák

- ✗ Az első napon az egész vállalkozásnak építeni egy folyamat helyett.
- ✗ Kihagyni a papírvázlatot, és egy prompttal kezdeni.

- ✗ Minden darabot egyszerre bekötni, és az illesztéseknél találni meg a töréseket.
- ✗ Az adat egyetlen példányát az appba tenni.

◆ Példa

A használtautó-felvásárlónak egy diszpécser- és sofőrappot építettünk a GHL-jükre. A diszpécserek beállítják az elszállításokat, a sofőrök az autónál megnyomják az egyes szakaszokat, és naplózzák a kifizetett árat és a fotókat, az app pedig szinkronban marad a GHL-lel.



„Fotó a vázlatról, a hangjegyzet, és tervező módban nekiállunk főzni."

19 Tegyél minden számítógépes munkatársat Claude vállalati csomagra

Lépés	19 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	25.

> Minden munkatárs, aki számítógépet használ, egyetlen Claude vállalati csomagon van, mindenkinek lassú, leírt tempóval.

Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a biztosítékok, a közös mappa és az új app, hogy legyen valódi rendszer, amiben dolgozni lehet. Ez készíti elő a napi szokást a 8. lépésben.



Hogyan

1. Írj össze minden munkatársat, aki számítógépet használ a munkához. Mindannyian a csomagra kerülnek, nem csak az adminok és a vezetők.
2. Hozd létre a céges fiókot, és hívj meg mindenkit. Alkalmazd a 3. lépés beállításait, és kösd be a közös mappát.
3. Mondd el a csapatnak egy mondatban, miért: senkit nem cserélünk le, és ugyanazok az emberek többet fognak vinni kevesebb robottal. Használd a sort, amit a 2. lépésben mindenkinek megírtál.
4. Válassz csapatonként egy bajnokot: azt, aki a legkíváncsibb az eszközökre. Ő megy elsőként, és segít a többieknek.
5. Szándékosan menj lassan. Az első héten mindenki egy olyan feladatot csinál, amit már most is csinál, minden nap egy kicsit, és semmi más nem változik.
6. Tarts csapatonként egy rövid alkalmat. Mutasd meg nekik:
   - A Coworköt
   - Egy valódi feladatot elejétől a végéig
   - Hogyan kell menteni egy skill-fájlt
7. Figyelj 2 hibára: akik túlterhelődnek és abbahagyják, és akik megértés nélkül használják. Mindkettőhöz menj oda személyesen.

Eszközök

Claude vállalati csomag	Egy csomag minden számítógépes munkatársnak, így az egész cég egy helyen ül.
Google Drive	A fiókhoz kötve, így mindenki ugyanabból a mappából dolgozik.
A 6. lépés saját appja	A valódi rendszer, amin az emberek tanulnak.

Bemenet

A biztosítékok, a közös mappa és az app

Kimenet

Minden számítógépes munkatárs egy csomagon, bekötve, csapatonként egy bajnokkal és lassú, leírt tempóval (a 8. lépés bemenete).

Kész, ha

Minden számítógépes munkatárs belépett, a beállítások megegyeznek a biztosítéki oldallal, és minden csapatnak van bajnoka, és mindenkinek van első feladata.

Gyakori hibák

- ✕ Egyszerre ráönteni az AI-t az egész csapatra, tempó nélkül.
- ✕ Csak az adminokat tenni a csomagra, mindenki mást személyes fiókon hagyni.
- ✕ Funkciókat tanítani egy valódi feladat helyett.
- ✕ Soha nem kimondani hangosan, hogy senkit nem építünk le.

Példa

Egy esztétikai klinika egy csomagra teszi a recepciót, az irodavezetőt és a kartonozó szolgáltatókat. Az irodavezető a bajnok, és mindenki választ egy első heti feladatot, például a visszaigazoló SMS-eket vagy a kartonjegyzetek rendbetételét.

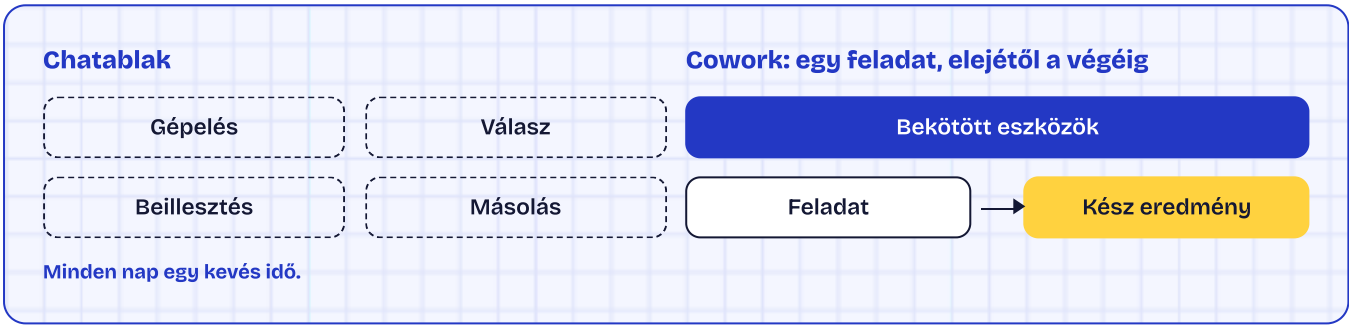
20 Költözz ki a chatablakból a Coworkbe

Lépés	20 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	26.

Mindenki egy valódi munkafolyamatot futtat elejétől a végéig a Claude Coworkben, minden nap egy kicsit, ahelyett, hogy egy chatablakba gépelne.

Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá, hogy mindenki a csomagon legyen, bekötött eszközökkel. A 9. lépés skill-fájljai csak elejétől a végéig elvégzett valódi munkából születnek.



Hogyan

1. A Claude Coworköt nyisd meg, ne a chatablakot. A chat gépelés, válasz, másolás, beillesztés, és semmit nem tanul meg.
2. Válassz egy ismétlődő feladatot, amit már most is minden nap vagy minden héten csinálsz. Ne új projektet, és az első napon semmi kritikusat.
3. Csináld meg a feladatot a Coworkben elejétől a végéig. Magyarázd el, ahogy egy új belépőnek tennéd, oda-vissza, amíg az eredmény jó nem lesz.
4. Beszélj, ne gépelj. A diktálással a teljes magyarázat kijön, a ráfordítás töredékéért.
5. Kösd be, amire a feladatnak szüksége van, és csak azt, amit a biztosítékok engednek:
   - Email
   - Naptár
   - A közös mappa
   - A CRM
6. Tartsd kicsiben és naponta. Minden nap egy kevés idő valódi munkán többet ér egy hosszú képzésnél.
7. Az első héten a bajnok minden nap végén ránéz mindenkire. Milyen feladat, elkészült-e, hol akadt el?

Eszközök

Claude Cowork	Ahol mindenki elejétől a végéig futtatja a munkafolyamatot.

Wispr Flow	Diktálás, hogy az emberek beszéljenek a Coworkhöz, ne gépeljenek.
Google Drive, email, naptár és a CRM	Bekötve, ahogy az egyes feladatoknak kell.

Bemenet

Mindenki a csomagon, egy első feladattal

→

Kimenet

Egy valódi munkafolyamat elejétől a végéig a Coworkben, minden nap, mindenkitől (a 9. lépés bemenete).

Kész, ha

Mindenki több egymást követő napon befejezte ugyanazt a valódi feladatot a Coworkben, és senki nem futtatja még mindig a chatablakban.

◆ Gyakori hibák

- ✕ A chatablakban maradni, mert ismerősnek tűnik.
- ✕ Egy nagy új projekttel kezdeni egy már meglévő feladat helyett.
- ✕ Minden utasítást begépelni beszéd helyett.
- ✕ Egy hosszú képzési nap, aztán semmi.

◆ Példa

Egy klíma- és fűtésszerelő cégnél az irodai koordinátor első feladata a tulajdonosnak szóló nap végi munkaösszefoglaló. A Coworkben futtatja, elmagyarázza, mit akar látni a tulajdonos, és néhány napon belül már elsőre jól jön ki.



„Csináld ezt egy hétig, és soha nem mész vissza."

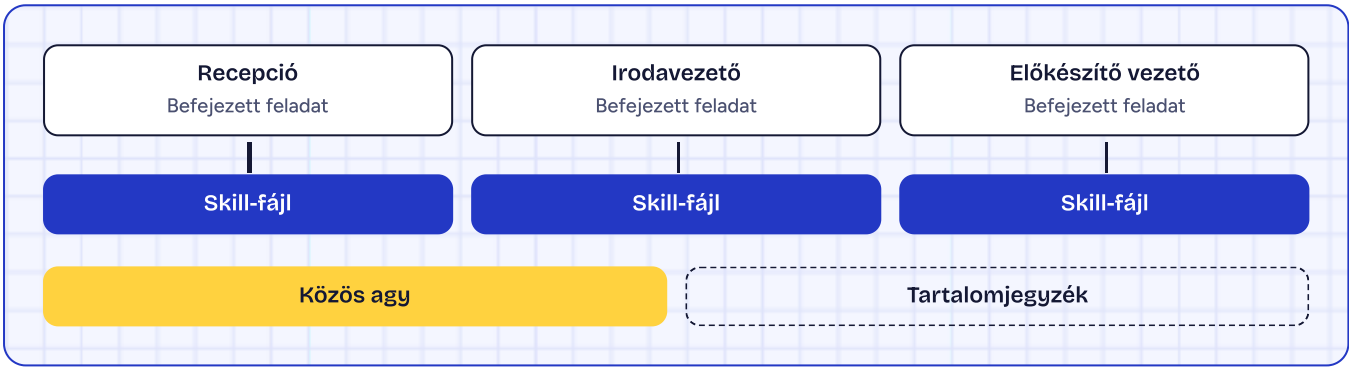
21 Ments skill-fájlokat egy közös meghajtóra

Lépés	21 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	29.

Minden befejezett munkafolyamatból skill-fájl lesz, és minden skill-fájl egy közös mappában él: a cég közös agyában.

Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a 8. lépés valódi munkafolyamatai. A 10. lépés ügynökei ezekből a fájlokból épülnek.



Hogyan

1. Minden befejezett feladat végén mondd a Claude-nak, hogy mentse el skill-fájlként.
2. Olvasd el egyszer. A skill-fájl csak egy szövegfájl a lépésekkel és a szabályokkal, egyszerű nyelven.
3. Ha kihagy egy szabályt, amit ismersz, mondd meg, és a Claude kijavítja.
4. Minden fájlt ugyanúgy nevezz el: csapat, feladat, verzió. Például: „recepció, holnapi időpontok visszaigazolása, v1”.
5. Az első hét után minden skill-fájlt költöztess egy közös Google Drive mappába, csapatonként egy almappával.
6. Tarts a mappában egy tartalomjegyzék-oldalt, skillenként egy sorral: mit csinál, és ki készítette.
7. Futtasd a skilleket, ne csak tárold őket. Ha egy skill elront valamit, a fájlt javítsd, ne az eredményt.

Eszközök

Claude Cowork	Megírja az egyes skill-fájlokat egy befejezett feladat végén.
Google Drive	Az egyetlen közös mappa, ami minden skill-fájlt és a tartalomjegyzéket tartja.

Bemenet

Elejétől a végéig elvégzett valódi munkafolyamatok

Kimenet

Egyre bővülő, elnevezett skill-fájlok egy közös mappában, tartalomjegyzékkel (a 10. lépés bemenete).

Kész, ha

Mindenkinek van legalább egy skill-fájlja a közös mappában, mindegyik hosszú magyarázat nélkül lefuttatja a feladatát, és a tartalomjegyzék mindet felsorolja.

Gyakori hibák

- ✕ A skill-fájlokat a saját gépeden tartani a közös mappa helyett.
- ✕ Promptokat menteni egy dokumentumba, és minden alkalommal bemásolni őket.
- ✕ Soha nem elolvasni a skill-fájlt, így egy hiányzó szabály hiányzó marad.
- ✕ Egy rossz eredményt kézzel javítani a skill javítása helyett.

Példa

Egy étteremvezető skillt ment a heti rendeléshez: elolvassa az eladásokat, megnézi a polcot, megírja a rendelés vázlatát. Az előkészítő vezető egyet az előkészítési listához ment, és mindkettő a közös mappába kerül, a konyha alá.

22

2. fejezet: Működés, 10. lépés a 12-ből

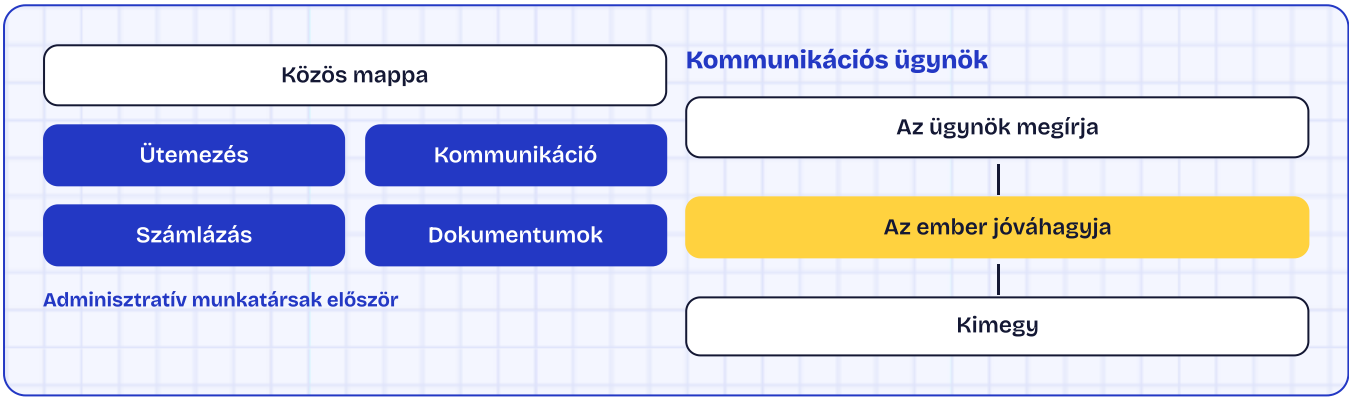
Építs kategóriánként egy ügynököt

Lépés	22 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	30.

A skill-fájlok kategóriák szerint csoportosítva, csoportonként egy ügynökkel, amit az egész csapat hívhat, az adminisztratív munkatársakkal kezdve.

Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá egy közös mappa, tele valódi skill-fájlokkal. Az embereket a munka elvégzésétől a munka irányítása felé mozdítja.



Hogyan

1. Nyisd meg a közös skill-mappát a Coworkben, és válogattasd szét vele az összes skillt a munka fajtája szerint:
   - Ütemezés
   - Ügyfélkommunikáció
   - Számlázás
   - Dokumentumok
2. Vesd össze a csoportokat azzal, ahogy a csapat ténylegesen felosztja a munkát. Vond össze a vékonyakat, oszd szét a zsúfoltakat.
3. Minden csoportból építtess a Claude-dal egy ügynököt azokból a skillekből. Add meg a kontextust is:
   - Az ügyféloldalakat
   - Az adattérképet
   - A biztosítéki oldalt
4. Másold be az ügynök tiltólistáját és hozzáférési listáját a 3. lépésből az utasításaiba.
5. Az adminisztratív munkatársakkal kezdd. Akiknek a legtöbb ismétlődő számítógépes munkájuk van, azok kapják az első ügynököket.
6. Az első legyen az az ügynök, ami az ügyfélválaszokat megírja. Minden választ megír, mielőtt az ember elolvasná az üzenetet; az ember jóváhagyja és elküldi.

7. Oszd meg minden ügynököt az egész csapattal a céges fiókban.
8. A munkát változtasd meg, ne csak az eszközt. Mindenki napja a feladat elvégzéséről átkerül annak az ügynöknek az ellenőrzésére, ami elvégzi.

Eszközök

Claude Cowork	Csoportokba válogatja a skilleket, és csoportonként épít egy ügynököt.
Claude Code	Megépíti az ütemezetten futó, vagy az appba és a háttérrendszerbe bekötött ügynököket.
Google Drive	A skill-fájlok és az ügyféloldalak, amikből az ügynökök épülnek.
Claude vállalati csomag	Ahol az ügynököket megosztod a csapattal.

Bemenet
A közös skill-mappa

→

Kimenet
Kategóriánként egy ügynök, megosztva a csapattal, mindegyikbe beleírva a korlátai (a 11. lépés bemenete).

Kész, ha
Minden kategóriának van ügynöke, minden admin legalább egy ügynököt naponta használ, és semmi, amit egy ügynök megír, nem megy ki egy ember jóváhagyása nélkül.

Gyakori hibák

- ✕ Egyetlen óriási ügynököt építeni mindenre kategóriánként egy helyett.
- ✕ Ügynököket építeni, mielőtt valódi skill-fájlok állnának mögöttük.
- ✕ Hagyni, hogy a kommunikációs ügynök elküldjön, ahelyett, hogy csak megírna.
- ✕ Ügynököket adni az embereknek, de a munkájukat változatlanul hagyni.

Példa

Egy fogorvosi rendelőnek végül ügynöke lesz az időpontokra, a páciensválaszokra, a biztosítási papírmunkára és a számlázási utánkövetésre. A válaszügynök minden páciens-emailre megírja a választ, a recepció pedig elolvassa, szerkeszti és elküldi.

23 Tegyél jelzőt, gazdát és egy számot minden ügynökre

Lépés	23 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	31.

Mindennek, ami magától fut, van:

- ☑ Egy hibajelzője, ami pirosra vált, amikor eltörik
- ☑ Egy emberi gazdája
- ☑ Egy száma, amihez mérik

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá futó ügynökök és appok. Egy csendben hibázó rendszerben nem lehet megbízni nagyobb mennyiségnél, ezért a kaputesztnek először erre van szüksége.



◆ Hogyan

1. Írj össze mindent, ami most már magától fut:
   - Minden ügynököt
   - Minden ütemezett feladatot
   - Minden automatizálást az n8n-ben vagy a CRM-ben
   - Minden adatfolyamot a saját appba
2. Adj mindegyiknek hibajelzőt. Zöld, ha lefutott, piros, ha nem, és a piros egy emberhez megy, nem egy naplóba, amit senki nem olvas.
3. Térképezd fel, mi mitől függ. Ha az egyik táplálja a másikat, egy fentebbi törés a lentebbi gazdát is riasztja.
4. Nevezz meg ügynökönként egy gazdát. Ő figyeli a jelzőjét, és beszámol róla.

5. Adj minden ügynöknek egy számot, ahogy egy munkatársat is irányítanál. Kösd vissza az 1. szakasz kiinduló állapotához annál a lépésnél, amit kiszolgál.
6. Tegyél minden jelzőt és számot arra az irányítópultra, amit a tulajdonos minden reggel megnéz.
7. Havonta egyszer minden gazda beszámol az ügynökéről: mit csinált, és mi tört el.
8. Minden jelzőt egyszer szándékosan törj el, hogy bebizonyítsd, pirosra vált.

Eszközök

Claude Code	Megépíti a hibajelzőket és az irányítópultot.
Slack, SMS vagy email	Ahol a piros jelző eléri a gazdáját.
Irányítópult	Minden ügynök száma az 1. szakasz kiinduló állapota mellett.
n8n és GHL automatizálások	A listán vannak, mindegyiknek saját jelzővel.

Bemenet
Futó ügynökök és automatizálások

→

Kimenet
Mindegyiken egy jelző, egy gazda és egy szám, mind egy irányítópulton (a 12. lépés bemenete).

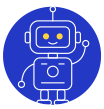
Kész, ha
Minden ügynöknek és automatizálásnak van piros jelzője, amit egyszer eltörve teszteltek, van megnevezett gazdája és egy száma az irányítópulton.

Gyakori hibák

- ✗ Csak a sikert jelenteni, így egy hiba csendes napnak látszik.
- ✗ Nincs térkép arról, mi mitől függ, így egy törés észrevétlenül lehúzza az egész láncot.
- ✗ Egy ügynök gazda nélkül, ami azt jelenti: senkié.
- ✗ Egy tiszta bemutatóban bízni a terhelés alatti valódi rendszer helyett.

Példa

A használtautó-felvásárlónál a fő telefonvonal csendben leállt a hívások naplózásával a CRM-ben. A hívások érdeklődő-rekord nélkül jöttek tovább, semmi nem jelezte, és csak a számok lehúzásakor vettük észre.



„Minden automatizálásnak, amit építesz, hangosan szólnia kell, amikor hibázik."

24

2. fejezet: Működés, 12. lépés a 12-ből

Futtasd le a kaputesztet

Lépés	24 / 60
Fejezet	2 / 5
Nap	32.

Bizonyítsd be, hogy a vállalkozás kapacitása a mostani 3–5-szöröse, jelentős létszám vagy infrastruktúra hozzáadása nélkül.

Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá minden, ami ebben a szakaszban előtte jön. Az Értékesítés, a 3. fejezet, mindjárt több munkát küld ebbe a rendszerbe.



Hogyan

1. Az 1. szakasz térképén írj 2 számot minden lépés mellé: a mai heti mennyiségét, és a mostani kapacitását ugyanazokkal az emberekkel.
2. Oszd el a kapacitást a mennyiséggel. Ez a lépés szorzója.
3. A térkép legalacsonyabb szorzója a vállalkozás szorzója. Minden mást ez korlátoz.
4. Teszteltesd a Claude-dal a térképet 3×, 4× és 5× annyi munkával. Ahol olyan lépést nevez meg, amire nem számítottál, nézd meg kézzel.
5. Ha a legalacsonyabb szorzó 2× alatt van, az a lépés az új szűk keresztmetszeted. Menj vissza az 1. lépéshez, és futtasd újra a 2–11. lépést csak arra a lépésre.
6. Ha 3× vagy több, nézd meg a fizikai oldalt, és írd le, mit kellene hozzáadnod 5×-nél:
   - Telefonok és belépések
   - Az app tárhelye és a háttérrendszer korlátai
   - Kocsik, székek és helyiségek
7. Írd le az eredményt egy sorban a kiinduló állapot mellé: a vállalkozás most a mostani munkái ennyiszeresét tudja vállalni, ez a lépés korlátozza.

Eszközök

Az 1. szakasz munkafolyamat-térképe és kiinduló állapota	Ahová minden lépés mennyisége és kapacitása kerül.
Claude Cowork	Lefuttatja a terheléses tesztet a térképen 3×, 4× és 5× mellett.
Irányítópult	Megmutatja, hogy az ügynökök bírják-e a mai mennyiséget, mielőtt többet feltételeznél.

Bemenet

A kész rendszer és az 1. szakasz térképe

→

Kimenet

Egy szorzó minden lépéshez, a vállalkozás szorzója, és vagy egy átmenet, vagy a következő szűk keresztmetszet (az Értékesítés bemenete, vagy vissza az 1. lépéshez).

Kész, ha

A térkép legalacsonyabb szorzója legalább 3×, ideális esetben akár 5×, jelentős létszám vagy infrastruktúra hozzáadása nélkül, és az eredmény ott van leírva a kiinduló állapot mellett.

◆ Gyakori hibák

- ✕ Csak a megjavított szűk keresztmetszetet tesztelni, a mögötte lévő lépést nem.
- ✕ Egy új felvételt úgy számolni, mintha nem nőtt volna a létszám.
- ✕ Megérzésre továbblépni egy térképen lévő szám helyett.
- ✕ Elfelejteni a fizikai oldalt: kocsik, székek, helyiségek és telefonok.

◆ Példa

A használtautó-felvásárlónál a sofőröket egy napi elszállítási plafonhoz mértük. Bőven volt helyük; a korlát feljebb ült, abban, hogy az érdeklődőkből lefoglalt elszállítás legyen, és az az Értékesítés dolga.



„Most már növelheted a bevételt anélkül, hogy a költségeid nőnének.”

Az eszközök.

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
Az 1. szakasz munkafolyamat-térképe és kiinduló állapota	A kiinduló kép: mennyiség és kapacitás lépésenként	1 2 11 12
Claude Cowork	Elolvassa a térképet, szétválogatja a munkát, digitalizálja az iratokat, futtatja a napi munkát, skill-fájlokat ír, ügynököket épít	1 2 4 8 9 10 12
Claude vállalati csomag	Egy csomag minden számítógépes munkatársnak; beállítások, eszközök és közös ügynökök	3 7 10
Claude Code	Megépíti a saját appot, az ütemezett ügynököket, a hibajelzőket és az irányítópultot. A Codex is működik	3 6 10 11
Wispr Flow	Diktálás, hogy a tulajdonosok és a munkatársak beszéljenek, ne gépeljenek	1 8
Toll és papír	Minden app vázlata, mielőtt bármilyen kód születne	1 6
Hangjegyzetek	Felveszi a megbeszéléseket, a végigvezetéseket és minden app szóbeli specifikációját	4 6
Google Drive	Egy közös mappa: szabályok, iratok, ügyféloldalak, skill-fájlok	3 4 5 7 8 9 10
Szkennerapp vagy irodai szkenner	Fájllá alakítja a papírt	4
Notion	Tartja az építési listát, minden feladatot felelőssel	2
GHL, HubSpot vagy más	CRM: kapcsolatok, szakaszok, időpontok, automatizálások	5 6 11
QuickBooks vagy a könyvelőprogramod	Könyvelési háttérrendszer, amire az app építhet	5 6
Már meglévő iparági szoftver	Háttérrendszerként megtartva, ha jól végzi az alapfeladatát	5 6
Cloudflare Pages	Hosztolja a saját appot	6
Cloudflare Access	Belépési kapu az app előtt	3 6
Cloudflare Tunnel	Eléri az irodai gépen futó appot	6
n8n	Automatizálás az eszközök között; az automatizálásai is kapnak jelzőt	6 11
Slack, SMS vagy email	Eljuttatja a piros jelzőket az egyes ügynökök gazdájához	11

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
Irányítópult	Minden ügynök jelzője és száma, a kiinduló állapot mellett	11 12
Virtuális asszisztensek	Munka, amihez ember kell, de nem a helyszínen	2

Mielőtt továbblépsz

A kapu.

Ne kezdd el az Értékesítést, amíg minden sor nem igaz.

- [ ] A szűk keresztmetszet meg van nevezve, és meg van javítva vagy fel van oldva.
- [ ] Minden körülötte lévő feladat szét van válogatva AI-ra, olcsó szoftverre, virtuális asszisztensekre vagy emberre, és senkit nem építettek le.
- [ ] A biztosítéki oldal létezik, és a fiók- és mappajogosultságok megegyeznek vele.
- [ ] Az iratok, amiktől a munka függ, digitálisak, egy közös mappában vannak, és az új iratok digitálisan kezdődnek.
- [ ] Minden irattípusnak egy API-val rendelkező otthona van, egy adattérképre leírva.
- [ ] A saját app futtatja a szűk keresztmetszet munkáját, hosztolva és belépési kapuval, és a régi mód ki van vezetve.
- [ ] Minden számítógépes munkatárs a Claude vállalati csomagon van, és a Coworkben dolgozik, nem a chatablakban.
- [ ] Mindenki mentett skill-fájlokat a közös mappába.
- [ ] Minden munkakategóriának van ügynöke, és semmi, amit egy ügynök megír, nem megy ki egy ember jóváhagyása nélkül.
- [ ] Minden ügynöknek és automatizálásnak van piros jelzője, gazdája és száma.
- [ ] A vállalkozás kapacitása a mostani 3–5-szöröse, jelentős létszám vagy infrastruktúra hozzáadása nélkül. A 3× elég a továbblépéshez; az 5× a plafon.

A fejezet vége

Így néz ki a kész.

- A szűk keresztmetszet, ami korlátozta a teljesítést, eltűnt, és a következő le van írva.
- Az iratok olcsó szoftverben és egy közös mappában élnek, rajtuk egy saját app.
- Minden számítógépes munkatárs a Coworkben dolgozik, és a cég skilljei egy közös agyban ülnek.
- Az ügynökök végzik az első kört az adminisztratív munkán, az emberek irányítják őket, és minden, ami eltörik, pirosat jelez.
- A bevétel nőhet, a költségek nem, mert ugyanazok az emberek legalább 2× annyi munkát elbírnak.

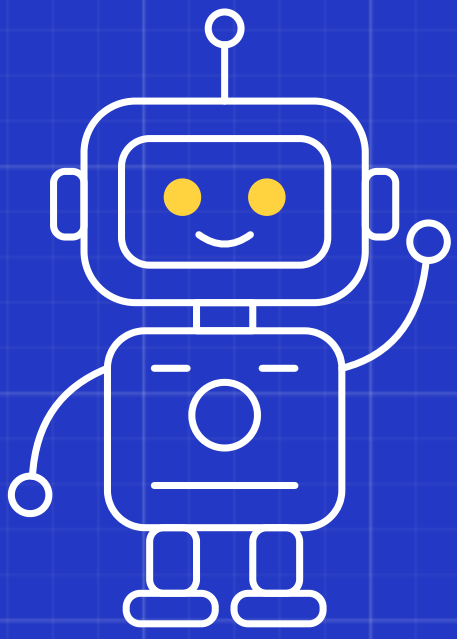
03

A 90 napos AI-terv, 3. fejezet az 5-ből

Értékesítés

Fordíts több érdeklődőt ügyféllé, gyorsabban.

33–50. nap



A fejezet egy oldalon

Mi ez a szakasz

Az egész értékesítési mozgás, attól a pillanattól, hogy egy érdeklődő beérkezik, addig, amíg megnyered az üzletet. Úgy építem meg, mint egy futószalagot, ami mindig a következő lépésre tolja az érdeklődőt.

Miért itt van

Az 1. szakasz megadta a számokat és a térképet. A 2. szakasz felépített egy működést a mostani kapacitás 3–5-szörösével.

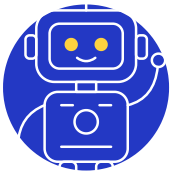
Most az értékesítésnek kell elbírnia a 3–5-szörös mennyiséget, különben ez lesz az új szűk keresztmetszet. Ha olyan értékesítésbe öntöd a növekedést, ami nem bírja, az érdeklődőszámod nő, a konverzió pedig zuhan.

A kapu

Ne lépj tovább a Növekedésre, amíg a reakcióidő nincs 5 perc alatt, vagy nem fedik le hangügynökök. A CRM-nek minden szakaszt tartalmaznia kell a konverziós arányával és idejével, és az értékesítésnek el kell bírnia a 3–5-szörös mennyiséget.

Az eszközök röviden

GHL	Alapértelmezett CRM: szakaszok, sorozatok, SMS, telefonszámok, hangügynök
HubSpot	CRM a személyesebb kapcsolatot igénylő vállalkozásoknak
Claude Code	Megépíti az appokat, a kutatóügynököt és a jelentéseket
Claude Cowork	Megírja a szabályokat és az üzeneteket, futtatja a napi jelentéseket
SalesMessage	Telefon és SMS, ha nem GHL telefonszámokat használsz
Cloudflare Pages	Hosztolja a saját értékesítési appot
n8n	Automatizálás: behozza a külső érdeklődőket a CRM-be
ElevenLabs	Klónozza a recepció hangját
Firecrawl, Apify, context.dev	Utánanéznek az érdeklődőnek
Virtuális asszisztensek	Viszik az utánkövetési sorokat



Az egy mondat

„Az értékesítés legnagyobb karja, minden egyes alkalommal, a reakcióidő.”

25 Térképezd fel az értékesítési mozgást

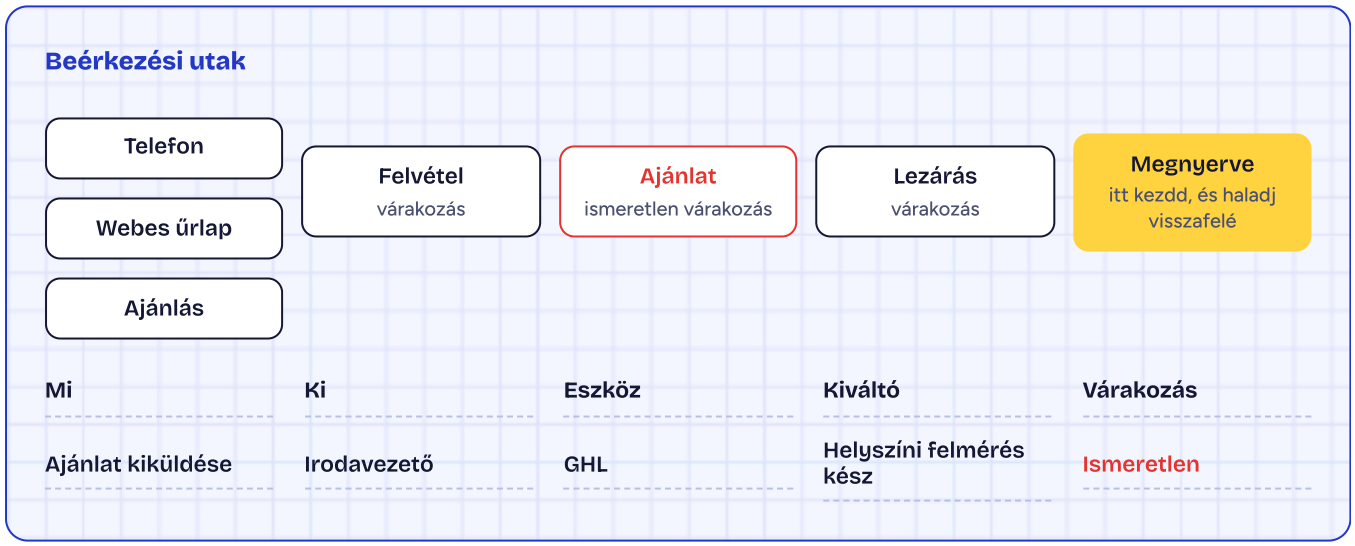
Lépés	25 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	33.

Egy térkép minden szakaszról, amit egy érdeklődő megtesz, az első érintéstől a megnyert üzletig, ami megmutat:

- ☑ Mindenkit, aki az érdeklődővel érintkezik
- ☑ Minden eszközt, amit használnak
- ☑ Minden várakozást a szakaszok között
- ☑ Minden helyet, ahol egy érdeklődő kieshet

◆ Miért most jön ez a lépés

Az 1. szakasz térképéből és kiinduló állapotából dolgozik. Erre épülnek a szakaszok, a szabályok, a CRM és minden későbbi ügynök.



◆ Hogyan

1. A végén kezdd. Húzz elő egy adag nemrég megnyert és egy adag elveszített üzletet, és mindegyiket járd végig visszafelé addig, amikor az az ember először érintkezett a vállalkozással.
   - A visszafelé haladás megakadályozza, hogy azt a mozgást térképezd fel, amit szeretnél, hogy legyen.

2. Írj össze minden módot, ahogy egy érdeklődő bejön. Mindegyik egy beérkezési út:
   - Telefonhívások és SMS-ek
   - Webes űrlapok és oldalon belüli chat
   - Hirdetési űrlapok
   - Email
   - Betérők és ajánlások
   - Értékelőoldalak és a Google Cégprofil
3. Írd le, hová érkezik ma minden érdeklődő. Valakinek a mobiljára, egy közös postafiókba, egy táblázatba, a CRM-be, vagy sehová.
4. Minden szakaszhoz írj 5 dolgot:
   - Mi történik
   - Ki csinálja
   - Melyik eszközhöz nyúl
   - Mi indítja el a következő szakaszt
   - Mennyi a várakozás
5. Ha senki nem tudja a várakozást, írd azt, hogy ismeretlen. Az ismeretlen várakozásokban halnak meg az érdeklődők.
6. Jelölj meg minden utánkövetést: ki csinálja, milyen csatornán, milyen gyakran, és mitől hagyja abba. A legtöbb vállalkozás rájön, hogy nincs is ütemterv.
7. Jelölj meg minden helyet, ahol egy érdeklődő kiesik, és hogy ma mi történik utána. Általában a válasz: semmi.
   - Nem veszi fel
   - Nem jelenik meg
   - Ajánlat kiküldve, aztán csend
   - Azt mondta, most nem
   - Az ár után kihűlt
8. Vegyél fel néhány valódi hívást a felvételnél, az ajánlatnál és a lezárásnál, úgy, hogy a hívókat tájékoztatod a felvételről. Ezek táplálják a 8. lépés hangügynökét.
9. Beszéld be az egész bejárást a Claude Coworkbe Wispr Flow-val, és csatold az 1. szakasz térképét. Rajzoltasd le a Claude-dal balról jobbra: a beérkezési utak balra, a megnyert és elveszített jobbra, minden várakozás egy nyíl az idejével.
10. Nézd át azzal, aki a telefont veszi fel, és azzal, aki lezár. Javítsd, amíg mindketten azt nem mondják, hogy tényleg így működik.

◆ Eszközök

Claude Cowork	A bejárásodból és a hívásjegyzeteidből elkészíti a térképet.
Wispr Flow	Beszéld végig a bejárást gépelés helyett.
GHL hívásrögzítés vagy Hangjegyzetek	Rögzíti a valódi hívásokat.

Google Drive	Egy közös mappa a térképnek, a felvételeknek és a jegyzeteknek.

Bemenet

Az 1. szakasz térképe, a kiinduló állapot és a végigjárt üzletek

Kimenet

Az Értékesítési térkép: minden beérkezési út, szakasz, személy, eszköz, várakozás és kiesési pont. Ez táplálja a 2. lépést.

Kész, ha

Minden beérkezési út rajta van a térképen. Minden szakasznak van gazdája, eszköze, kiváltója és várakozása (vagy az „ismeretlen” szó), és a telefonos ember és a lezáró is jóváhagyja.

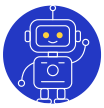
Gyakori hibák

- ✕ Elölről térképezni. A végén azt a tölcsért térképezed fel, amit megterveztél, nem azt, amin az érdeklődők ténylegesen végigmennek.
- ✕ Kihagyni a gazdátlan utakat: a munkaidőn kívüli hangpostát, a Facebook-postafiókot, az űrlapot, ami egyetlen embernek küld emailt.
- ✕ Azt hinni, érdeklődő-problémád van. Általában előbb működési probléma, aztán értékesítési.
- ✕ Tökéletes térképet hajszolni. Csak a szűk keresztmetszeteket kell megmutatnia.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a CRM-ben szép sorban álltak a szakaszok. Amikor valódi üzleteket jártunk végig, sok egyenesen az „Elszállítás egyeztetve” szakaszba ugrott, a minősítés és az ajánlat szakaszt alig használták.

A térkép azt a mozgást mutatta, amit a csapat ténylegesen csinált, nem azt, ami a képernyőn volt.



„Az érdeklődőtől az ügyfélig meg kell értened, hogyan optimalizáld az egyes lépéseket.”

26

3. fejezet: Értékesítés, 2. lépés a 12-ből

Határozd meg a szakaszokat

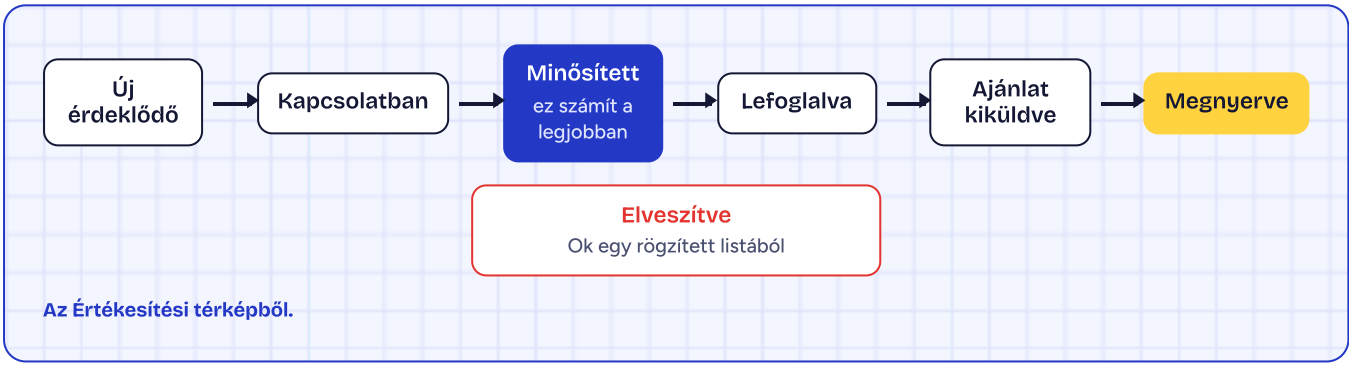
Lépés	26 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	36.

A szakaszok rövid, rögzített listája, mindegyikhez:

- ☑ Egy belépési szabály, amit egy rendszer lát
- ☑ Egy kilépési szabály
- ☑ Egy gazda

◆ Miért most jön ez a lépés

A térkép megmutatja a szakaszokat. A szakaszok ezeket megszámolhatóvá teszik, és minden későbbi szabály és szám ezektől függ.



Az Értékesítési térképből.

◆ Hogyan

1. Csoportosítsd a térkép szakaszait néhány szakaszba, olyan kevésbe, hogy a csapat tényleg végigvigye rajtuk az érdeklődőket. Egy szolgáltató vállalkozás általában valami ilyesmihez jut:
   - Új érdeklődő
   - Kapcsolatban
   - Minősített
   - Lefoglalva
   - Ajánlat kiküldve
   - Megnyerve és Elveszítve
2. Minden belépési szabályt olyan eseményként írj le, amit egy számítógép lát. Beérkezett egy űrlap, létrejött egy hívás, kiment egy ajánlat, beérkezett egy kifizetés.
3. Soha ne használj érzést szabályként. A „Kapcsolatban” azt jelenti, hogy kétirányú beszélgetés történt, nem azt, hogy kiment egy SMS.
4. Válaszd ki a 2 legfontosabb szakaszt: az érdeklődőt (L1) és a minősített érdeklődőt (L2). A megnyert a W1, és mindent ezekhez mérünk.
5. Ugyanazokat a szakaszokat használd, amiket az 1. szakaszban rögzítettél, minden csatornán. Én mindenhol ilyen egyszerűen tartom, és ettől a terv többi része könnyebb.

6. A megnyertet a pénz pillanataként határozd meg: előleg kifizetve, szerződés aláírva vagy munka kifizetve. Írd le, hogy senki ne számoljon egy szóbeli igent.
7. Tartsd külön az elveszítettet és a halottat. Az elveszítettnek van oka egy rögzített listából (ár, időzítés, máshová ment, nem illik hozzánk); a halott azt jelenti, hogy a 3. lépés minden szabálya lefutott.
8. Adj minden szakasznak egy gazdát: egy embert, egy ügynököt vagy egy virtuális asszisztenst. Ha egy érdeklődő túl sokáig ül, egyetlen nevet kell megkérdezni.
9. Tedd egy oldalra: szakasz, belépési szabály, kilépési szabály, gazda, és a kérdés, amit az a szakasz megválaszol.

Eszközök

Claude Cowork	Megírja a szakaszlista vázlatát, és megtalál minden érdeklődőt a térképen, ami egyetlen szakaszba sem illik, vagy kettőbe is.
Google Táblázat	A szakaszlap, a közös mappában.

Bemenet

Az Értékesítési térkép

→

Kimenet

A Szakaszlap: minden szakasz a belépési szabályával, a kilépési szabályával és a gazdájával, plusz az elvesztési okok rögzített listája. Ez táplálja a 3. lépést.

Kész, ha

A térkép minden érdeklődője bármelyik pillanatban pontosan egy szakaszba illik. Minden belépési szabály egy rendszer által látható esemény, és minden szakasznak egy gazdája van.

Gyakori hibák

- ✗ Túl sok szakasz. Senki nem viszi végig rajtuk az érdeklődőket, és a számok zajjá válnak.
- ✗ Ítéletet tartalmazó szabályok (forró, langyos, érdeklődik) események helyett.
- ✗ Összekeverni az elveszítettet és a halottat, így soha nem tudod meg, miért veszítesz.
- ✗ Nincs gazda, így egy beragadt érdeklődő mindenki problémája, és senkié.

Példa

Minden vállalkozásnál ugyanazt a 3 szakaszt futtattuk: az L1 az érdeklődő, az L2 a vállalás, a W1 a megnyert. Egy használtautó-felvásárlónál az L2 az „Elszállítás egyeztetve” volt, a W1 az „Elszállítva”; egy esküvőhelyszínen az L2 a „Bejárás lefoglalva”.

Amikor egy üzlet kihagyott egy szakaszt, a kihagyott szakaszokat automatikusan kitöltöttük, ahelyett, hogy az értékesítőket kértük volna meg a kézi javításra.



„Válaszd ki a 2 szakaszt, ami számít: ez egy érdeklődő, és ez egy minősített érdeklődő.”

27

3. fejezet: Értékesítés, 3. lépés a 12-ből

Írd meg az üzleti szabályokat

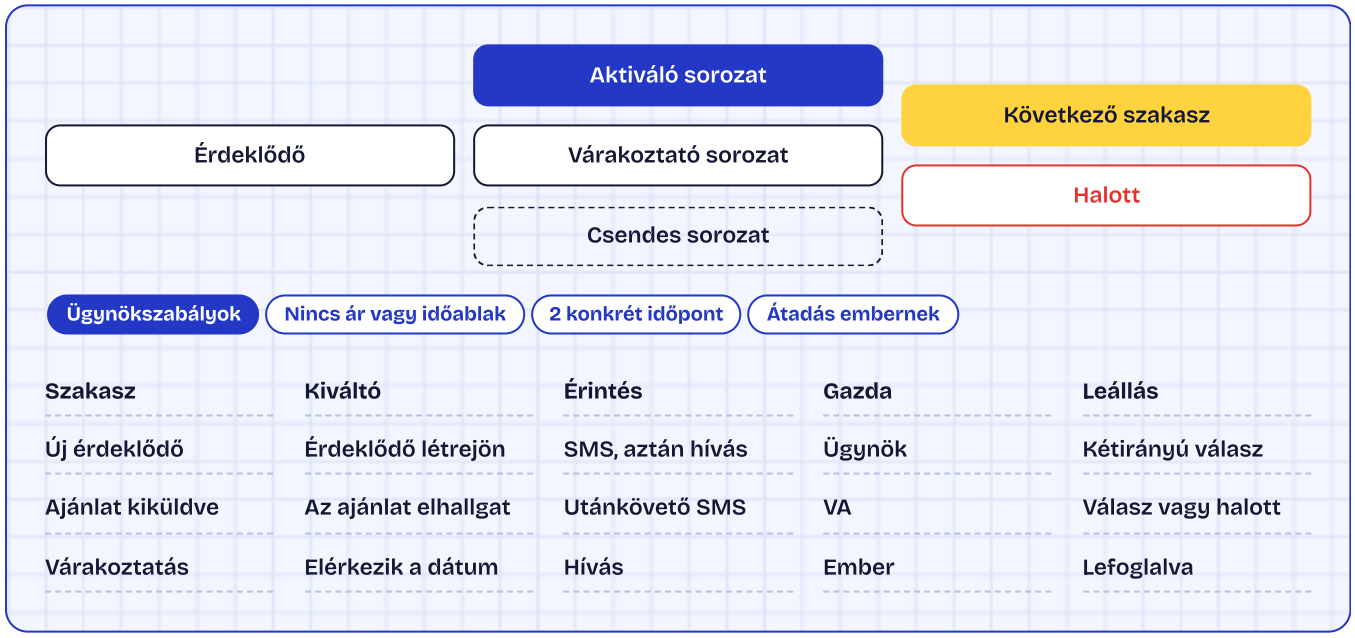
Lépés	27 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	37.

Egy szabálykönyv arról, hogyan mozog minden érdeklődő:

- [x] Mi indítja el az egyes sorozatokat
- [x] Mi szünetelteti és mi zárja le
- [x] Mit mondhatnak és mit nem mondhatnak az ügynökök
- [x] Mikor halott egy érdeklődő

Miért most jön ez a lépés

A szakaszok megmondják, hol van egy érdeklődő. A szabályok megmondják, mi történik vele ott, és egy szabályok nélküli ügynök kockázat.



Hogyan

1. Írd meg az aktiváló sorozatot: mi indul el abban a pillanatban, amikor egy érdeklődő az Új érdeklődő szakaszba ér. Ez a reakcióidő-sorozatod:
   - A visszaírás SMS-ben
   - A hívás
   - A riasztás annak, aki ügyeletes
   - A foglalási link
2. Írd meg a csendes sorozatot: mi történik, amikor egy érdeklődő elhallgat. Sorold fel az érintéseket, a csatornát, a sorrendet, és hogy mikor áll le.
3. Az érintések közötti szüneteket helyőrzőként írd be. A 11. lépés adataival fogod hangolni őket.

4. Írd meg a várakoztató sorozatot azoknak az érdeklődőknek, akik azt mondják, most nem. Ők nem elveszettek; le vannak parkolva egy dátummal és valamivel, ami felébreszti őket.
5. Írd meg a kiesési szabályokat, mindegyiket a következő érintéssel, és hogy ki csinálja:
   - Nem jelent meg
   - Ajánlat kiküldve, aztán csend
   - Lefoglalva, aztán lemondva
6. Írd meg a halott szabályt. Egy érdeklődő akkor halott, amikor minden sorozat lefutott, és egy kimondott feltétel teljesül; aztán írd le, mit kapnak még a halott érdeklődők, ha egyáltalán bármit.
7. Tedd az utánkövetési ütemet egy táblázatba:
   - Szakasz
   - Kiváltó
   - Érintés és csatorna
   - Gazda (ügynök, ember vagy virtuális asszisztens)
   - Leállási feltétel
8. Írd le, mit nem csinál soha egyetlen ügynök sem. A legtöbb vállalkozás ezekkel kezdi:
   - Soha ne mondj árat vagy időablakot az első érintésnél.
   - Ajánlj fel 2 konkrét időpontot, ne prospektust vagy díjtáblázatot.
   - Add át egy embernek, ha az érdeklődő embert kér, ideges, vagy bármi jogi, egészségügyi vagy panasz jellegű dolgot hoz fel.
9. Írd meg a biztosítékokat: mit olvashatnak az ügynökök, mit írhatnak, és mihez nem nyúlnak soha (fizetési adatok, védett iratok). A szabályozott vállalkozások ezt írják meg először.
10. Tartsd az egész szabálykönyvet egy dokumentumban a közös Drive-on. A hangügynök, az SMS-ügynök és a virtuális asszisztensek is ezt olvassák.

◆ Eszközök

Claude Cowork	Megírja az egyes sorozatok vázlatát, aztán valódi érdeklődőket vezet végig a térképről a szabályokon, hogy megtalálja, hol esnek ki.
Wispr Flow	Mondd ki a szabályokat. A legtöbb tulajdonos ismeri őket, és soha nem írta le.
Google Drive	A szabálykönyv, a szakaszlap mellett.

Bemenet
A Szakaszlap és a hívásfelvételek

→

Kimenet
A Szabálykönyv: minden sorozat, a halott szabály, az ütemtáblázat, az ügynökszabályok és a biztosítékok. Ez táplálja a 4. lépést.

Kész, ha

Bármelyik szakasz bármelyik érdeklődőjének pontosan egy következő teendője, dátuma és gazdája van. A szabálykönyv megmondja, mikor áll le.

Gyakori hibák

- ✕ Nincs halott szabály, így a CRM megtelik érdeklődőkkel, akikhez senki nem fog nyúlni, és minden konverziós szám hibás.
- ✕ A „most nem”-et elveszettként kezelni. A várakoztatott érdeklődők gyakran a legolcsóbb üzletek, amiket valaha lezársz.
- ✕ Hagyni, hogy egy ügynök árat vagy időablakot mondjon, mielőtt egy ember látta volna a munkát.
- ✕ Olyan szabályokat írni, amiket senki nem tesztel. Vezess végig rajtuk valódi érdeklődőket, mielőtt bármit építenél.

Példa

Az 1. lépés használtautó-felvásárlójánál a „Nincs válasz” egy várakozó szakasz volt: a csendes érdeklődők ott ültek, és később átsöpörték őket az Elveszítettbe.

Amikor megmértük, ezek közül a csendes érdeklődők közül néhány visszatért egy aktív szakaszba, néhány pedig végül eladta nekünk az autót.

Ezért kap a csendes sorozat saját szabályokat.



„Az összes üzleti szabály, ami az aktiváló, a csendes és a várakoztató sorozatodat futtatja.”

28

3. fejezet: Értékesítés, 4. lépés a 12-ből

Állítsd be a CRM-et

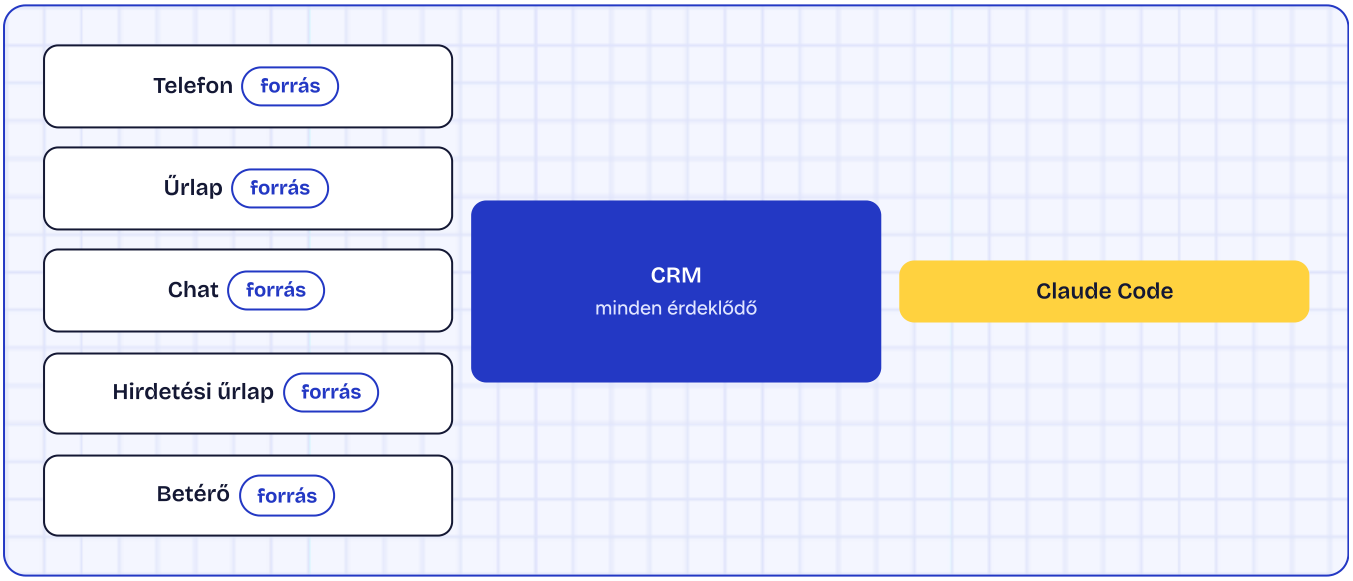
Lépés	28 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	38.

Egy CRM, ahová minden érdeklődő beérkezik:

- ☑ Minden beérkezési útról
- ☑ Az általad meghatározott szakaszokba
- ☑ A beérkezéskor beállított forrásával
- ☑ Az AI számára elérhetően

◆ Miért most jön ez a lépés

Megvannak a szakaszok és a szabályok; most otthon kell nekik. CRM nélkül semmi nem tud lefutni, ami ezután jön.



◆ Hogyan

1. Válaszd ki a CRM-edet: GHL, HubSpot vagy más.
   - GHL a legtöbb vállalkozásnak. Olcsó, és az SMS, a naptárak, a telefonszámok és a hangügynök egy helyen élnek.
   - HubSpot, ha a vállalkozás személyesebb kapcsolatot igényel: hosszabb ciklusok, nagyobb üzletek, több ember egy-egy üzleten.
   - Ha a CRM-ed már elvégzi a feladatot, tartsd meg, és ugorj a 3. ponthoz.
2. Építs egy értékesítési folyamatot a Szakaszlap szakaszaival, sorrendben, ugyanazokkal a nevekkel.

3. Hozd létre a mezőket:
   - Érdeklődő forrása (a beérkezéskor beállítva, soha nem utólag kitalálva)
   - Belépési idő minden szakaszhoz
   - Elvesztési ok (legördülő lista a rögzített listádból)
   - Gazda
   - Amit a szabályaid megkívánnak (szolgáltatás típusa, cím, várakoztatás eddig a dátumig)
4. Köss be minden beérkezési utat, egyesével, és mindegyiket teszteld egy valódi beküldéssel:
   - Webes űrlapok és chat: egyenesen a CRM-be, az 1. szakasz UTM-jeivel a forrás mezőben.
   - Telefon: GHL telefonszám vagy SalesMessage a weboldalon és a Google Cégprofilon, így minden hívás naplózva és rögzítve van.
   - Hirdetési űrlapok és egyéb külső források: egy n8n automatizálás, ami a forrás beállításával hozza létre a kapcsolatot.
   - Betérők és ajánlások: kézzel bevive, kötelező forrással.
5. Tedd elérhetővé az AI számára. Hozz létre egy API-kulcsot, tárold egyetlen biztonságos helyen, és írasd meg a Claude Code-dal egy kis szkriptet, ami olvassa az érdeklődőket és lépteti a szakaszokat.
6. Teszteld: kérd el a Claude-tól az összes tegnap beérkezett érdeklődőt, és hogy most hol tart mindegyik.
7. Importáld az elmúlt év érdeklődőit és üzleteit, hogy a 11. lépésnek legyen előzménye. Mindegyiket címkézd fel importáltként, a valódi forrásával, ahol tudod, és Egyéb forrással, ahol nem.
8. Kapcsold ki a régi helyeket. Amint minden út a CRM-be érkezik, ne használd tovább a táblázatot és a közös postafiókot érdeklődőkre.

◆ Eszközök

GHL	Alapértelmezett CRM; értékesítési folyamat, mezők, telefonszámok, SMS, naptárak és automatizálások.
HubSpot	CRM a személyesebb kapcsolatot igénylő vállalkozásoknak.
SalesMessage	Telefon és SMS, ha nem GHL telefonszámokat használsz.
n8n	Elkapja a külső érdeklődőket, és beállított forrással írja be őket.
Claude Code	Megírja a szkripteket, amikkel a Claude olvasni és írni tudja a CRM-et.

Bemenet
A Szakaszlap, a Szabálykönyv és az 1. szakasz mérése

→

Kimenet
Az Élő CRM: egy értékesítési folyamat, minden beérkezési út forrással érkezik, a régi érdeklődők importálva, a Claude számára elérhetően. Ez táplálja az 5. lépést.

Kész, ha

Minden beérkezési útról egy teszt-érdeklődő beállított forrással az Új érdeklődő szakaszba érkezik. A Claude az API-n keresztül listázni és léptetni tudja az érdeklődőket.

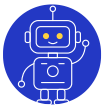
Gyakori hibák

- ✕ Abban bízni, hogy a CRM magától felismeri a forrást. Állítsd be a beérkezéskor, különben az érdeklődők nagy része forrás nélkül jelenik meg.
- ✕ Egy beérkezési utat kint hagyni, általában egy telefonvonalat, a munkaidőn kívüli hangpostát vagy a közösségi postafiókot.
- ✕ Régi kapcsolatokat címke nélkül importálni, így új érdeklődőknek látszanak, és az érdeklődőszámod semmit nem jelent.
- ✕ Újraépíteni egy működő CRM-et, mert egy új jobban mutat a bemutatón.

Példa

Ugyanannál a használtautó-felvásárlónál a hirdetések hívókövető vonala egyetlen hívást sem naplózott soha a CRM-ben, és egy ideig a fő vonal is leállt a naplózással.

Az érdeklődők minden nap hívtak, és kapcsolatrekord nélkül érkeztek. Minden telefonvonal kap egy teszthívást a CRM-be, mielőtt megbíznál benne.



„Állíts be egy olcsó CRM-et, például a GHL-t. Használj HubSpotot, ha a vállalkozás személyesebb kapcsolatot igényel."

29

3. fejezet: Értékesítés, 5. lépés a 12-ből

Építsd meg a sorozatokat

Lépés	29 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	39.

A Szabálykönyv automatizálásként fut, így minden érdeklődő időben megkapja a következő érintését, és senkinek nem kell emlékeznie.

Miért most jön ez a lépés

A CRM tartja az érdeklődőket; a sorozatok mozgatják őket. A reakcióidő, a visszaírás SMS-ben és a hangügynökök mind ezekbe csatlakoznak.

Nem minden érdeklődőt ér el az utánkövetésed. De minden érdeklődőt elér az első válaszod. Ezért kap az első érintés saját lépést (6. lépés).



Hogyan

1. A Szabálykönyv minden sorozatához építs egy automatizálást. Mindegyik egy olyan kiváltóra indul, amit a CRM lát, és a leírt leállási feltételnél ér véget:
   - Létrejön egy érdeklődő
   - Szakasz változik
   - Címkét adnak hozzá
   - Elérkezik egy dátum
2. Építsd meg az emlékeztetőket. Ezeket soha egyetlen ember se csinálja:
   - Időpont-visszaigazolás
   - Az időpont előtti emlékeztető
   - A meg nem jelenés utáni érintés
3. A szakaszok lépjenek maguktól mindenhol, ahol az esemény látható. Egy lefoglalt időpont a Lefoglalva szakaszba viszi az érdeklődőt; egy kifizetett számla a Megnyertbe.
4. Az üzeneteket a hívásfelvételekből írd meg a Claude Coworkben, így az SMS-ek úgy szólnak, mint a recepciód, nem mint egy bot. Mindegyik legyen rövid, és egy kérdéssel vagy 2 időponttal végződjön.
5. Építsd meg a beragadt érdeklődő riasztását: minden érdeklődő, ami túl sokáig ül egy szakaszban, jelez a szakasz gazdájának.
6. Tesztelj minden sorozatot elejétől a végéig egy kitalált érdeklődővel, a leállási feltételekkel együtt. Aztán futtasd végig rajta a 3. lépés valódi érdeklődőit.
7. A sorozatokat először az új érdeklődőkre kapcsold be. A régi érdeklődőket csak akkor futtasd végig, ha az új futások tiszták.

Eszközök

GHL munkafolyamatok (vagy HubSpot munkafolyamatok)	Futtatják a sorozatokat, az emlékeztetőket és a szakaszléptetéseket.
Claude Cowork	Megírja az üzeneteket a felvételekből és a szabálykönyvből.
n8n	Automatizálás mindenre, amit a CRM egyedül nem tud.

Bemenet

Az Élő CRM és a Szabálykönyv

→

Kimenet

A Futó sorozatok: minden szabály automatizálva, emlékeztetők bekapcsolva, a szakaszok maguktól lépnek, a beragadt érdeklődő riasztások élesek. Ez táplálja a 6. lépést.

Kész, ha

Egy minden úton végigvezetett kitalált érdeklődő a megfelelő időben kapja a megfelelő érintést, és ott áll le, ahol a szabályok mondják. Senkinek nem kellett semmire emlékeznie.

Gyakori hibák

- ✕ Botszerű üzenetek. A valódi hívásokból írd őket.
- ✕ Nincsenek leállási feltételek, így egy már foglalt érdeklődőt tovább üldöznek.
- ✕ SMS-ezni, mielőtt a számod regisztrálva lenne üzleti SMS-re (az USA-ban A2P 10DLC), így a szolgáltatók kiszűrik az üzeneteket.
- ✕ Hozzájárulás vagy leiratkozási lehetőség nélkül SMS-ezni. Az automatikus SMS-ekhez az érdeklődő hozzájárulása kell (az EU-ban a GDPR, az USA-ban a TCPA szerint), és minden sorozatnak abban a pillanatban le kell állnia, amikor valaki STOP-pal válaszol.
- ✕ Az első napon az egész régi adatbázist végigfuttatni egy új sorozaton.

Példa

Egy esküvőhelyszínen, akikkel dolgoztam, egy napi „Figyelmet igényel” lista jelzett minden elhanyagolt üzletet, és minden üzletet, amiből hiányzott az előleg, a végső kifizetés vagy a rendezvény dátuma. A csapat minden reggel látta ezt a listát, ahelyett, hogy kutatni kellett volna utána.

30 Vidd 5 perc alá a reakcióidőt

3. fejezet: Értékesítés, 6. lépés a 12-ből

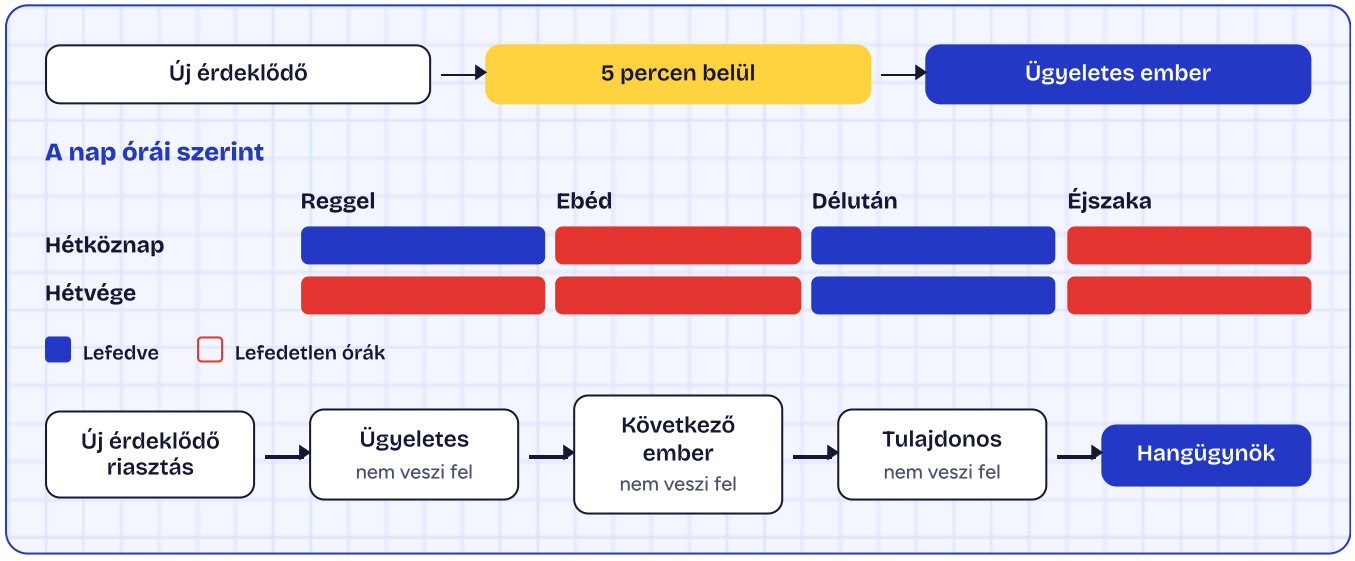
Lépés	30 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	40.

Minden új érdeklődő 5 percen belül valódi választ kap, minden alkalommal:

- ☑ Hívás vagy kétirányú beszélgetés, nem automatikus válasz
- ☑ Minden érdeklődőn mérve
- ☑ Minden órában lefedve

Miért most jön ez a lépés

A sorozatok elindítják az első érintést; ez a lépés gyorssá és mérhetővé teszi. Minden érdeklődő átmegy rajta, így ez az értékesítés legnagyobb karja.



Hogyan

1. Először mérd meg. Adj hozzá egy első válasz mezőt (az érdeklődő létrejöttétől az első kétirányú kapcsolatig), és töltesd ki minden érdeklődőn a CRM-mel vagy egy Claude Code szkripttel.
2. Írd le a mai mediánt és az 5 percen belül megválaszoltak arányát, az 1. szakasz kiinduló állapota mellé.
3. Bontsd le a nap órái és a hét napjai szerint. Itt látszanak a rések:
   - Ebédidő
   - Zárás után
   - Hétvégék
   - Amikor az, aki felveszi, éppen egy másik munkán van
4. Minden új érdeklődőt irányíts egy ügyeletes emberhez, azonnali riasztással a telefonján: az érdeklődő neve, mire van szüksége, és egy hívás gomb. Minden nyitvatartási órára nevezd meg, ki az ügyeletes.

5. Előbb hívj, és ha nem veszi fel, SMS. Az aktiváló sorozat összekapcsolja az ügyeletest az érdeklődővel; ha senki nem veszi fel, kimegy a 7. lépés SMS-e.
6. Állítsd be az eszkalációt. Ha az érdeklődőt nem válaszolják meg az időablakon belül, a riasztás a következő emberhez megy, aztán a tulajdonoshoz.
7. Jelölj meg minden órát, amit senki nem tud lefedni. Ezeket a 8. lépés hangügynöke veszi át.
   - Ha nem tudsz 5 perc alá menni, hagyd, hogy a hangügynökök kezeljék a 90%-át.
8. Nézd át minden héten: medián első válasz, az 5 perc alattiak aránya, és a leglassabb érdeklődők, mindegyiknél az okkal, amiért lassú volt.

Eszközök

GHL	A riasztás, a hívás-összekapcsolás és az első válasz mező.
GHL mobilapp	Az ügyeletes telefonjára teszi a riasztást.
SalesMessage	Ugyanez a riasztás és hívás-összekapcsolás, ha ott futnak a telefonjaid.
Claude Code	Kiszámolja az első válasz idejét, és megírja a heti bontást.
Claude Cowork	Lefuttatja a heti átnézést, és megírja a javítási lista vázlatát.

Bemenet

A Futó sorozatok

→

Kimenet

A Reakcióidő-vonal: ügyeleti beosztás, azonnali riasztások, eszkaláció, első válaszidő minden érdeklődőn, és a lefedetlen órák listája. A lefedetlen órák táplálják a 7. és 8. lépést.

Kész, ha

Az első válaszidő ott van minden érdeklődőn, és a heti medián 5 perc alatt van a lefedett órákban. Minden lefedetlen óra rajta van egy listán az ügynököknek.

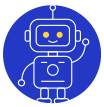
Gyakori hibák

- ✗ Nem mérni. Szinte minden tulajdonos azt hiszi, gyorsan visszahív.
- ✗ Az automatikus választ válasznak számolni. Csak a kétirányú kapcsolat számít.
- ✗ Utolsónak megépíteni. Ez a legkönnyebb nagy nyerés, úgyhogy építsd meg korán, akár a szakasz többi része előtt.
- ✗ Lefedetlenül hagyni az ebédidőt, az éjszakákat és a hétvégéket.

◆ Példa

Egy élelmiszeres vállalkozásnál, akikkel dolgoztam, egyetlen ember vett fel szinte minden hívást.

Amikor megmértük, a nem fogadott hívók többségét egyáltalán nem hívták vissza. Mindenki felvételi arányát és 5 percen belüli visszahívási arányát egy értékelőlapra tettük, így a rés szám lett, nem érzés.



„Minden érdeklődőt elér a reakcióidő. Ez az első dolog, amibe minden érdeklődő beleütközik.”

31 Írj vissza minden új érdeklődőnek SMS-ben

Lépés	31 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	43.

Minden érdeklődő, akit a csapat nem tud azonnal felhívni, egy percen belül kap egy SMS-t, ami:

- ☑ Megkérdezi, mire van szüksége és hol
- ☑ Felajánl 2 időpontot
- ☑ Lefoglalja

◆ Miért most jön ez a lépés

A 6. lépés megtalálta azokat a pillanatokat, amikor senki nem tud időben válaszolni. Egy SMS-ügynök ezek többségét kevés ráfordítással lezárja, a maradékot pedig a 8. lépés hangügynöke fedi le.



◆ Hogyan

1. Kapcsold be a nem fogadott hívásra küldött SMS-t: minden meg nem válaszolt hívás azonnal kap egy SMS-t a vállalkozás számáról.
2. Kapcsold be az űrlapra küldött SMS-t: minden webes vagy hirdetési űrlap azonnal kap egy SMS-t, ugyanarról a számról, ugyanazon a hangon.
3. Építsd meg az SMS-ügynököt a Szabálykönyvre. Felteszi azt a néhány kérdést, amit a recepciód mindig feltesz, aztán felajánl 2 konkrét időpontot.
   - Egy otthoni szolgáltatásokat nyújtó vállalkozásnál: mi romlott el, és mi a cím.
4. Kösd be a naptárba vagy a diszpécsertáblába. Amikor az érdeklődő választ egy időpontot, a munka lefoglalódik, és az érdeklődő magától a Lefoglalva szakaszba lép.
5. Állítsd be az átadást. Az az érdeklődő, aki embert kér, ideges, vagy árat kérdez, gyorsan emberhez kerül, az ügyeleti riasztáson keresztül.
6. Minden beszélgetést olvass el te magad, amíg a válaszok már nem szorulnak javításra. A rossz válaszokat a szabálykönyvben javítsd, ne az ügynökben.

◆ Eszközök

GHL	SMS a nem fogadott hívásokra, az SMS-ügynök és a naptárfoglalás.
SalesMessage	Visszaírás SMS-ben, ha ott futnak a telefonjaid.

Claude Cowork	Megírja és hangolja az ügynök utasításait.
A foglalási vagy diszpécserszoftvered	Ahová a foglalások érkeznek.

Bemenet

A Reakcióidő-vonal, a lefedetlen pillanatai és a Szabálykönyv

Kimenet

Az SMS-ügynök: minden nem fogadott hívás és űrlap egy percen belül kap egy SMS-t, ami minősít és foglal. A hívások, amiket nem tud elkapni, a 8. lépéshez mennek.

Kész, ha

Egy teszt nem fogadott hívás és egy tesztűrlap is egy percen belül kap SMS-t. Az ügynök a jó kérdéseket teszi fel, és egy kiválasztott időpont megjelenik a foglalási szoftveredben.

Gyakori hibák

- ✕ Egy általános automatikus válasz (köszönjük, jelentkezünk). Ez nem válasz.
- ✕ 10 kérdést feltenni, mielőtt időpontot ajánlanál.
- ✕ Olyan naptárba foglalni, amit a csapat nem néz.
- ✕ A rossz válaszokat az ügynökben javítani a szabálykönyv helyett, így a hangügynök és a virtuális asszisztensek tovább adják a rossz választ.
- ✕ Hozzájárulás nélkül SMS-ezni. Az automatikus SMS-ekhez az érdeklődő hozzájárulása kell (az EU-ban a GDPR, az USA-ban a TCPA szerint): tegyél hozzájárulási sort minden űrlapra, regisztráld a számot (az USA-ban A2P 10DLC), és a STOP válaszokat azonnal tartsd tiszteletben.

Példa

Egy fuvarozó cégnél, akikkel dolgoztam, minden űrlap már perceken belül kapott egy automatikus SMS-t.

Amikor megmértük az első emberi érintést, csak egy kis részük kapott embert akár csak megközelítőleg ilyen gyorsan. Az automatikus SMS eltakarta a rést, nem zárta be; az SMS-nek kérdeznie, időpontot ajánlania és foglalnia kell.



„Írj vissza egy percen belül. Kérdezd meg, mi romlott el, és mi a cím."

32 Tegyél hangügynököket a telefonokra, éjjel-nappal

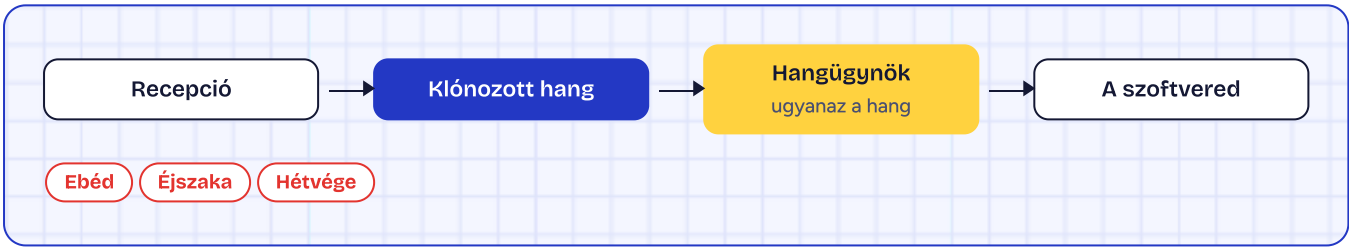
Lépés	32 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	44.

Minden hívást bármelyik órában felvesz egy hangügynök, ami:

- ☑ Úgy szól, mint a recepciód
- ☑ Ismeri a vállalkozást
- ☑ A már használt szoftveredben foglal

◆ Miért most jön ez a lépés

A 6. és a 7. lépés lefedte azokat az órákat, amikor emberek dolgozhatnak, és azokat az érdeklődőket, akik SMS-t írnak. Az ebédidőben, éjjel és hétvégén maradó hívásokhoz hang kell.



◆ Hogyan

1. Vedd fel azt, aki most a telefont felveszi, néhány napnyi szokásos hívás alatt. Használj GHL hívásrögzítést vagy Hangjegyzeteket, tájékoztasd a hívókat, hogy a hívást rögzítik, és előtte nézd meg a rád vonatkozó hozzájárulási szabályokat.
2. Írasd le a hívásokat, és szedesd ki a Claude-dal a mintázatokat:
   - A kérdések, amiket a hívók feltesznek
   - A válaszok, amik működnek
   - Hogyan köszön, minősít és foglal
3. Klónozd a hangot, annak az embernek a hozzájárulásával, így az éjszakai ügynök úgy szól, mint a délben dolgozó ember.
4. Add meg az ügynöknek a vállalkozás kontextusát:
   - A Szabálykönyv és az ügynökszabályok
   - Szolgáltatások és szolgáltatási terület
   - Nyitvatartás és emberek
5. Kösd be a foglaláshoz: a rendelő szoftveréhez, a diszpécsertáblához vagy a naptárhoz. Ha nincs ilyened, vagy rossz, építs egy egyszerűt (10. lépés).
6. Írd meg az éjszakai átadást. Minden éjszakai hívás összefoglalóval a CRM-be érkezik, reggel kimegy egy utánkövetés, és a csapat elsőként ezt a listát látja.

7. Először munkaidőn kívül kapcsold be. Minden reggel hallgasd meg az összes hívást, amit felvett, amíg a válaszok már nem szorulnak javításra, aztán add hozzá az ebédidőt és a túlcsordulást.

8. Ha már megbízol benne, adj neki második feladatokat:
   - Visszaigazoló hívások
   - Visszahívás meg nem jelenés után
   - Értékeléskérő visszahívások

Eszközök

GHL	A hangügynök, ami felveszi, naplóz és foglal.
ElevenLabs	Klónozza annak a hangját, aki a telefont felveszi.
Claude Code	Leírja a felvételeket (faster-whisper), és bekapcsolja az ügynököt olyan foglalási szoftverbe, amit a CRM nem ér el.
Claude Cowork	A hívásnaplókból megírja és hangolja az ügynök utasításait.

Bemenet

Az SMS-ügynök, a lefedetlen órák, a hívásfelvételek és a Szabálykönyv

→

Kimenet

A Hangügynök: minden hívás felvéve bármelyik órában, lefoglalva a szoftveredben, és minden reggel átadva a csapatnak. A 6–8. lépés élesítésével minden érdeklődő gyors választ kap.

Kész, ha

Felhívod a saját vállalkozásodat éjjel, hétvégén és ebédidőben. Minden alkalommal a recepciód hangján veszi fel, lefoglal egy időpontot a szoftveredben, és az érdeklődő összefoglalóval ott van a CRM-ben.

Gyakori hibák

- ✕ Általános robothang és általános szöveg. A hívók leteszik.
- ✕ Nincsenek üzleti szabályok, így az ügynök tippel az árakra és az időablakokra.
- ✕ Olyan naptárba foglalni, amit senki nem néz.
- ✕ A hívókat tájékoztatás nélkül rögzíteni, vagy hozzájárulás nélkül klónozni egy hangot.

Példa

Egy fogorvosi rendelő néhány napig rögzíti a recepcióját, klónozza a recepciós hangját, és betölti a szolgáltatásokat, a biztosítási válaszokat és az ügynökszabályokat. Az új páciensek, akik ebédidőben vagy szombaton hívnak, időpontot kapnak, ahelyett, hogy a következő rendelőt hívnák a Google-ön.



„Ha a versenytársadnak van hangügynöke, neked meg nincs, rengeteg hívást fogsz elveszíteni hozzá.”

33 Nézz utána minden új érdeklődőnek

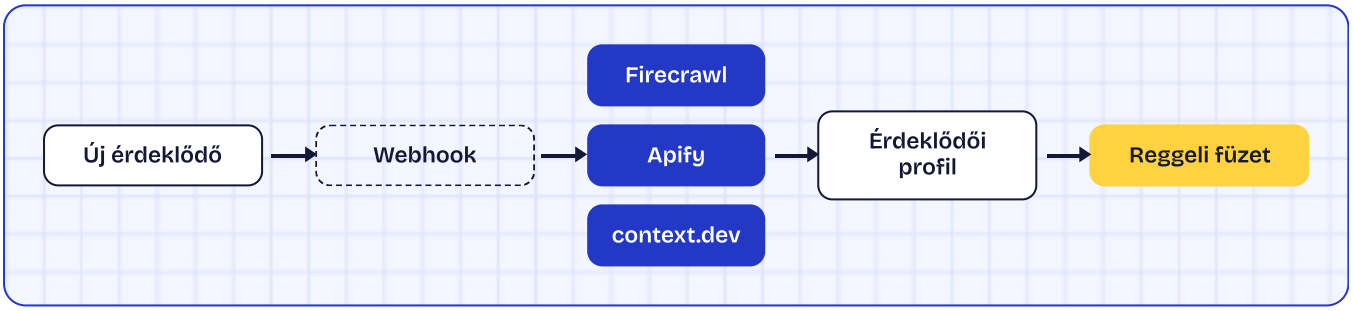
Lépés	33 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	45.

Személyes kapcsolatot igénylő vállalkozásnál:

- ☑ Egy rövid profil minden új érdeklődőről, mielőtt bárki találkozna vele
- ☑ Egy reggeli füzet mindenkiről, aki aznap jön

Miért most jön ez a lépés

Most már minden érdeklődő gyors választ kap. Ez a lépés jobbá teszi az első találkozót a legértékesebb érdeklődőknél; a kevés személyes kapcsolatot igénylő vállalkozások kihagyhatják.



Hogyan

1. Döntsd el, hogy illik-e hozzád. Az utánajárás ott térül meg, ahol minden ügyfél sokat ér, és a kapcsolat számít:
   - Egy esztétikai klinika
   - Egy prémium fogorvosi vagy orvosi rendelő
   - Egy ügyvédi iroda
   - Egy prémium kivitelező
2. Írd le, mit tartalmaz a profil: munka, friss hírek (új állás, esküvő, új baba), érdeklődési kör és nyilvános posztok. Írd le, mit nem tartalmaz soha: bármi privát, vagy bármi, amit nem mondanál a szemébe.
3. Állítsd be a kaparókat (eszközök, amik helyetted olvassák a webet):
   - Firecrawl a weboldalakhoz
   - Apify a közösségi profilokhoz
   - context.dev, ahol illik
4. Építsd meg az ügynököt Claude Code-dal. Egy új érdeklődő a CRM-ben elindít egy webhookot (egy automatikus jelzés egy másik eszköznek), az ügynök utánanéz a névnek és az emailnek, és egy rövid profilt ment a kapcsolatra.
5. Építsd meg a reggeli füzetet: egy ütemezett feladat, ami lehúzza mindenkit, aki aznapra foglalt, és a profiljaikat egy dokumentumba teszi annak, aki találkozik velük.

6 Eleinte minden profilt kézzel ellenőrizz. Törölj bármit, ami hibás vagy kínos, és szigorítsd a 2. pont szabályait.

Eszközök

Firecrawl	Weboldalakat és cikkeket olvas az érdeklődőről.
Apify	Lehúzza a nyilvános közösségi profilokat.
context.dev	Egy harmadik kutatási forrás.
Claude Code	Megépíti az ügynököt és a webhook-kezelőt.
GHL, HubSpot vagy más	Elindítja a webhookot, és tárolja a profilt.
Claude Cowork	Ütemezett feladatként futtatja a reggeli füzetet.

Bemenet

Az Élő CRM és a lefoglalt érdeklődők

→

Kimenet

Az Érdeklődői profil minden új kapcsolaton és a Reggeli füzet minden nap. A profilok a 10. lépés saját appjában jelennek meg.

Kész, ha

Egy teszt-érdeklődő profilt kap a rekordjára anélkül, hogy bárki hozzányúlna. A reggeli füzet minden nap megérkezik mindenkivel, aki foglalt.

Gyakori hibák

- ✕ Egy kevés személyes kapcsolatot igénylő vállalkozásnál futtatni, ahol senki nem olvassa.
- ✕ Zajjal teli profilok. Tartsd őket röviden és hasznosan a teremben lévő embernek.
- ✕ Bármi privát elmentése, vagy bármié, ami kínos lenne, ha az ügyfél meglátná.
- ✕ Az AI-eszköz beépített webes keresését használni, ami csak átfutja a találatokat. Használj valódi kaparót.

Példa

Egy esztétikai klinika minden új foglalásnak utánanéz. A reggeli füzet elmondja a szolgáltatónak, hogy az egyik ügyfél épp most házasodott meg, és minden ügyfél jobb első látogatást kap anélkül, hogy a csapatból bárki kutatna.



„Mindenkinek, aki hív vagy foglal, automatikusan utánanézünk."

34 Építs saját appokat a CRM-re

Lépés	34 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	46.

A saját értékesítési eszközeid, a CRM háttérrendszerére építve, amik:

- ☑ Mindenkinek csak azt mutatják, amivel teendője van
- ☑ Behúzzák az eszközöket, amiket szeretnél
- ☑ A tulajdonosnak egy értékesítési nézetet adnak

◆ Miért most jön ez a lépés

A CRM most már minden érdeklődőt, érintést, hívás-összefoglalót és profilt tartalmaz. A saját képernyőit mindenkinek építették; a te appod a te munkafolyamatodra épül.



◆ Hogyan

1. Írd össze, ki nyúl az értékesítéshez, és ki mivel foglalkozik minden nap:
   - Az ügyeletes: új érdeklődők és nem fogadott hívások
   - A lezáró: a mai ajánlatok és a reggeli füzet
   - A tulajdonos: szakaszszámok és beragadt érdeklődők
   - A virtuális asszisztensek: az utánkövetési soraik
2. Minden képernyőt először papíron vázolj fel. Csak azt, amivel annak az embernek teendője van, semmi mást.
3. Építtesd meg a Claude Code-dal az appot a CRM API-jára. Az érdeklődők, a szakaszok, a hívás-összefoglalók és a profilok a CRM-ből jönnek; az app hozzáadja a nézeteket, a gombokat, és bármit, ami a CRM-ből hiányzik (ajánlatkészítő, diszpécsertábla, beragadt érdeklődők listája).

4. Ha a foglalási vagy diszpécserszoftvered hiányzik vagy rossz, itt építs egy egyszerűt, és irányítsd rá az ügynököket.
5. Hosztold Cloudflare Pages-en, belépés mögött, így a csapat bármelyik telefonon vagy laptopon megnyithatja.
6. Add hozzá a tulajdonos értékesítési nézetét: minden szakasz a számával, a konverziós arányával és a szakaszban töltött idővel. A 11. lépés ezen fut.
7. Szállíts le egy képernyőt. Az, aki használja, dolgozzon benne, javítsd, amibe beleütközik, aztán szállítsd a következőt.

Eszközök

Claude Code	Megépíti az appot.
Cloudflare Pages	Hosztolja.
GHL, HubSpot vagy más	A háttérrendszer, amit az app olvas és ír.
n8n	Automatizálás az app, a CRM és a foglalási szoftver között.

Bemenet

Az Élő CRM futó sorozatokkal, ügynökökkel és profilokkal

→

Kimenet

Az Értékesítési app: szerepkörönként egy képernyő, plusz a tulajdonos értékesítési nézete. Az értékesítési nézet táplálja a 11. lépést.

Kész, ha

Mindenki, aki az értékesítéshez nyúl, minden nap a saját képernyőjéről dolgozik. A tulajdonos nézete minden szakaszt mutat a számával, a konverziójával és az idejével.

Gyakori hibák

- ✗ Építeni, mielőtt a CRM és a szabályok rendben lennének. Az app csak azt mutatja, amit a háttérrendszer tartalmaz.
- ✗ Másnak épített nagyvállalati szoftverért fizetni, amikor egy olcsó háttérrendszer és a saját appod elvégzi a feladatot.
- ✗ Képernyők, amiken minden rajta van.
- ✗ Minden képernyőt egyszerre építeni egy helyett, ami használatban van és javítva lett.

◆ Példa

Egy esküvőhelyszínnek, akikkel dolgoztam, értékesítési pult appot építettünk a HubSpotra. Megmutatta, milyen gyorsan kapta meg minden érdeklődő az első hívását, egy munkasort aszerint rendezve, melyik szabály késik, és egy számnézetet a lefoglalt bejárásokkal és a bejárásból szerződés aránnyal.

Egy használtautó-felvásárlónak és egy fuvarozó cégnek diszpécsertáblákat építettünk a GHL-re, amikből a sofőrök dolgoztak.



„Használd egy olcsó CRM háttérrendszerét, és építsd rá a saját appjaidat.”

35 Ismerd a konverziót és az időt minden szakaszban

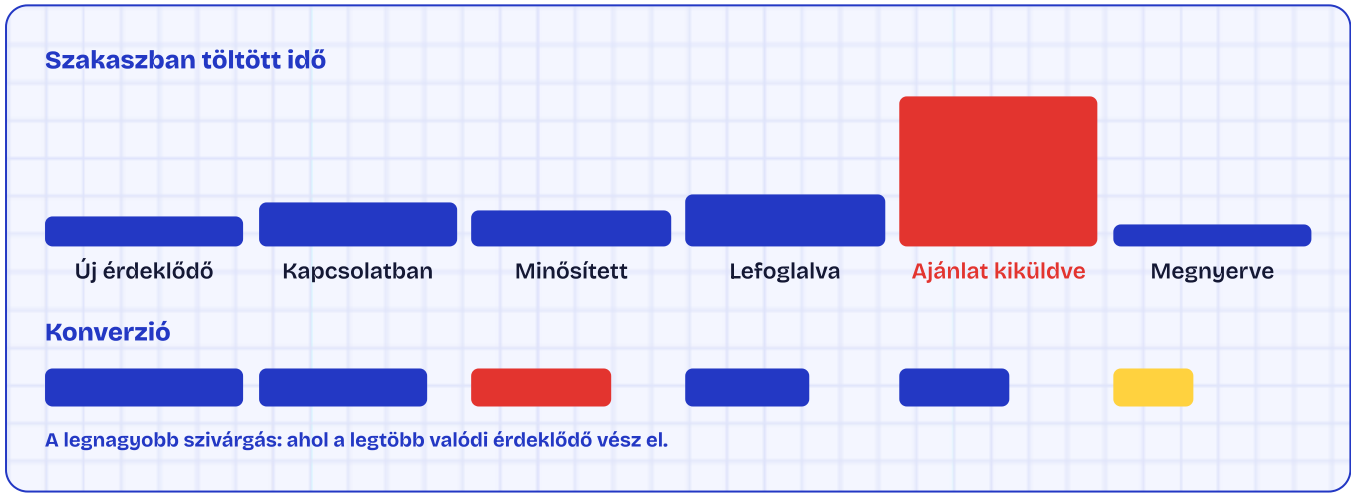
Lépés	35 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	47.

Minden szakaszhoz:

- ☑ A konverziós aránya
- ☑ Mennyi ideig ülnek ott az érdeklődők
- ☑ Mi mozgatja az egyes számokat

◆ Miért most jön ez a lépés

Most már minden egy helyen van, így először láthatod az egész értékesítést számokban. Ez a lépés megtalálja, hol szivárognak és hol várnak az érdeklődők; a 12. lépés megjavítja.



◆ Hogyan

1. Építsd meg a szakasztáblát az elmúlt hónapra és az 1. szakasz kiinduló állapotára. Minden szakaszhoz:
   - Belépett érdeklődők
   - A továbblépők aránya
   - Az elveszettek aránya, okokkal
   - Az ott töltött medián idő
2. Bontsd forrás és gazda szerint. Egy szakasz, ami ajánlásokból jól konvertál, hirdetésekből rosszul, vagy az egyik lezárónál jól, a másiknál rosszul, az 2 különböző probléma.
3. Rangsorold a szivárgásokat. Szorozd meg az egyes szakaszokba belépő érdeklődőket a lemorzsolódással; a valódi érdeklődők legnagyobb vesztesége megy előre, nem a legrosszabbnak látszó arány.
4. Találd meg, mi mozgatja az egyes számokat. A legnagyobb szivárgásoknál olvastasd el a Claude-dal az adott szakasz megnyert és elveszített érdeklődőinek hívásait, SMS-eit és jegyzeteit, és mondja meg, mi volt meg a megnyerteknél.

5. Olvasd el az utolsó beszélgetést minden elveszített üzlet előtt. Ami ott elhangzott, általában az az ok.
6. Írj egy tesztet minden nagy szivárgásra: a változtatás, a szakasz, amit mozgatnia kell, és mennyi ideig futtatod.
7. Tedd a szakasztáblát a tulajdonos értékesítési nézetére, és nézd át minden héten.

Eszközök

Értékesítési app	Élőben mutatja a szakasztáblát.
Claude Code	Megépíti a szakasztáblát, és elolvassa a megnyert és elveszített hívásokat.
Claude Cowork	A heti átnézés, ahol a tulajdonos kérdéseket tesz fel a számoknak.
GHL, HubSpot vagy más	A szakaszidők és elvesztési okok, amikből a tábla épül.

Bemenet

Az Értékesítési app adatai

→

Kimenet

A Szakasztábla és a Szivárgáslista: konverzió és idő minden szakaszban, forrás és gazda szerint bontva, a szivárgások rangsorolva, szivárgásonként egy teszt. Ez táplálja a 12. lépést.

Kész, ha

A szakasztábla élő. A legnagyobb szivárgások meg vannak nevezve az okukkal, és mindegyiken fut egy teszt.

Gyakori hibák

- ✗ Csak a végponttól végpontig tartó arányt nézni. A szivárgás mindig egy szakaszban van.
- ✗ A legrosszabbnak látszó arányt javítani a valódi érdeklődők legnagyobb vesztesége helyett.
- ✗ Üresen hagyni az elvesztési ok mezőt, így csak tippelni tudsz, miért veszítesz.
- ✗ Egyszerre 3 dolgot változtatni, így soha nem tudod meg, melyik működött.

Példa

A használtautó-felvásárlónál a szakaszban töltött idő megmutatta, hogy szinte az összes várakozás egyetlen szakaszban ült: Minősítve és ajánlat kiküldve.

Egy halom régi, ajánlatot kapott üzlet parkolt ott, és szinte soha nem mozdult. Ez az egy szakasz lett a javítási lista, és minden más szakasz már gyors volt.



„Ha jó a mérésed, látod, hol töltik az érdeklődők az idejüket az érdeklődő és az ügyfél között. A nagy része egy szakaszban ül, és az a szűk keresztmetszeted.”

36 Rövidítsd le a ciklusidőt, aztán bizonyítsd a mennyiséget

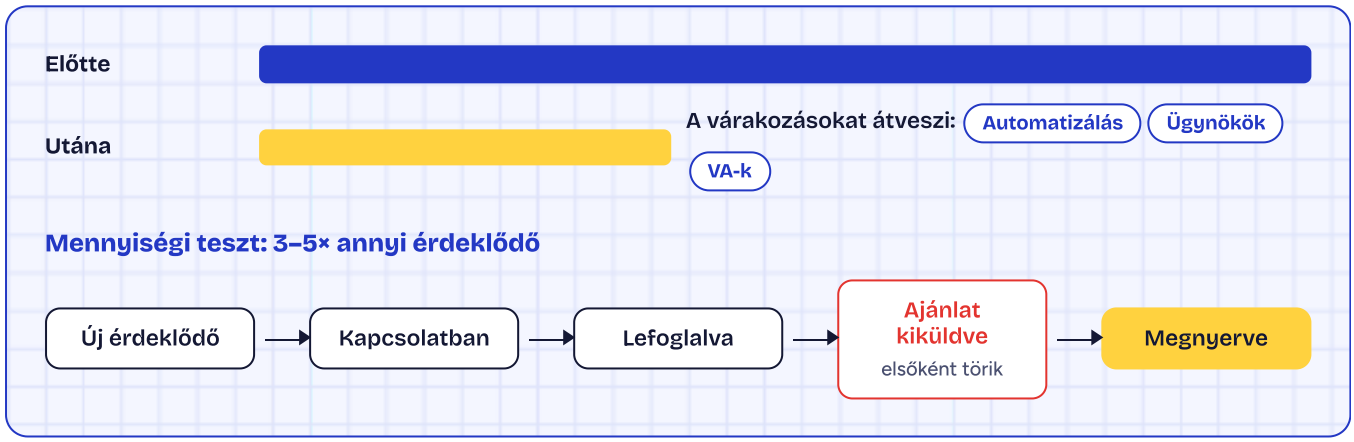
Lépés	36 / 60
Fejezet	3 / 5
Nap	50.

Mielőtt a Növekedésre lépsz:

- ☑ Rövidebb értékesítési ciklus, automatizálással, ügynökökkel és virtuális asszisztensekkel
- ☑ Bizonyíték, hogy az értékesítés elbírja a 3–5-szörös mennyiséget

◆ Miért most jön ez a lépés

A 11. lépés megmutatta, hová megy az idő. Ennek levágása az utolsó lépés a növekedés előtt, és a mennyiségi teszt maga a kapu.



◆ Hogyan

1. Írj össze minden várakozást az egyes szakaszokon belül:
   - Visszahívásra várni
   - Ajánlatra várni
   - Válaszra várni
   - Döntésre várni
2. Döntsd el, ki zárja le az egyes várakozásokat, és a legolcsóbbat használd, ami jól csinálja:
   - Egy automatizálás (egy emlékeztető, egy ajánlat, ami magától elkészül a hívásból)
   - Egy ügynök (SMS vagy hang)
   - Egy virtuális asszisztens, aki egy sort visz
   - Egy ember a csapatból
3. Célozd meg az értékesítési ciklus 50–60%-os rövidítését. Mérd az Új érdeklődőtől a Megnyertig tartó medián időként, előtte és utána.

4. Hozz be virtuális asszisztenseket az emberi sorokra, amiket az ügynökök átadnak. Adj mindegyiknek Szabálykönyvet, hívásfelvételeket és saját képernyőt az Értékesítési appban:
   - Várakoztató és csendes listák
   - Visszahívás meg nem jelenés után
   - A reggeli füzet ellenőrzése
   - A CRM tisztítása
5. Futtasd le a mennyiségi tesztet. Szakaszról szakaszra számold ki, mi történik a mai érdeklődők 3×-ánál és 5×-énél:
   - Az ügynökök és az automatizálások maguktól skálázódnak; nézd meg a csomaglimiteket az SMS-ekre, hívásokra és kaparásokra.
   - Emberek és virtuális asszisztensek: hány érintés kell tőlük érdeklődőnként, és van-e elég ember.
   - A lépés, ami elsőként törik, a következő javításod.
6. Ahol tudod, teszteld élesben. Tolj végig egy adag teszt-érdeklődőt az értékesítés egy másolatán (egy GHL sandbox alfiók), és figyeld a beragadt érdeklődő riasztásokat.
7. Javítsd, ami eltörik, futtasd újra a tesztet, és írd az eredményt az 1. szakasz kiinduló állapota mellé.

Eszközök

GHL, HubSpot vagy más	Az automatizálások, amik lezárják a várakozásokat.
GHL sandbox alfiók	Az értékesítés másolata a mennyiségi teszthez.
Virtuális asszisztensek	Viszik az emberi sorokat, amiket az ügynökök átadnak.
Claude Code	Megépíti a kapacitásszámítást, és lefuttatja a teszt-érdeklődőket.
Claude Cowork	Megírja a virtuális asszisztensek kézikönyvének vázlatát a Szabálykönyvből.
Értékesítési app	Minden virtuális asszisztensnek sort ad, és megmutatja a tulajdonosnak a tesztet.

Bemenet

A Szakasztábla és a Szivárgáslista

→

Kimenet

Rövidebb ciklus és a Mennyiségi teszt eredménye: az Új érdeklődőtől a Megnyertig tartó idő előtte és utána, futó virtuális asszisztensi sorok, és szakaszról szakaszra válasz arra, hogy az értékesítés bírja-e a 3–5×-öt. Ez az eredmény a kapu a Növekedésbe.

Kész, ha

A ciklusidő előtte és utána is mérve van, és minden emberi sornak van gazdája. A mennyiségi teszt nem mutat törő szakaszt a mai érdeklődők 3×-ánál, és az 5×-re adott válasz le van írva.

Gyakori hibák

- ✕ Helyi létszámot felvenni, mielőtt kipróbálnád az automatizálást, az ügynököket és a virtuális asszisztenseket.
- ✕ Sort adni a virtuális asszisztenseknek szabálykönyv nélkül, így mindenki kitalálja a saját utánkövetését.
- ✕ Csak papíron tesztelni a mennyiséget, amikor az értékesítés egy másolata megmutatná, mi törik el valójában.
- ✕ Kihagyni a tesztet, és a növekedésre lépni. Az érdeklődőszámod nő, a konverziós arányaid pedig összeomlanak.

◆ Példa

A használtautó-felvásárlónál az érdeklődők száma tovább nőtt, de az elszállítások egy heti plafonnál ellaposodtak.

Nem az értékesítés tört el elsőként, hanem a kocsik és a sofőrök. Így a következő javítás visszament a működéshez, mielőtt még több növekedést toltunk volna.



„Most győződj meg róla, hogy az értékesítés elbírja a 3–5-szörös mennyiséget.”

Az eszközök.

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
GHL	Alapértelmezett CRM: értékesítési folyamat, szakaszok, mezők, telefonszámok, hívásrögzítés, SMS, SMS nem fogadott hívásra, naptárak, munkafolyamatok, hangügynök, webhookok	1 4 5 6 7 8 9 10 11 12
HubSpot	CRM a személyesebb kapcsolatot igénylő vállalkozásoknak: üzleti folyamat, tulajdonságok, munkafolyamatok	4 5 9 10 11 12
SalesMessage	Telefon és SMS, ha nem GHL telefonszámokat használsz	4 6 7
Claude Code	Megépíti a CRM-szkripteket, a reakcióidő-mérést, a leírást, a kutatóügynököt, az Értékesítési appot, a szakasztáblát és a kapacitásszámítást	4 6 8 9 10 11 12
Claude Cowork	Megrajzolja a térképet, megírja a szakaszokat, a szabályokat és az üzeneteket, hangolja az ügynököket, futtatja a heti átnézéseket	1 2 3 5 6 7 8 9 11 12
Wispr Flow	Mondd ki a bejárást és a szabályokat gépelés helyett	1 3
Hangjegyzetek	Rögzíti a valódi recepciós hívásokat	1 8
Google Drive	Közös mappa: térkép, szabálykönyv, felvételek	1 3
Google Táblázat	A szakaszlap	2
n8n	Automatizálás: külső érdeklődők a CRM-be, adatok a CRM, az app és a foglalási szoftver között	4 5 10
ElevenLabs	Klónozza a recepció hangját	8
faster-whisper	Leírja a hívásfelvételeket	8
Firecrawl	Weboldalakat olvas minden új érdeklődőről	9
Apify	Lehúzza a nyilvános közösségi profilokat	9
context.dev	Egy harmadik kutatási forrás	9
Cloudflare Pages	Hosztolja az Értékesítési appot	10
A foglalási vagy diszpécserszoftvered	Ahová az ügynökök foglalnak	7 8 10
Virtuális asszisztensek	Viszik az emberi utánkövetési sorokat	12
GHL mobilapp	Az ügyeletes telefonjára teszi az új érdeklődő riasztását	6

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
GHL sandbox alfiók	Az értékesítés másolata a mennyiségi teszthez	12

Mielőtt továbblépsz

A kapu.

Ne lépj tovább a 4. szakaszra (Növekedés), amíg minden pipa nincs meg.

- [x] Az Értékesítési térkép meg van rajzolva, és jóváhagyta a telefonos ember és a lezáró.
- [x] A szakaszok rögzítve vannak, mindegyiknek van egy rendszer által látható belépési szabálya, egy kilépési szabálya és egy gazdája.
- [x] A Szabálykönyv lefed minden sorozatot, a halott szabályt, az ügynökszabályokat és a biztosítékokat.
- [x] Minden beérkezési út beállított forrással érkezik a CRM-be, és a Claude tudja olvasni és léptetni az érdeklődőket.
- [x] Minden sorozat magától fut, és ott áll le, ahol a szabályok mondják.
- [x] A reakcióidő minden érdeklődőn mérve van, és 5 perc alatt van, vagy minden lefedetlen órát egy SMS- vagy hangügynök válaszol meg.
- [x] Egy éjszakai, ebédidős és hétvégi hívást is felvesznek és lefoglalnak a saját szoftveredben.
- [x] Mindenki, aki az értékesítéshez nyúl, a saját képernyőjéről dolgozik.
- [x] A szakasztábla mutatja a konverziót és az időt minden szakaszban, és a legnagyobb szivárgásokon tesztek futnak.
- [x] Az értékesítési ciklus előtte és utána is mérve van, és minden emberi sornak van gazdája.
- [x] A mennyiségi teszt megmutatja, hogy az értékesítés elbírja a 3–5-szörös mennyiséget.

A fejezet vége

Így néz ki a kész.

- Minden érdeklődő perceken belül választ kap, éjjel-nappal, olyan hangon, ami úgy szól, mint a recepciód.
- Minden érdeklődő egy szakaszban ül, egy gazdával és egy következő lépéssel. Senkinek nem kell semmire emlékeznie.
- A tulajdonos megnyit egy képernyőt, és látja minden szakasz konverzióját és idejét. Tudja, melyik szivárgást javítják ezen a héten.
- Az értékesítés holnap elbírná a mai érdeklődők 3–5-szörösét anélkül, hogy eltörne.

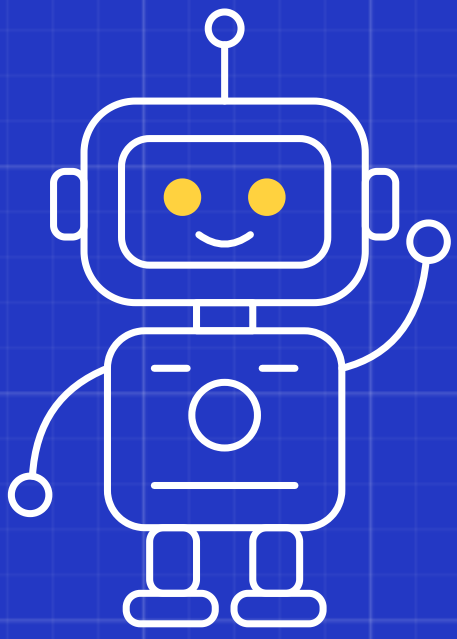
04

A 90 napos AI-terv, 4. fejezet az 5-ből

Növekedés

Most hozz több érdeklődőt.

51–66. nap



Mi ez a szakasz

Mennyiség. Több érdeklődő minden csatornáról, amit az ügyfeleid használnak, organikusan és fizetetten, úgy, hogy minden csatorna megtanítja a következőnek, mi működik.

- Organikus: Google-keresés, Google Térkép, értékelések, AI-válaszok, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, X és Facebook.
- Fizetett: Meta, Google, YouTube, LinkedIn, TikTok és ChatGPT hirdetések.
- Alatta: email és SMS, plusz egy mérési réteg, ami minden érdeklődőt ahhoz a csatornához köt, amelyik hozta.

Miért itt van

Mostanra a vállalkozás több munkát elbír anélkül, hogy eltörne (2. szakasz), és az értékesítés gyorsan ügyféllé fordítja az érdeklődőket (3. szakasz). Ha egy fel nem épített vállalkozásba öntesz érdeklődőket, az érdeklődőszám nő, a konverzió pedig zuhan.

A Növekedés a legkönnyebben futtatható szakasz. Pontosan ezért jön utolsóként.

„Most már táplálhatjuk az értékesítést."

A kapu

Ne lépj tovább, amíg minden élő csatorna nem táplál egy másikat, minden érdeklődő nem viszi a forrását, és a több érdeklődőből nem több ügyfél és több pénz lesz, nem több költség.

Az eszközök röviden

GHL, HubSpot vagy más	CRM: minden érdeklődő a forrásával érkezik ide; az értékelések, az email és az SMS innen futnak
Google Táblázat	A képletlap: mennyit ér egy érdeklődő, és legfeljebb mennyit fizethetsz egyért
Google Tag Manager és GA4	Minden címke elindítása és minden látogatás mérése
Hirdetési pixelek	Felépítik a közönségeket a Metán, a Google-ön, a LinkedInen és a TikTokon
Meta Conversions API és Google Ads API	Visszaküldik az érdeklődőket és az eladásokat a CRM-ből a hirdetési platformoknak
Google Cégprofil	A Térkép-listázás és az értékelések
Google Search Console és DataForSEO	Mire rangsorolsz, és mire kellene
Firecrawl és Apify	Elolvassák a versenytársak oldalait, hirdetéseit és értékeléseit
Claude Code	Megépíti a tölcséreket, az oldalakat, az irányítópult-nézeteket és a növekedési ügynököket
Claude Cowork	Skill-fájlként futtatja a napi növekedési feladatokat
Cloudflare Pages	Hosztolja az érkezési oldalakat
n8n	Behozza az érdeklődőket a hirdetési űrlapokból a CRM-be
Publer és GHL Social Planner	Ütemezik a posztokat
Hirdetési platformok	Meta, Google, LinkedIn, TikTok és ChatGPT hirdetések



Az egy mondat

„Az AI-jal könnyű egyszerre minden csatornát futtatni, és hagyni, hogy tanuljanak

egymástól.”

Szavak, amiket ez a fejezet használ.

- **Csatorna.** Egy hely, ahol egy ügyfél megtalálhat: Google-keresés, Google Térkép, Instagram, Meta-hirdetések, email. Ugyanazon a platformon az organikus és a fizetett 2 csatorna.
- **Organikus.** Érdeklődők, akikért nem fizetsz kattintásonként vagy megtekintésenként: keresési oldalak, a Cégprofil, értékelések, posztok.
- **Fizetett.** Hirdetések. Az érdeklődők leállnak, amikor a költés leáll.
- **A1, Figyelem.** Valaki láthatott téged: egy megjelenés, egy megtekintés, egy profilmegtekintés.
- **A2, Cselekvés.** Valaki csinált valamit: kattintott, hívott a listázásból, útvonaltervet kért.
- **L1, Érdeklődő.** Valaki jelentkezett: űrlap, hívás, chat, közvetlen üzenet.
- **L2, Minősített.** A lépés, ami valódi szándékot bizonyít: egy lefoglalt időpont, egy bejárás, egy egyeztetett elszállítás. Az L2 az értékesítésben él (3. szakasz); a Növekedés onnan olvassa.
- **Zárási arány.** Az érdeklődők aránya, akikből ügyfél lesz.
- **Érdeklődő értéke.** Mennyit ér neked egy érdeklődő, átlagosan.
- **Célmegtérülés.** Mennyit kell visszahoznia minden hirdetési forintnak, így írva: 3×.
- **Max. költség L1-re és L2-re.** A legtöbb, amit egy érdeklődőért vagy egy minősített érdeklődőért fizethetsz úgy, hogy még eléred a célmegtérülést.
- **Újracélzás.** Hirdetések mutatása azoknak, akik már meglátogattak, megnéztek vagy reagáltak.
- **Nyertes.** Egy poszt, horog, ajánlat vagy hirdetés, ami legyőzi a csomagja többi részét.
- **Tölcsér.** Az oldal vagy rövid út, amin egy látogató egy hirdetéstől vagy poszttól érdeklődőig jut.

37 Ellenőrizd a kaput, és állítsd fel az eredményjelzőt

Lépés	37 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	51.

Mielőtt egyetlen forintot költenél növekedésre, megvan:

- ☑ A bizonyíték, hogy az értékesítés több érdeklődőt elbír
- ☑ Egy Növekedési kiinduló állapot az 1. szakaszból
- ☑ Egy eredményjelző, amin minden csatornát megítélnek

◆ Miért most jön ez a lépés

Az 1. szakasz kiinduló állapotát és a 3. szakasz kapuját olvassa. Minden későbbi lépésnek kell egy szám, amit olvashat, és itt születik ez a szám.



◆ Hogyan

1. Erősíts meg írásban 3 dolgot, az 1. szakasz irányítópultjából és a 3. szakasz kapujából:
   - A reakcióidő 5 perc alatt van, vagy hangügynökök fedik le.
   - A CRM minden szakaszt tartalmaz.
   - Az értékesítés elbírja a mai mennyiség 3–5-szörösét.
   - Ha a 3 közül bármelyik nem igaz, állj meg, és menj vissza.
2. Húzd elő az 1. szakaszból a Növekedési kiinduló állapotot, csatornánként:
   - Érdeklődők havonta
   - Érdeklődőnkénti költség
   - Érdeklődőből ügyfél arány
   - Bevétel
   - Írd egy oldalra, Növekedési kiinduló állapot címmel. Ebben a fejezetben minden eredményt ehhez mérünk.
3. Nézd meg a forráskövetés lefedettségét: a CRM-ben lévő érdeklődők aránya, akiknek valódi forrása van, nem üres és nem Egyéb. Célozz 95%-ot vagy jobbat, mielőtt többet költenél; ha alacsonyabb, előbb javítsd a rögzítést (4. lépés).

4. Állítsd fel az eredményjelzőt. Csatornánként egy sor, minden sorban ugyanazok a számok:
   - Költés
   - A1 és A2
   - Érdeklődők (L1) és L1-enkénti költség
   - Minősített érdeklődők (L2) és L2-enkénti költség, az értékesítésből olvasva
   - Mindig az elmúlt 28 napot hasonlítsd az azt megelőző 28 naphoz.
5. Kérd meg a Claude Code-ot, hogy adjon egy Növekedés nézetet az irányítópulthoz. Oldalt a csatornák, keresztben a számok, mindegyik a kiinduló állapotához képest.
6. Mindenhol egy érdeklődő-definíciót használj. Ha a Növekedés nézet és az értékesítési nézet másképp számol egy érdeklődőt, soha nem fognak egyezni.
7. Tedd a célokat egy konfigurációs fájlba, amit az irányítópult és minden terv olvas. Így a terv és az irányítópult soha nem csúszhat szét.

Eszközök

Irányítópult	Ahol a Növekedés nézet él.
Claude Code	Megépíti a Növekedés nézetet és a célfájlt.
GHL, HubSpot vagy más	Érdeklődők csatornánként, a CRM forrás mezőjéből, nem a hirdetési platform saját jelentéséből.
GA4	Az A1 és az A2 a weboldalra.

Bemenet

Az 1. szakasz kiinduló állapota és a 3. szakasz kapuja

→

Kimenet

Egy jóváhagyott Növekedési kiinduló állapot és egy eredményjelző minden csatornának egy sorral (a 2. lépés bemenete).

Kész, ha

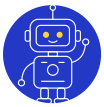
A Növekedés nézet betölt, minden sor kézi bevitel nélkül töltődik a CRM-ből és a platformokról, és minden nézet ugyanúgy számol egy érdeklődőt.

Gyakori hibák

- ✗ A növekedést elkezdeni, mielőtt az értékesítési kapu átmenne. Az érdeklődők nőnek, a konverzió összeomlik.
- ✗ A hirdetési platform érdeklődőszámában bízni. A CRM forrás mezője dönt.
- ✗ Minden mutatót a főoldalra tenni. A kattintások és a követők megmagyaráznak egy érdeklődőszámot; nem ők az eredmény.
- ✗ 2 érdeklődőszám, ami nem egyezik, így egyikben sem bízik senki.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a Növekedés oldal és az Értékesítés oldal először különböző érdeklődő-összeget mutatott. Mindkét oldal a maga módján számolt egy érdeklődőt, így a szabály az lett, hogy egy érdeklődő-definíció van mindkettőre.



„Itt minden a számokon fut: mennyit ér egy ügyfél, és mennyibe kerül megszerezni egyet.”

38 Számold ki, mennyit ér egy érdeklődő

Lépés	38 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	52.

Egy képletlap, ami megmondja:

- ☑ Mennyit ér egy érdeklődő (L1)
- ☑ Legfeljebb mennyit fizethetsz egy L1-ért
- ☑ Legfeljebb mennyit fizethetsz egy L2-ért
- ☑ Mikor növelj, tarts vagy állíts le egy csatornát

◆ Miért most jön ez a lépés

Mostanra elég ideje mérsz ahhoz, hogy ismerd a zárási arányodat, és hogy mennyit ér egy ügyfél. Ebben a fejezetben minden csatornát az itt beállított plafonokhoz mérünk, így ezek minden költés előtt jönnek.

Sor	Képlet	Példa
Ügyfélérték	A CRM-ből	3 000 $
Zárási arány	A CRM-ből	20%
Érdeklődő értéke	Zárási arány × érték	600 $
Célmegtérülés	Te választod	3×
Max. költség / L1	Érdeklődő értéke ÷ megtérülés	200 $
L1 → L2 arány	A CRM-ből	40%
Max. költség / L2	Költség / L1 ÷ arány	500 $

Növeld | Tartsd | Állítsd le

◆ Hogyan

1. Húzz elő 3 számot a CRM-ből, az elmúlt néhány hónapból:
   - Átlagos ügyfélérték: mennyit fizet neked egy ügyfél. Használd a bruttó nyereséget, ha tudod.
   - Zárási arány: az érdeklődők (L1) aránya, akikből ügyfél lesz.
   - L1-ből L2 arány: az érdeklődők aránya, akik elérik a minősített lépést.
2. Válaszd ki a célmegtérülésedet: mennyit kell visszahoznia minden hirdetési forintnak. Így írd: 3×.

3. Tedd a képleteket egy Google Táblázatba:
   - Érdeklődő értéke = Zárási arány × Átlagos ügyfélérték
   - Max. költség L1-re = Érdeklődő értéke osztva a Célmegtérüléssel
   - Max. költség L2-re = Max. költség L1-re osztva az L1-ből L2 aránnyal
4. Futtass végig rajta kézzel egy példát. Ezek kerek számok, csak szemléltetésnek:
   - Ügyfélérték 3 000 $ és zárási arány 20%: Érdeklődő értéke = 20% × 3 000 $ = 600 $.
   - Célmegtérülés 3×: Max. költség L1-re = 600 $ osztva 3-mal = 200 $.
   - L1-ből L2 arány 40%: Max. költség L2-re = 200 $ osztva 40%-kal = 500 $.
5. Csináld meg csatornánként. A különböző csatornák érdeklődői különböző arányban zárnak, így minden csatorna saját plafonokat kap.
6. Írd le a plafonokból a növeld, tartsd vagy állítsd le szabályt:
   - Növeld: a következő forint még a plafon alatt vesz érdeklődőket.
   - Tartsd: az érdeklődőnkénti költség a plafon felé kúszik.
   - Állítsd le: az érdeklődőnkénti költség a plafon fölött van.
7. Add oda a plafonokat a növekedési agynak, annak az AI-nak, ami a növekedésedet futtatja. A lehető legtöbb mennyiséget veszi, miközben minden csatorna az L1-enkénti és L2-enkénti költségkorlátja alatt marad.
8. Minden hónapban ellenőrizd újra a lapot. A zárási arányok és az ügyfélértékek mozognak, és velük mozognak a plafonok.

◆ Eszközök

Google Táblázat	A képletlap.
GHL, HubSpot vagy más	Zárási arány, L1-ből L2 arány és ügyfélérték, a szakaszokból olvasva.
Irányítópult	Megmutatja minden csatorna L1-enkénti és L2-enkénti költségét a plafonjához képest.
Claude Code	Beteszi a plafonokat az 1. lépés célfájljába.

Bemenet
A Növekedési kiinduló állapot és a CRM-szakaszok

→

Kimenet
Egy képletlap az érdeklődő értékével, a max. L1-enkénti és max. L2-enkénti költséggel minden csatornára, és egy leírt növeld, tartsd vagy állítsd le szabály (a 3. lépés bemenete).

Kész, ha
Minden csatornának megvannak a plafonjai, a plafonok a célfájlban ülnek, és az irányítópult minden csatornát hozzájuk mérve mutat.

Gyakori hibák

- ✕ Az ügyfelet az első vásárlása alapján értékelni, amikor a valódi pénz később vagy máshol jön. Azt számold, amennyit egy ügyfél valóban ér neked.
- ✕ Egy plafon minden csatornára. Egy keresésből és egy közösségi médiából jövő érdeklődő ritkán zár ugyanakkora arányban.
- ✕ Nincs célmegtérülés, így minden csatorna növelésre érdemesnek látszik.
- ✕ A plafonokat egyszer beállítani, és soha többé nem ellenőrizni.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, minden elszállított autóra fix értéket tettünk. A CRM szakasznaplója megadta az arányt minden lépésnél, és ebből visszaszámoltuk, mennyit ér egy érdeklődő, és mennyit ér egy minősített üzlet.

Ugyanez a számítás megmutatta, hogy a Facebook-érdeklődők sokkal kisebb arányban jutottak el egy egyeztetett elszállításig, mint a weboldalas érdeklődők. Így a 2 csatorna nem osztozhat egy plafonon.



„A Növekedésnél már tudnod kell, mennyit ér egy érdeklődő. Onnan számolj vissza az érdeklődőnkénti költségedre."

39

4. fejezet: Növekedés, 3. lépés a 12-ből

Térképezz fel minden csatornát

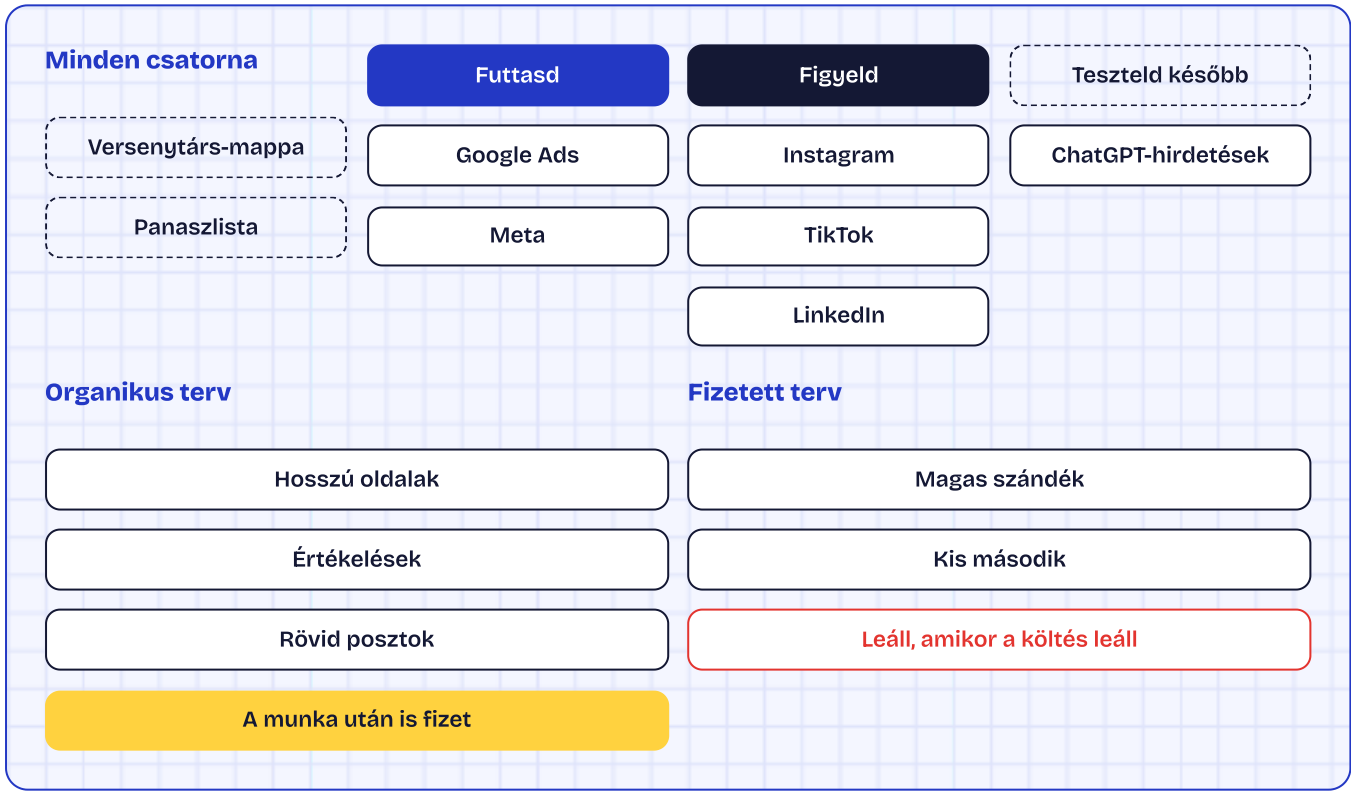
Lépés	39 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	53.

Egy rács minden csatornáról, mindegyiknek egy feladattal:

- ☑ Futtasd most
- ☑ Figyeld
- ☑ Teszteld később
- ☑ Plusz egy organikus terv, ami az első fizetett csatornáddal együtt indul

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá az eredményjelző (1. lépés) a sorokhoz, és a plafonok (2. lépés) a megítélésükhöz. A címkézés (4. lépés) előtt jön, mert csak azt címkézed fel, amit futtatni tervezel.



◆ Hogyan

1. Írj fel minden csatornát egy sorként az eredményjelzőre:
   - Organikus: Google-keresés, Google Térkép és a Cégprofil, értékelések, AI-válaszok (ChatGPT, Gemini, Google), Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, X, Facebook.
   - Fizetett: Meta, Google Ads (plusz helyi szolgáltatási hirdetések, ahol a szakmának van ilyen), YouTube, LinkedIn, TikTok és ChatGPT-hirdetések.
   - Saját: email és SMS a korábbi érdeklődőknek és ügyfeleknek, és újracélzás.

2. Minden sornál kérdezd meg, hol keres egy vevő, amikor szüksége van rád, és írd mellé a választ. Egy elromlott klíma Google-t és Térképet jelent; egy esztétikai klinika Instagramot és értékeléseket; egy cégeknek értékesítő vállalkozás LinkedInt.
3. Adj minden sornak a 3 feladat közül egyet:
   - Futtasd: vevők vannak rajta, és világos az út egy érdeklődőig.
   - Figyeld: korai számokon pontozva (megtekintések, követők, kattintások), mert még nem hoz érdeklődőket.
   - Teszteld később: új, előzmények nélkül, például a ChatGPT-hirdetések. Egy kis, korlátozott tesztet kap, amint a Futtasd csatornák stabilak.
4. Csak a legnagyobb vásárlási szándékú fizetett csatornát jelöld Futtasdnak, plusz legfeljebb egy kicsi másodikat. Aki rád keres, közelebb van ahhoz, hogy érdeklődő legyen, mint aki görget.
5. Írd az organikus tervet a fizetett terv mellé. Azonnal be akarod majd kapcsolni a fizetettet; ne tedd meg úgy, hogy közben nem fut egy organikus terv is.
6. Kezeld az organikust tudományként. Kreativitás kell hozzá, de egy rendszeren fut:
   - Hosszú oldalak, amik megválaszolják, mire keresnek a vevők (6. lépés)
   - Értékelések és a Cégprofil (5. lépés)
   - Rövid posztok, naplózva és pontozva (7. lépés)
7. Ismerd a különbséget. Az organikus nem ingyenes (a vágás, az írás és a posztolás is időbe kerül), de a munka után is hozza az érdeklődőket; a fizetett azon a napon leáll, amikor a költés leáll.
8. Ne állj meg egy csatornánál. Egy csatorna egy hibapont: amikor a költsége nő, vagy a fiók eltörik, az érdeklődők leállnak.
9. Futtass versenytárs-söprést:
   - A Firecrawl elolvassa az oldalaikat, az érkezési oldalaikat és a nyilvános hirdetéstáraikat.
   - A Claude Code versenytársanként egy 1 oldalas összefoglalót ír: csatornák, ajánlatok, horgok, oldalak.
   - Az Apify lehúzza a Google-értékeléseiket, a Claude pedig témák szerint rendezi a panaszokat. Ezekből lesznek a hirdetési szögeid a 9. lépésben.
10. Olvasd el, mit mondanak a vevők nyilvánosan. A last30days skill ingyen lehúzza a szolgáltatásról szóló Reddit- és fórumbeszélgetéseket.

◆ Eszközök

Irányítópult	A rács a Növekedés nézet soraiban él.
Firecrawl	Elolvassa a versenytársak oldalait, érkezési oldalait és hirdetéstárait.
Apify	Lehúzza a versenytársak Google-értékeléseit.
A last30days skill	Ingyenes betekintés a Redditbe és a fórumokba.
Claude Code	Megírja a versenytárs-összefoglalókat, és rendezi a panaszokat.

Bemenet

Az eredményjelző és a plafonok

Kimenet

Egy csatornarács minden sornak feladattal, egy organikus terv a fizetett mellett, versenytársanként egy összefoglaló és a vevői panaszok listája (a 4. lépés bemenete).

Kész, ha

Minden csatornának van sora, feladata és oka; csak a legnagyobb szándékú fizetett csatorna (és legfeljebb egy kicsi második) van Futtasdnak jelölve; az organikus terv meg van írva; az összefoglalók és a panaszok el vannak mentve oda, ahol a csapat és a Claude is olvassa őket.

Gyakori hibák

- ✕ Minden fizetett csatornát egyszerre bekapcsolni. Semmit nem tanulsz, és mindent elköltesz.
- ✕ Fizetett organikus terv nélkül. Azon a napon, amikor a költés leáll, az érdeklődők is.
- ✕ Azt a csatornát futtatni, amit a tulajdonos szeret, nem azt, amit a vevők használnak.
- ✕ Kihagyni a versenytárs-söprést. A hirdetéseik és a rossz értékeléseik ingyenes kutatás.

Példa

Egy cégeknek értékesítő szoftvercégnél, akikkel dolgoztam, a vevők a Google-ön és a LinkedInen éltek. A rács először a keresési oldalakat és a tulajdonos LinkedIn-posztjait futtatta, aztán hozzáadta a LinkedIn érdeklődőgyűjtő hirdetéseket és a LinkedIn-megkereséseket.



„Kapcsold be azonnal a fizetettet, ha akarod. Csak ne tedd meg organikus terv nélkül."

40 Címkézz fel minden látogatót, és építsd fel a közönségeket

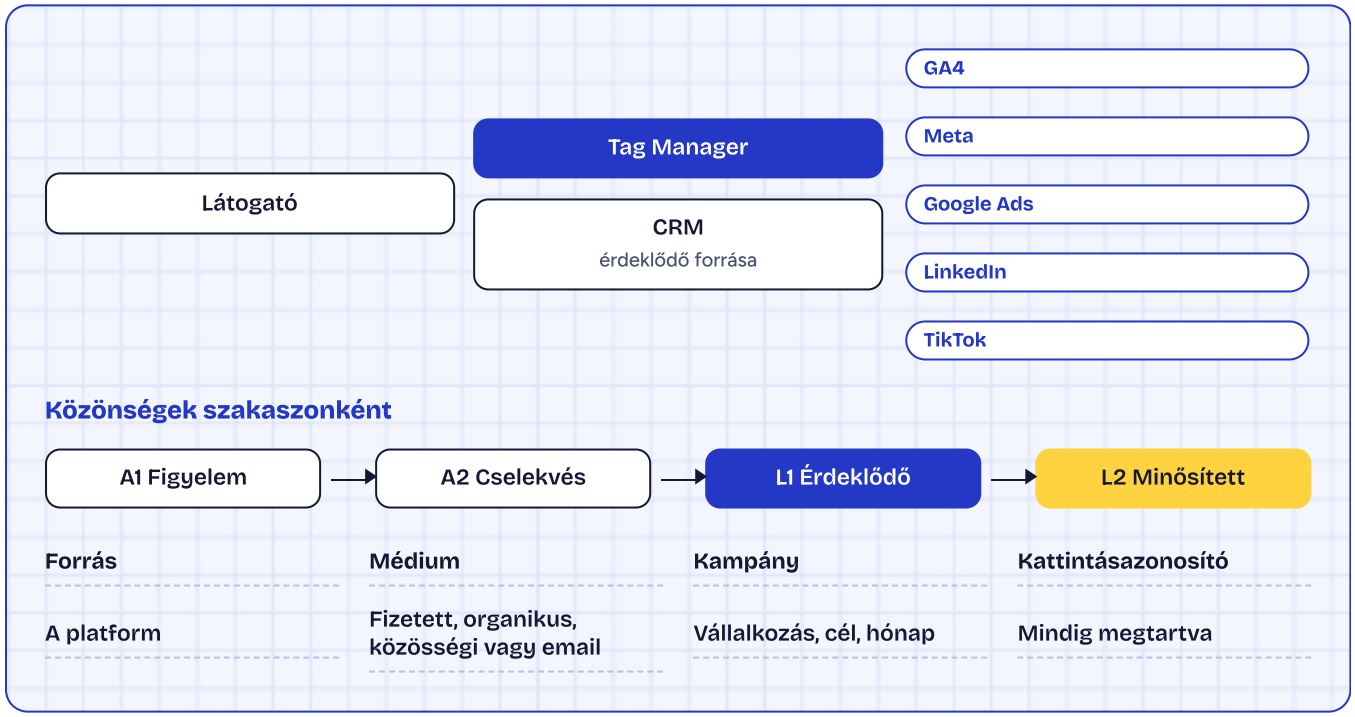
Lépés	40 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	54.

Minden látogató mérve van:

- ☑ Minden oldal egyetlen eszközön keresztül indítja a címkéit
- ☑ Minden érdeklődő a forrásával érkezik a CRM-be
- ☑ Minden hirdetési platformnak van közönsége azokból, akik meglátogattak

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá a rács (3. lépés), hogy tudd, mely platformokat címkézd. A címkék előtt induló tartalom és hirdetések csak félig számítanak, és az újracélzás (10. lépés) ezeken a közönségeken fut.



◆ Hogyan

1. Tedd a Google Tag Managert minden oldalra és érkezési oldalra. Minden címke rajta keresztül megy, így minden változás egy helyen történik.
2. Add hozzá a GA4-et a Tag Manageren keresztül, és jelöld meg az érdeklődő-eseményeket: űrlap elküldve, hívásra kattintott, chat elindítva, foglalás megtörtént.

3. Adj hozzá egy pixelt (egy mérőcímkét) a rács minden fizetett platformjához, még azokhoz is, amikért még nem fizetsz:
   - Meta Pixel
   - Google Ads címke
   - LinkedIn Insight Tag
   - TikTok Pixel
   - Így a közönség már tele van azon a napon, amikor elkezded.
4. Küldd az érdeklődőket és az eladásokat a CRM-ből egyenesen a hirdetési platformoknak, így akkor is számítanak, ha egy böngésző blokkolja a pixelt:
   - Meta: a Conversions API
   - Google: a Google Ads API
   - Előbb egy kitalált eseménynévvel tesztelj, soha ne Lead vagy Purchase névvel, így egy teszt nem taníthat rosszat a platformnak.
5. Rögzíts egy elnevezési szabályt a linkekhez:
   - Forrás: a platform
   - Médium: fizetett, organikus, közösségi vagy email
   - Kampány: a vállalkozás, a cél és a hónap
   - Kattintásazonosító: mindig tartsd meg (gclid, fbclid, li_fat_id)
6. Minden érdeklődő vigye a forrását a CRM-be:
   - Űrlapok: egy rejtett mező kiolvassa a link címkéit és a kattintásazonosítót, és beírja őket az érdeklődő forrása mezőbe.
   - Hirdetési űrlapok (Meta és LinkedIn): az n8n beállított forrással hozza be őket.
   - Hívások: csatornánként egy SalesMessage vagy GHL telefonszám.
   - Kézi bevitel: a forrás kötelező mező.
   - Ami forrás nélkül érkezik, az Egyéb lesz egy jelzővel, soha nem üres.
7. Építsd fel a közönségeket minden platformon, szakaszonként:
   - Mindenki, aki látott (A1), és mindenki, aki cselekedett (A2)
   - Minden kulcsoldal látogatói
   - Érdeklődők, akik nem minősültek (L1, de nem L2)
   - Korábbi ügyfelek: a mag a hasonmás közönségekhez (az ügyfeleidhez hasonló emberek), és a lista, amit kihagysz az új ügyfeleknek szóló hirdetésekből
8. Teszteld kézzel az egész utat, minden űrlapra és minden telefonvonalra. Kattints egy felcímkézett linkre, töltsd ki az űrlapot vagy hívj, és nézd meg, hogy a CRM, minden hirdetési platform és a GA4 is mutatja-e.

◆ Eszközök

Google Tag Manager	Egy helyről indít minden címkét.
GA4	Mér minden látogatást és az érdeklődő-eseményeket.
Meta Pixel és Conversions API	Meta-közönségek, plusz a CRM-ből küldött érdeklődők.

Google Ads címke	Google- és YouTube-közönségek.
Google Ads API	Az érdeklődőket és az eladásokat a CRM-ből küldi a Google-nek.
LinkedIn Insight Tag	LinkedIn-közönségek.
TikTok Pixel	TikTok-közönségek.
n8n	A hirdetési űrlapok érdeklődőit beállított forrással hozza be a CRM-be.
SalesMessage vagy GHL telefonszámok	Csatornánként egy szám.
GHL, HubSpot vagy más	Az érdeklődő forrása mező.
Claude Code	Megírja a rejtett mező szkriptjét, és ellenőrzi, hogy minden címke elindul.

Bemenet

A csatornarács

→

Kimenet

Egy felcímkézett oldal, egy CRM, ahol minden érdeklődőnek van forrása, és szakaszonkénti közönségek minden platformon (az 5–10. lépés bemenete).

Kész, ha

Minden Futtasd csatornáról, minden űrlapról és minden telefonvonalról egy teszt-érdeklődő a helyes forrással érkezik a CRM-be, minden hirdetési platform mutatja a tesztkonverziót, és a forráskövetés lefedettsége 95% vagy jobb.

◆ Gyakori hibák

- ✕ Abban bízni, hogy a CRM magától kitalálja a forrást. Állítsd be, amikor az érdeklődő beérkezik.
- ✕ Várni a pixel hozzáadásával, amíg meg nem veszed a hirdetéseket. A közönség üresen indul.
- ✕ Valódi konverziós névvel tesztelni, és rosszat tanítani a platformnak.
- ✕ Egy telefonszám minden csatornára, így minden hívás közvetlenként látszik.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a Google számolt olyan hívásokat a hirdetés hívószámáról, amik soha nem jelentek meg a CRM-ben. Egy ideig a fő vonal hívásai is kapcsolatrekord nélkül jöttek be, így azokra a napokra semmit nem lehetett olvasni a CRM után.

Ezért fedi le a teszt minden telefonvonalat, nem csak az űrlapokat.

41

4. fejezet: Növekedés, 5. lépés a 12-ből

Építsd meg az értékelésmotort

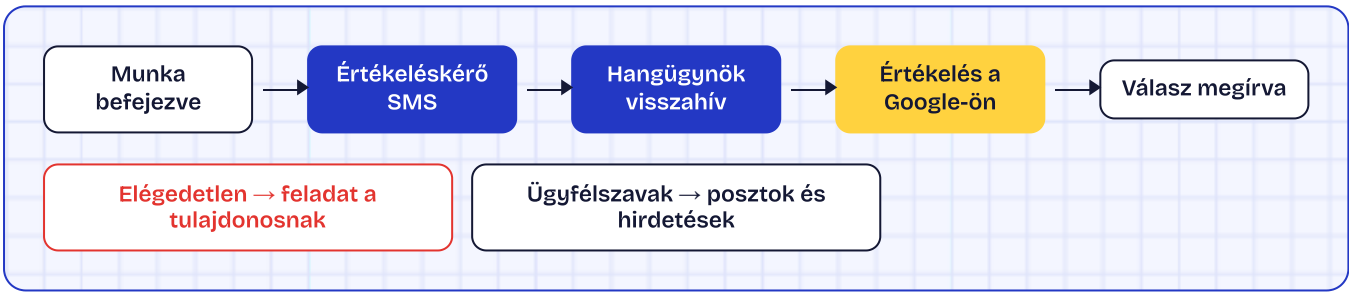
Lépés	41 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	57.

Az értékelések maguktól futnak:

- ☑ Minden befejezett munka elindít egy értékeléskérést
- ☑ Minden értékelés választ kap
- ☑ A Cégprofil minden héten posztol

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a 3. szakasz CRM-szakaszai (hogy tudd, mikor kész egy munka) és a 4. lépés címkéi. A tartalom és a hirdetések előtt jön, mert az értékelések minden későbbi csatornát emelnek: a Térképen keresők, a hirdetésből érkező látogatók és az AI-válaszok is olvassák őket.



◆ Hogyan

1. Töltsd ki teljesen a Google Cégprofilt:
   - A megfelelő kategóriák, szolgáltatási területek és nyitvatartás
   - Szolgáltatások leírással
   - Fotók valódi munkáról és valódi emberekről
   - Egy felcímkézett weboldal-link, hogy a Térkép-látogatások saját forrásként látszódjanak
2. Állítsd be a kiváltót a CRM-ben. Amikor egy munka befejezettre vált, a CRM SMS-ben elküld egy értékelési linket, és ha nem jön értékelés, követi egy emlékeztető.
3. Add hozzá a 3. szakasz hangügynökét. A munka után hív, megnézi, hogy jól ment-e, és a hívásban kéri az értékelést.
4. Az elégedetlen ügyfeleket először a tulajdonoshoz küldd. Ha a hívásból vagy az SMS-ből kiderül, hogy a munka rosszul sikerült, a CRM feladatot nyit a javításra, mielőtt bárki nyilvános értékelést kérne.
5. Válaszolj minden értékelésre, jóra és rosszra is, napokon belül. A Claude az értékelésből és a munka rekordjából megírja a válasz vázlatát; egy ember elolvassa és kiteszi.
6. Posztolj a Cégprofilra minden héten: egy munkát, egy előtte-utána képet, egy szezonális ajánlatot. A posztokat a Claude Coworkben írd meg, és a GHL Social Plannerben ütemezd.

7. Kövesd az értékelések számát, ütemét és a csillagátlagot az eredményjelző Térkép sorában, a listázásból jövő hívások és weboldal-kattintások mellett.

8. Vidd tovább az értékeléseket. A szavak, amiket az ügyfelek használnak, horgok lesznek a posztokhoz (7. lépés) és a hirdetésekhez (9. lépés).

Eszközök

Google Cégprofil	A Térkép-listázás és az értékelések.
GHL, HubSpot vagy más	A befejezett munka kiváltó, az értékeléskérő SMS-ek és az elégedetlen ügyfél feladat.
Hangügynök	Lebonyolítja az értékeléskérő hívásokat.
GHL Social Planner	Ütemezi a Cégprofil-posztokat.
Claude Cowork	Skill-fájlként megírja az értékelésekre adott válaszokat és a posztokat.
Apify	Lehúzza a saját és a versenytársak értékeléseit, hogy témák szerint rendezd őket.

Bemenet
A CRM-szakaszok és a felcímkézett listázási link

→

Kimenet
Egy futó értékelésmotor, egy teljes Cégprofil, egy heti posztolási ritmus és egy fájl ügyfélszavakkal (a 6., 7. és 9. lépés bemenete).

Kész, ha
Minden befejezett munka elindít egy kérést anélkül, hogy bárkinek eszébe kellene jutnia elküldeni, minden értékelésnek van válasza, a profil minden héten posztol, és a Térkép sorában mozog az értékelések száma és üteme.

Gyakori hibák

- ✕ Kézzel kérni az értékeléseket. Egy hétig megy, aztán leáll.
- ✕ Egy elégedetlen ügyféltől nyilvános értékelést kérni, mielőtt bárki megoldaná a problémát.
- ✕ Válasz nélkül hagyni a rossz értékeléseket. A következő kereső elolvassa a csendet.
- ✕ A Cégprofilt egyszer beállítom és elfelejtem dolognak kezelni. Ez egy csatorna; posztolj rá.

Példa

Egy esküvőhelyszínnek, akikkel dolgoztam, az AI egy 90 napos tervből hetente egyszerre írta meg a Cégprofil-posztokat. Minden adag átment egy jóváhagyó oldalon, mielőtt a GHL-en keresztül ütemezték.



„Építs egy CRM-et az értékelésekre, hogy minden egyes ügyféltől kapj egyet.”

42 A hosszú tartalmat írd AI-jal

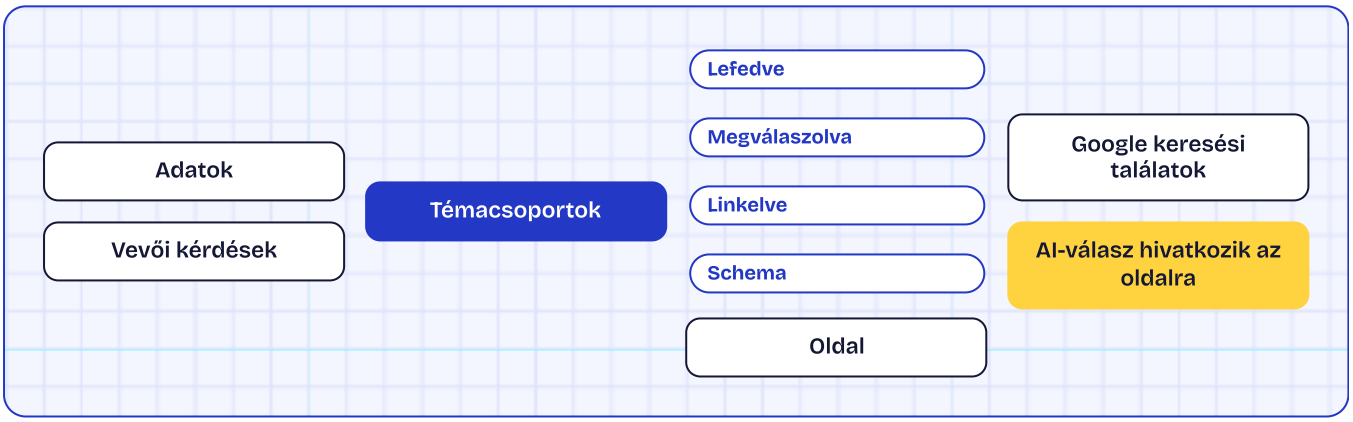
Lépés	42 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	58.

Hosszú oldalak, amik megválaszolják, mire keresnek a vevők:

- ☑ Úgy építve, hogy a Google és az AI-válaszok el tudják olvasni, megbízzanak bennük és hivatkozzanak rájuk
- ☑ Rögzített ütemterv szerint élesítve
- ☑ A pénzt hozó oldalakra linkelve

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a 3. lépés vevői kérdései és az 5. lépés ügyfélszavai. A hosszú tartalom kamatozik: egy egyszer megírt oldal hónapokig hoz látogatókat, míg egy poszt napok alatt elhalványul.



◆ Hogyan

1. Építsd fel a témalistát 3 helyről:
   - Google Search Console: mire rangsorol most az oldal
   - DataForSEO: mire kellene rangsorolnia, és mely kereséseknél jelenik meg AI-válasz
   - A 3. lépés vevői kérdései
   - A Claude Code csoportokba rendezi őket: egy oldal minden kérdésre, amit egy vevő feltenne.
2. Írd meg a tartalomtervet: az oldal, a kérdés, a keresés, amit céloz, és a szolgáltatási oldal, amire linkel. A pénzt hozó oldalak az elsők.
3. Minden oldalt AI-jal írj, valódi anyagból:
   - A szolgáltatás részletei
   - A tulajdonos válaszai, Wispr Flow-val egy kontextusfájlba diktálva
   - Ügyfélszavak az értékelésekből
   - Kutatás, amit a Firecrawl a most rangsoroló oldalakról húzott le

4. Ellenőrizz minden oldalt, mielőtt élesedik:
   - Lefedve: az egész kérdést megválaszolja
   - Megválaszolva: a válasz a tetején van, egyszerű szavakkal
   - Linkelve: a szolgáltatási oldalra és a kapcsolódó oldalakra linkel
   - Schema: a kód, ami megmondja a Google-nek, mi az oldal, helyesen beállítva
5. Tedd közzé az oldalon (WordPress, vagy egy Cloudflare Pages-en futó oldal) egy valódi ember nevével és egy dátummal.
6. Érd el, hogy az AI-válaszok hivatkozzanak rád. Írj elég rövid válaszokat ahhoz, hogy idézhetők legyenek, a név, a cím és a szolgáltatások legyenek mindenhol ugyanazok, és hagyd, hogy az 5. lépés értékelései bizonyítékként dolgozzanak.
7. Kövesd az Organikus keresés és az AI-keresés sorokon:
   - Search Console kattintások és megjelenések oldalanként
   - Helyezések a célkeresésekre
   - AI-hivatkozások (látogatások a ChatGPT-ből, a Geminiből és hasonlókból) a GA4-ben
8. Frissíts, aztán írj többet. Havonta egyszer a Claude rangsorolja az oldalakat aszerint, mennyi forgalmat nyerhetnek még, és a legjobbakat frissíted először.

◆ Eszközök

Google Search Console	Mire rangsorol ma az oldal, oldalanként.
DataForSEO	Keresési kereslet, a rangsoroló oldalak, és mely kereséseknél jelenik meg AI-válasz.
Firecrawl	Elolvassa a most rangsoroló oldalakat.
Claude Code	Felépíti a csoportokat, megírja az oldalakat, lefuttatja az ellenőrzőlistát, megírja a schemát, és közzéteszi.
Wispr Flow	A tulajdonos végigbeszéli a válaszokat ahelyett, hogy begépelné.
WordPress vagy Cloudflare Pages	Ahol az oldalak élnek.
GA4	Az AI-hivatkozások, és a látogatások, amiket az egyes oldalak hoznak.

Bemenet

Vevői kérdések, ügyfélszavak és keresési adatok

→

Kimenet

Egy tartalomterv és ellenőrzött, linkelt hosszú oldalak folyamatos áramlása (a 7. lépés bemenete, ami ezekből merít, és a 9. lépésé, ahol a konvertáló oldalakból hirdetési érkezési oldalak lesznek).

Kész, ha

A tartalomterv megvan, az oldalak rögzített ütemterv szerint élesednek, minden oldal átment az ellenőrzőlistán, és a Search Console növekvő megjelenéseket mutat a célkeresésekre.

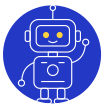
Gyakori hibák

- ✕ A blogot kézzel írni, a közösségi posztokat AI-jal. Ez pont fordítva van.
- ✕ Oldalak, amik nem linkelnek a szolgáltatási oldalakra, így a forgalomból soha nem lesz érdeklődő.
- ✕ Kihagyni a schemát. A Google és az AI-válaszok olvassák.
- ✕ Új oldalakat írni, és soha nem frissíteni a régieket.

Példa

Egy cégeknek értékesítő szoftvercégnél, akikkel dolgoztam, keresési auditot futtattunk, átköltöztettük az oldalt, aztán egy hónap alatt nagy adag keresési oldalt tettünk közzé. Az organikus keresésből jövő érdeklődők a következő hónapban megugrottak.

A GA4 ezután külön csatornaként kezdte mutatni az AI-asszisztensekből jövő látogatásokat.



„Az AI elolvassa a blogodat. A közösségi posztjaidat nem olvassa."

43 A rövid tartalmat csináld kézzel

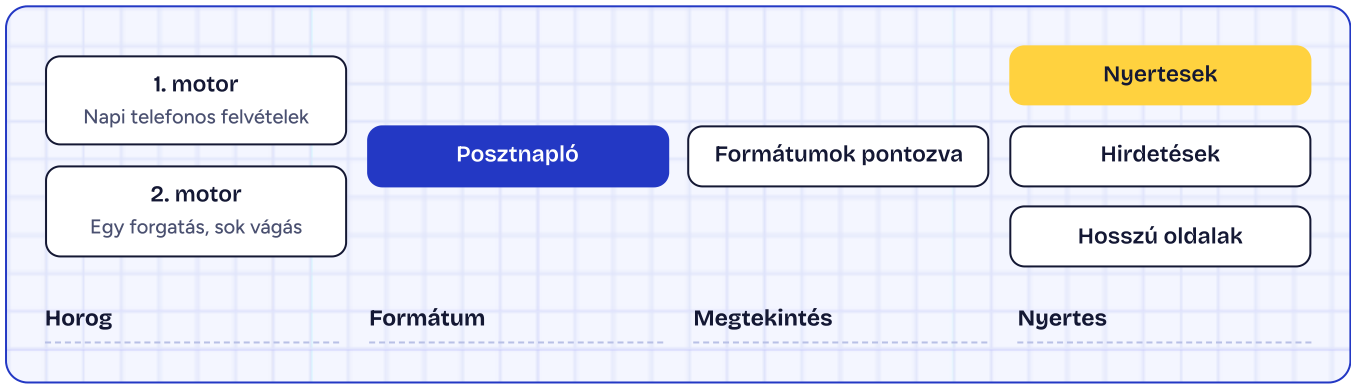
Lépés	43 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	59.

Rövid, emberi posztok minden Futtasd és Figyeld közösségi csatornán:

- ☑ Olcsón és gyakran készítve
- ☑ A horgukkal és a formátumukkal naplózva
- ☑ Pontozva, amíg a nyertesek meg nem mutatkoznak

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá az ügyfélszavak (5. lépés) és a hosszú oldalak (6. lépés) alapanyagnak, és a címkék (4. lépés), hogy minden kattintás számítson. Az organikus posztok a legolcsóbb módja annak, hogy megtaláld, mi működik, mielőtt fizetnél azért, hogy megtudd (9. lépés).



◆ Hogyan

1. Oszd fel a munkát: az AI csinálja a hosszú dolgokat, az emberek a rövideket. Egy posztot egy ember ítél meg, aki eldönti, nézi-e tovább, és ehhez emberi hang kell.
2. Minden fiókon 2 motort futtass:
   - 1. motor: gyors telefonos posztok attól, aki éppen ott van, naponta egyszer, elég olcsón ahhoz, hogy tévedhessen.
   - 2. motor: egy profi forgatás, sok rövid videóra vágva posztokhoz, YouTube-ra és hirdetésekhez, hetente kétszer.
3. Valódi embereket tegyél a kamera elé: a tulajdonost, a csapatot, a recepciót, beleegyező ügyfeleket. Mutasd a munkát, az előtte-utánát és a kérdéseket, amiket az ügyfelek feltesznek.
4. Minden poszt horgát (az első sor a képernyőn, vagy az első kimondott szavak) külön mezőként naplózd. A horgot teszteled.
5. Az AI-t a poszt körül használd, ne a posztra. A Claude Cowork megírja a képaláírásokat, kiválasztja a legjobb pillanatot egy hosszú videóból, felépíti a naptárat és naplóz minden posztot; a kamerába mondott szavak emberiek maradnak.

6. Minden platformon natívan posztolj:
   - Instagram, az Edits appon keresztül a reelsekhez
   - TikTok és YouTube Shorts
   - Facebook
   - LinkedIn, egy cégeknek értékesítő vállalkozásnál
   - X, csak ha a vevők ott vannak
   - A többit a Publerben ütemezd, és minden platformra változtass a vágáson.

7. Formátumokat pontozz, ne egyes posztokat. Egy formátum akkor nyer, ha a posztjai megtekintésben a fiók követőszámának 10×-ét verik; minden formátumot egyformán futtass, amíg néhány be nem bizonyít, aztán a nyertesekből csinálj többet.

8. Minden nyertest küldj 2 helyre: a fizetett oldalra (9. lépés) és a tartalomtervbe (6. lépés), ahol egy nyertes kérdésből hosszú oldal lesz.

Eszközök

Egy telefon, és a már helyszínen lévő emberek	1. motor.
Egy videós a forgatási napon	2. motor.
CapCut	A vágás.
Az Instagram Edits appja	Natívan posztolja a reelseket.
Publer	Ütemezi a posztokat a többi fiókon.
Claude Cowork	Képaláírások, vágásválogatás, a naptár és a posztnapló, skill-fájlként.
GA4	Megszámolja a kattintásokat és az érdeklődőket, amiket az egyes posztok küldenek.

Bemenet

Ügyfélszavak, hosszú oldalak és felcímkézett linkek

→

Kimenet

Emberi posztok napi áramlása, egy posztnapló minden horoggal és formátummal pontozva, és a nyertesek rövid listája (a 8. lépés bemenete, ami megépíti az oldalakat, amikre mutatnak, és a 9. lépésé, ami pénzt tesz mögéjük).

Kész, ha

Minden Futtasd és Figyeld fiók a saját ütemében posztol, minden poszt naplózva van a horgával és a formátumával, és a napló fiókonként legalább egy nyertes formátumot megnevez.

Gyakori hibák

✗ AI-jal írt közösségi posztok. Az emberek érzik, és továbbgörgetnek.

- ✕ Egy posztot megítélni egy formátum helyett.
- ✕ Gyártásra költeni, mielőtt tudnád, melyik formátum nyer.
- ✕ Nincs napló, így senki nem tudja megmondani, melyik horog mit csinált.

◆ Példa

Egy esküvőhelyszínnél, akikkel dolgoztam, a tulajdonos LinkedIn-posztjai valódi rendezvényfotókból és a tulajdonos saját történeteiből indultak. Az AI segített a fotók kivágásában és a képaláírások formálásában, és minden adag átment egy jóváhagyó oldalon, mielőtt a Publer ütemezte.



„A hosszú dolgokhoz használj AI-t. A rövideket írd magad."

44 Építsd meg a tölcséreket egy nap alatt

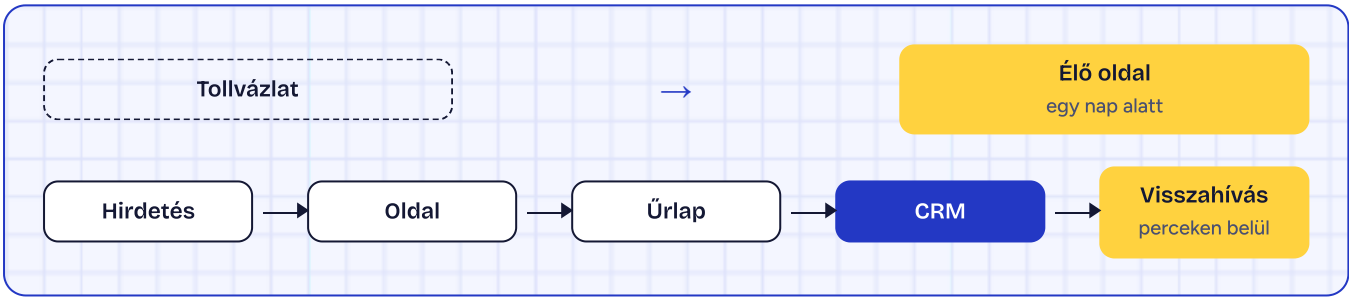
Lépés	44 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	60.

Egy érkezési oldal minden ajánlatra és minden fizetett csatornára:

- ☑ AI-jal építve, a márkához illően
- ☑ Egy űrlap vagy egy hívás gomb
- ☑ A CRM-be és a reakcióidőbe kötve

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a nyertes horgok (7. lépés), a konvertáló hosszú oldalak (6. lépés) és a címkék (4. lépés). Léteznie kell, mielőtt a 9. lépésben egyetlen fizetett forint kimenne, mert a főoldalra érkező hirdetés elpazarolja a kattintást.



◆ Hogyan

1. Először papíron rajzold meg a tölcsért: minden lépést a hirdetéstől az érdeklődőig, az eszközöket, amikhez nyúl, kit értesít, hová érkezik a CRM-ben, és mikor ellenőrzi egy ember.
2. Írj egy oldalt ajánlatonként és közönségenként:
   - A nyertes poszt horga felül
   - Az ajánlat
   - A bizonyíték: értékelések és fotók valódi munkáról
   - Egy űrlap vagy egy hívás gomb, és semmi, ami elvezet
3. Add oda a Claude Code-nak a rajzot, a márkát (logó, színek, betűtípusok, hangnem), az ajánlatot és a szöveget, és építtesd meg vele az oldalt. Hosztold Cloudflare Pages-en, vagy a GHL tölcsérépítőjében, ha a vállalkozás ott fut.
4. Kösd be az űrlapot: a 4. lépés rejtett forrásmezői, az érdeklődő a CRM-be, és a reakcióidő a másik végén. Ez hívást vagy visszaírást jelent perceken belül, munkaidőn kívül pedig a hangügynököt.
5. Add hozzá az utánkövetést a tölcséren belül: egy foglalási naptár közvetlenül az űrlap után, egy visszaigazoló SMS és egy emlékeztető.
6. Építs egy változatot minden fizetett csatornára, így az oldalon lévő horog megegyezik a hirdetéssel, ami a látogatót küldte.

7. Teszteld telefonon, minden csatorna linkjéről: az oldal gyorsan betölt, az űrlap elküldődik, az érdeklődő a helyes forrással érkezik, és a visszahívás elindul.
8. Állítsd be az első tesztet: a horog vagy az ajánlat 2 változata, egyenlően elosztva, érdeklődők alapján megítélve, nem kattintások alapján.

Eszközök

Toll és papír	A tölcsér rajza.
Claude Code	Megépíti az oldalakat, az űrlap bekötését és a tesztváltozatokat.
Cloudflare Pages	Hosztolja az oldalakat.
GHL	Tölcsérépítő, foglalási naptár és utánkövető SMS-ek, ha a vállalkozás ott fut.
Google Tag Manager	A címkék minden oldalon.
Hangügynök	Minden űrlap munkaidőn kívüli vége.

Bemenet

Nyertes horgok, konvertáló hosszú oldalak és a címkék

→

Kimenet

Egy élő, tesztelt tölcsér ajánlatonként és fizetett csatornánként, mindegyik a CRM-be és a reakcióidőbe kötve (a 9. lépés bemenete).

Kész, ha

Minden ajánlatnak van oldala, a 9. lépésre tervezett minden fizetett csatornának van saját változata, és egy teszt-érdeklődő mindegyiken keresztül a helyes forrással érkezik a CRM-be, és visszahívást kap.

Gyakori hibák

- ✗ A hirdetéseket a főoldalra küldeni.
- ✗ Egy gyönyörű oldal mérés nélkül, vagy egy űrlap, ami elhagyja a forrást.
- ✗ Előbb megépíteni az oldalt, mint megrajzolni az utat, így az utánkövetés kimarad.
- ✗ Márkához nem illő oldalak. A márkát tedd rendbe, mielőtt forgalom menne rá.

Példa

Egy cégeknek értékesítő szoftvercégnek, akikkel dolgoztam, a Claude Code iparáganként és kampányonként épített egy érkezési oldalt. Mindegyik egyetlen oldal volt, egy űrlappal és bekötött méréssel, Cloudflare Pages-en hosztolva.

A partnercégek ugyanígy épített, saját, közös márkás privát oldalakat kaptak.



„Ehhez régen egy fejlesztőcsapat kellett. AI-jal egy nap alatt megépítheted.”

45 Az organikus nyerteseket fordítsd fizetettbe

Lépés	45 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	61.

Az első fizetett csatorna bizonyított anyagon fut:

- ☑ A horgok és formátumok, amik már ingyen nyertek
- ☑ A szögek az értékelésekből és a versenytársak panaszaiból
- ☑ Minden hirdetés a 2. lépés plafonjaihoz mérve

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a nyertesek (7. lépés), a tölcsérek (8. lépés), a közönségek (4. lépés) és a plafonok (2. lépés). A 3. lépés organikus terve már fut, így a fizetett soha nem az egyetlen motor.



◆ Hogyan

1. Húzd elő a nyerteseket: a legjobb formátumokat és horgokat a posztnaplóból, az ügyfélszavakat az értékelésekből, és a panasztémákat a versenytárs-söprésből.
2. A legnagyobb vásárlási szándékú Futtasd csatornával kezdd. Egy helyi szolgáltatásnál ez általában a Google keresési hirdetés (plusz helyi szolgáltatási hirdetések, ahol a szakmának van ilyen); egy olyan vállalkozásnál, amit görgetés közben találnak meg az emberek, a Meta.
3. Abból építsd a kampányt, ami nyert:
   - Meta: a nyertes organikus videókból lesznek a hirdetések, a poszt horgával az első másodpercben.
   - Google: a kérdésekből, amikre a vevők keresnek, és a versenytárs-szögekből lesznek a címsorok.
4. Csinálj több változatot AI-jal. A Claude megírja minden nyertes horog változatait, a Higgsfield képváltozatokat készít, és a számok választják ki a nyerteseket.
5. Minden változtatásnak először nézd meg az előnézetét: írd meg vázlatként, nézz meg minden hirdetést úgy, ahogy futni fog, hagyd jóvá, aztán tedd közzé. Egyetlen ügynök sem változtat élő hirdetési fiókon egy ember jóváhagyása nélkül.
6. A költségkeretet állítsd elég kicsire ahhoz, hogy tanulj, és elég nagyra ahhoz, hogy néhány héten belül olvasható legyen. Minden hirdetést a 8. lépés hozzá illő tölcsérébe küldj.
7. Hetente olvasd a plafonokhoz mérve: L1-enkénti költség, és az értékesítésből az L2-enkénti költség. Vágd ki a vesztes hirdetéseket, tegyél többet a nyertesek mögé.
8. A fizetett nyerteseket küldd vissza az organikusba. Egy nyertes fizetett horog a jövő heti posztok lesz.

Eszközök

Google Ads	Keresési és helyi szolgáltatási hirdetések, a szokásos első fizetett csatorna egy helyi szolgáltatásnál.
Meta Ads Manager	Facebook- és Instagram-hirdetések, a szokásos első fizetett csatorna egy olyan vállalkozásnál, amit görgetés közben találnak meg.
Claude Code	Megírja a kampány, a változtatások és a jóváhagyási előnézet vázlatát, és elolvassa az eredményeket.
Higgsfield	Hirdetési képváltozatokat készít.
Firecrawl	Elolvassa a versenytársak hirdetéseit és oldalait a szögekhez.

Bemenet

Organikus nyertesek, tölcsérek, közönségek és plafonok

→

Kimenet

Egy élő fizetett csatorna bizonyított kreatívon, hetente a plafonokhoz mérve olvasva, és a fizetett nyertesek listája (a 10. lépés bemenete, ami újracélozza a forgalmat, és a 11. lépésé, ami átviszi a nyerteseket).

Kész, ha

Az első fizetett csatorna elég ideje fut ahhoz, hogy olvasható legyen, az L1-enkénti és L2-enkénti költsége ott van az eredményjelzőn a plafonokhoz mérve, és legalább egy hirdetés egyértelmű nyertes.

Gyakori hibák

- ✕ Vadonatúj kreatívot gyártani a hirdetésekhez, amikor az organikus nyertesek ott vannak.
- ✕ A hirdetéseket kattintások alapján megítélni érdeklődők és minősített érdeklődők helyett.
- ✕ Hagyni, hogy egy ügynök, vagy bárki, előnézet nélkül változtatásokat toljon egy élő fiókba.
- ✕ 2 vagy 3 fizetett csatornát egyszerre elindítani, így senki nem tudja, melyik működött.

Példa

Egy esküvőhelyszínnél, akikkel dolgoztam, az új oldal, a keresési oldalak és a bejárásfoglalás mind futott, mielőtt bármilyen hirdetés indult volna. A fizetett kampányok később indultak, és olyan oldalakra érkeztek, amik már bejárássá fordították a látogatókat.

„Fogd az organikus tartalmat, ami működik, és tegyél pénzt mögé."

46 Célozz újra minden látogatót és minden érdeklődőt

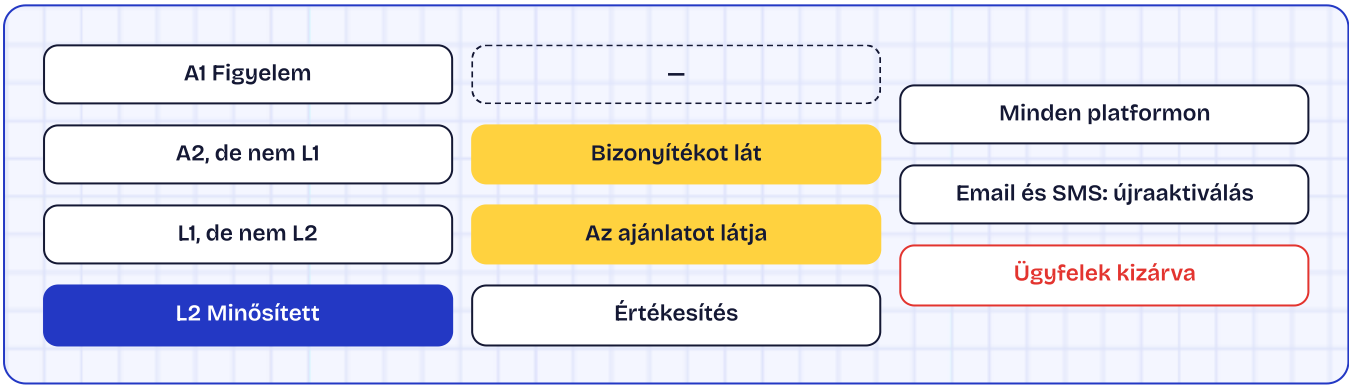
Lépés	46 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	64.

Senki nem vész el, aki érdeklődést mutatott:

- ☑ A látogatók, akikből nem lett érdeklődő, bizonyítékot látnak
- ☑ Az érdeklődők, akik nem minősültek, újra látják az ajánlatot
- ☑ A csendes érdeklődők és a korábbi ügyfelek kapnak egy okot a visszatérésre

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a közönségek (4. lépés) és a 6., 7. és 9. lépés forgalma. Általában ez a legolcsóbb érdeklődő, amit veszel, ezért azonnal indul, amint az első fizetett csatorna megtölti a közönségeket.



◆ Hogyan

1. Építsd fel az újracélzást szakaszonként:
   - A látogatók, akikből nem lett érdeklődő (A2, de nem L1), bizonyítékot látnak: értékeléseket, előtte-utánát, a nyertes videót.
   - Az érdeklődők, akik nem minősültek (L1, de nem L2), újra látják az ajánlatot, egy okkal, hogy most cselekedjenek.
2. Ugyanazokat a közönségeket futtasd minden platformon, amit a címkék elérnek: Meta, Google display és YouTube, TikTok, és LinkedIn egy cégeknek értékesítő vállalkozásnál. Aki a Google-ön talált meg, ugyanazon a héten lát az Instagramon.
3. Korlátozd, milyen gyakran lát valaki egy hirdetést, és hagyd ki azokat, akik már vásároltak.
4. Állítsd be az újraaktiválást a CRM-ben, emailben és SMS-ben:
   - Csendes érdeklődők: egy rákérdezés, egy hasznos oldal a 6. lépésből, egy dátumhoz kötött ajánlat.
   - Korábbi ügyfelek: emlékeztető, amikor esedékes az ismételt munka, és egy ajánláskérés.
5. Írd be a szabályokat a CRM-be: mikor számít halottnak egy érdeklődő, mennyit vár egy csendes érdeklődő, mikor esedékes újra egy korábbi ügyfél. Így anélkül futnak, hogy bárkinek emlékeznie kellene.

6. Az emaileket és az SMS-eket a Claude Coworkben írd meg a nyertes horgokból és a hosszú oldalakból. Egy ember elolvassa a végső változatot, mielőtt kimegy.

7. Adj az újracélzásnak és az újraaktiválásnak saját sort az eredményjelzőn. Különben az érdeklődőiket annak a csatornának írják jóvá, amelyik először hozta a látogatót.

Eszközök

Meta Ads Manager, Google Ads, LinkedIn Campaign Manager és TikTok Ads	Az újracélzó kampányok.
GHL, HubSpot vagy más	Újraaktiváló emailek és SMS-ek, a szabályok, az ismételt munka emlékeztetők.
Claude Cowork	Skill-fájlként megírja a sorozatokat.
YouTube-hirdetések	Videó azoknak, akik néztek vagy látogattak.

Bemenet

Közönségek és a 6., 7. és 9. lépés forgalma

→

Kimenet

Élő újracélzás minden felcímkézett platformon és élő újraaktiválás a CRM-ben, mindegyik a saját eredményjelző-során (a 11. lépés bemenete).

Kész, ha

Minden szakaszközönségnek van élő kampánya legalább egy platformon, az újraaktiválás magától fut a csendes érdeklődőkre és a korábbi ügyfelekre, és mindkettő a saját során mutat érdeklődőket.

Gyakori hibák

- ✕ Egy látogatónak örökké ugyanazt a hirdetést mutatni, ami idehozta.
- ✕ Újracélozni azokat, akik már vásároltak.
- ✕ Nincs újraaktiválás, így a csendes érdeklődőket soha többé nem kérdezik meg.
- ✕ Az újracélzásból jövő érdeklődőket az első csatornának jóváírni, és túlértékelni azt.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, az elhallgatott érdeklődők saját részt kaptak az irányítópulton. Megmutatja, hányan hallgattak el, hányan tértek vissza egy aktív szakaszba, és hányból lett elszállítás.

„Hogyan esnek ki az emberek a tölcsérből, és mit csinálunk, hogy visszahozzuk őket?”

47 Vidd tovább, ami nyer, a következő csatornára

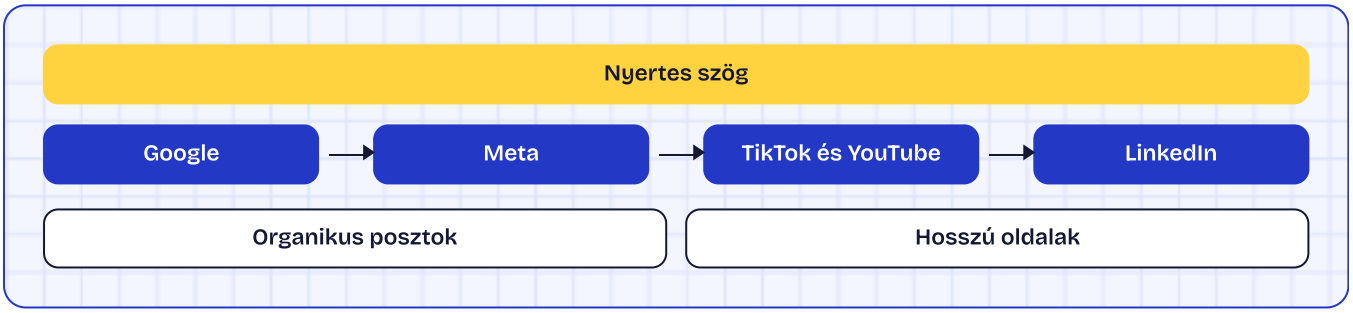
Lépés	47 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	65.

Minden nyerés felépíti a következő csatornát:

- ☑ Minden új csatorna egy bizonyított szögből indul
- ☑ Minden indulás olcsóbb és gyorsabb az előzőnél
- ☑ Ami a fizetettben nyer, az táplálja az organikust, és fordítva

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá egy bizonyított fizetett csatorna (9. lépés) és az újracélzás adatai (10. lépés). Így kezdik a csatornák táplálni egymást, és pont ezt ellenőrzi a kapu.



◆ Hogyan

1. Írd le egyszerű szavakkal, mi nyert: a keresések, amik konvertáltak a Google-ön, a horgok, amik nyertek a Metán, az üzenetek, amik visszahozták az embereket, a kérdések, amik AI-hivatkozásokat hoztak.
2. Válaszd ki a rácsról a következő csatornát, amin vevők vannak. Ne mozdulj, amíg a mostani nem stabil, és nincs a plafonjai alatt.
3. Vidd át a nyerést:
   - A Google keresőkifejezéseiből lesznek a Meta-hirdetések szögei.
   - A Meta-nyertesekből lesznek a TikTok- és YouTube-hirdetések, mindegyikre újravágva.
   - A Meta és a Google tanulságaiból lesz a LinkedIn-kampány egy cégeknek értékesítő vállalkozásnál, kikapcsolt LinkedIn Audience Network mellett.
   - Bármelyik platform organikus nyerteseiből hirdetés lesz a következőn.
4. Csak azt változtasd meg, amit az új platform megkövetel: a méretet, az első másodpercet, a cselekvésre ösztönzést, a közönséget. A nyertes szöget tartsd meg.
5. Futtass egy kis, korlátozott tesztet egy Teszteld később csatornán, például a ChatGPT-hirdetéseken, amint a Futtasd csatornák stabilak. Először korai számokon olvasd (ki látja, mennyibe kerül), aztán érdeklődőkön.
6. A tanulságot visszafelé is küldd. Egy LinkedIn-nyertesből hosszú oldal lesz; egy rangsoroló oldalból Google-hirdetés; egy nyertes fizetett horogból a következő poszt.

7 Tarts egy közös tesztnaplót minden csatornán: mit próbáltatok, hol, mi lett az eredmény, és mit táplált ezután. A Claude minden új kampány előtt elolvassa.

Eszközök

Meta Ads Manager, Google Ads, LinkedIn Campaign Manager, TikTok Ads és ChatGPT-hirdetések	A csatornák, amik között a nyerés mozog.
YouTube-hirdetések	Videós elhelyezések az újravágott nyerteseknek.
X	Csak ahol a vevők vannak.
Claude Code	Átvisz egy kampányt az egyik platformról a következőre, és vezeti a tesztnaplót.
CapCut	Minden platformra újravágja a videót.

Bemenet

A 9. és 10. lépés nyertesei

→

Kimenet

A következő csatorna élőben, átvitt kreatívon, egy közös tesztnapló, és a tanulság visszaáramlik az organikusba (a 12. lépés bemenete).

Kész, ha

Legalább egy csatorna egy másik csatorna nyerteséből indult, ez az indulás kevesebb munkába került, mint az első, és a tesztnapló mutatja, hogy a tanulság mindkét irányba mozog a fizetett és az organikus között.

Gyakori hibák

- ✕ Minden csatornát üres lapról kezdeni.
- ✕ Ugyanazt a hirdetést változtatás nélkül bemásolni minden platformra.
- ✕ Hozzáadni a következő csatornát, mielőtt a mostani stabil lenne.
- ✕ Bekapcsolva hagyni a LinkedIn Audience Networköt, így a keret a LinkedInen kívüli kattintásokra megy, amikből soha nem lesz érdeklődő.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a Google-hirdetések már szinte minden létező keresésnél megjelentek. Több Google-keretből nem lehetett sokkal több érdeklődőt venni, így a mennyiségért folytatott nyomás a Metára költözött.



„Fogd, ami a Google-ön működik, és építsd belőle a Metát. Aztán fogd a Metát, és építsd belőle a LinkedInt.”

48

4. fejezet: Növekedés, 12. lépés a 12-ből

Futtasd a heti növekedési kört

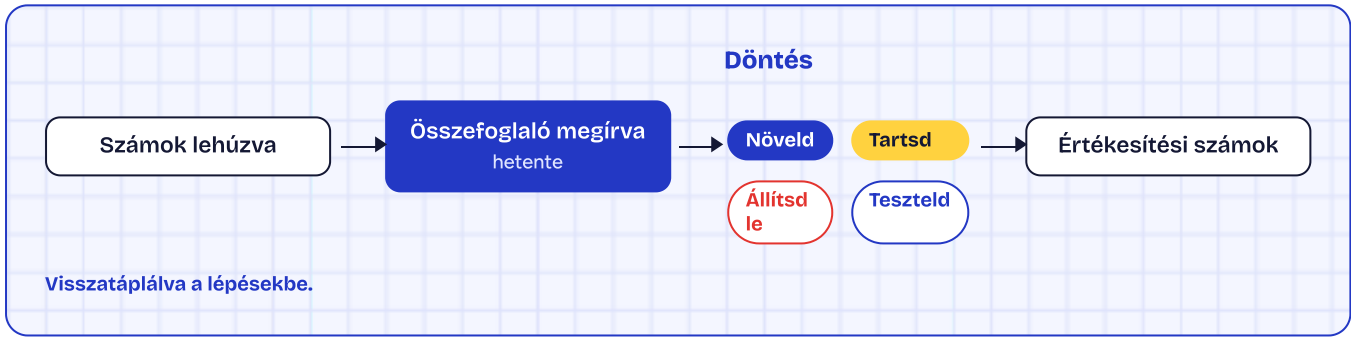
Lépés	48 / 60
Fejezet	4 / 5
Nap	66.

Egy rövid heti átnézés, ami:

- ☑ Minden csatornát a plafonjaihoz mérve olvas
- ☑ Eldönti: növeld, tartsd vagy állítsd le
- ☑ A tanulságot a következő tesztbe küldi

Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá minden korábbi lépés, futva. Ez a lépés, ami soha nem ér véget: tartja, hogy a csatornák táplálják egymást, és hogy a növekedés a pénzhez kötve maradjon.



Hogyan

1. Ütemezz egy Claude-feladatot a heti átnézés elé. Lehúzza minden csatorna számait, összehasonlítja az elmúlt 28 napot az azt megelőző 28-cal, alkalmazza a 2. lépés szabályát, és megír egy 1 oldalas összefoglalót 3 javasolt döntéssel.
2. Olvasd el az összefoglalót a tulajdonossal vagy a növekedési vezetővel. Döntsétek el, mi nő, mi marad, mi áll le, és mit tesztelünk legközelebb.
3. Minden héten nézd meg az értékesítést:
   - Az érdeklődők nőnek, de a zárási arány vagy a reakcióidő csúszik: állj le a mennyiség növelésével, és menj vissza a 3. szakaszhoz.
   - Az ügyfelek nőnek, de a csapat késik a munkákkal: menj vissza a 2. szakaszhoz.
4. Tápláld a következő kört. A nyertesek a 9. vagy a 11. lépéshez mennek, az új vevői kérdések a 6. lépéshez, az új horgok a 7. lépéshez.
5. Az ismétlődő munkából csinálj skill-fájlokat. Aki a kört futtatja, minden ismétlődő feladatot elment a Claude Coworkben (az összefoglaló, a hirdetési előnézet, az értékelésre adott válasz, az email vázlata), és ezekből a skillekből lesznek a növekedési ügynökök, amiket a csapat hívhat.
6. Havonta egyszer futtasd a kapuolvasást: a hónap a Növekedési kiinduló állapothoz mérve, csatornánként, érdeklődőkre, ügyfelekre és pénzre. Ugyanekkor ellenőrizd újra a 2. lépés képletlapját.

Eszközök

Ütemezett Claude-feladat (időzített `claude -p`)	Lehúzza a számokat, és megírja a heti összefoglalót.
Irányítópult	Ahol a döntéseket olvassák.
Claude Cowork	A heti feladatok skill-fájlként, aztán a belőlük épített növekedési ügynökök.
GHL, HubSpot vagy más	Az értékesítési számok, amiket a kör ellenőriz.

Bemenet

Minden csatorna számai és a tesztnapló

Kimenet

Egy heti döntés (növeld, tartsd, állítsd le, teszteld legközelebb), a tesztek következő köre visszatáplálva a 6., 7., 9. és 11. lépésbe, és egy havi kapuolvasás (a lenti Kapu bemenete).

Kész, ha

A heti összefoglaló megérkezik anélkül, hogy bárki összerakná, az átnézés minden héten megtörténik, minden döntés naplózva van, és a havi kapuolvasás bent van a naptárban.

Gyakori hibák

- ✕ A csatornákat olvasni az értékesítés olvasása nélkül, így a több érdeklődő elrejti a rosszabb konverziót.
- ✕ Csatornát hozzáadni, amikor a válasz az lett volna, hogy megjavíts egyet.
- ✕ Annyi számot átnézni, hogy egyetlen döntés sem születik.
- ✕ A kört egy ember fejében tartani skill-fájlok helyett.

Példa

Amikor a használtautó-felvásárlónál növeltük a Metát, az érdeklődőnkénti költség a költéssel együtt emelkedett. A heti olvasás egyenesen kimondta: több érdeklődő, rosszabb áron, így a munka az lett, hogy levigyük a költséget, miközben megtartjuk a mennyiséget.



„Tesztelj mindent, és gyorsan találd meg a szűk keresztmetszeteket."

Az eszközök.

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
GHL	CRM: érdeklődő forrása mező, értékeléskérések, tölcsérek, foglalás, email és SMS, újraaktiválás	1 2 4 5 8 10 12
HubSpot	CRM a személyesebb kapcsolatot igénylő vállalkozásoknak: érdeklődő forrása mező, email, újraaktiválás	1 2 4 5 10 12
Google Táblázat	A képletlap: az érdeklődő értéke, és a max. költség L1-re és L2-re	2
Irányítópult	A Növekedés nézet, az eredményjelző és a plafonok. Claude Code-dal építve	1 2 3 12
Google Tag Manager	Egy helyről indít minden címkét	4 8
GA4	Látogatások, érdeklődő-események, AI-hivatkozások	1 4 6 7
Meta Pixel és Conversions API	Meta-közönségek, plusz a CRM-ből küldött érdeklődők	4 10
Google Ads címke	Google- és YouTube-közönségek	4 10
Google Ads API	Az érdeklődőket és az eladásokat a CRM-ből küldi a Google-nek	4
LinkedIn Insight Tag	LinkedIn-közönségek	4 10
TikTok Pixel	TikTok-közönségek	4 10
n8n	A hirdetési űrlapok érdeklődőit beállított forrással hozza a CRM-be	4
SalesMessage	Csatornánként egy telefonszám (vagy GHL telefonszámok)	4
Google Cégprofil	A Térkép-listázás, az értékelések, a heti posztok	5
Hangügynök	Értékeléskérő hívások	5 8
GHL Social Planner	Ütemezi a Cégprofil-posztokat	5
Apify	Lehúzza a saját és a versenytársak Google-értékeléseit	3 5
Firecrawl	Elolvassa a versenytársak oldalait, hirdetéseit és a rangsoroló oldalakat	3 6 9
A last30days skill	Ingyenes betekintés a szolgáltatásról szóló Reddit- és fórumbeszélgetésekbe	3
Google Search Console	Helyezések és kattintások, oldalanként	6
DataForSEO	Keresési kereslet, rangsoroló oldalak, AI-válaszok	6

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
WordPress	Közzéteszi a hosszú oldalakat	6
Cloudflare Pages	Hosztolja a hosszú oldalakat és az érkezési oldalakat	6 8
Wispr Flow	A tulajdonos lediktálja a válaszokat a hosszú oldalakhoz	6
Claude Code	Megépíti a Növekedés nézetet, az összefoglalókat, a hosszú oldalakat, a tölcséreket, a kampányokat, az előnézeteket és az átviteleket	1 2 3 4 6 8 9 11
Claude Cowork	Értékelésekre adott válaszok, posztok, képaláírások, sorozatok és a heti feladatok skill-fájlként	5 7 10 12
Ütemezett Claude-feladat	Megírja a heti növekedési összefoglalót (`claude -p`)	12
CapCut	Rövid videók vágása és újravágása	7 11
Instagram Edits app	Natívan posztolja a reelseket	7
Publer	Ütemezi az organikus posztokat a fiókokon	7
Videós	A 2. motor felvételei a forgatási napokon	7
Higgsfield	Hirdetési képváltozatok	9
Google Ads	Keresés, helyi szolgáltatási hirdetések, display és YouTube-újracélzás	9 10 11
Meta Ads Manager	Facebook- és Instagram-hirdetések és újracélzás	9 10 11
LinkedIn Campaign Manager	LinkedIn-hirdetések a cégeknek értékesítő vállalkozásoknak	10 11
TikTok Ads	TikTok-hirdetések és újracélzás	10 11
ChatGPT-hirdetések	Korlátozott tesztcsatorna	11
YouTube-hirdetések	Videós újracélzás és újravágott nyertesek	10 11
X	Organikus és fizetett, csak ahol a vevők vannak	7 11

Mielőtt továbblépsz

A kapu.

Ne lépj tovább a Szabadságra, amíg minden pipa nincs meg.

- [x] A 3. szakasz kapuja az új mennyiségnél is tart: a reakcióidő 5 perc alatt van, vagy hangügynökök fedik le, és az értékesítés elbírja a plusz érdeklődőket.
- [x] Minden érdeklődő viszi a forrását; a forráskövetés lefedettsége 95% vagy jobb.
- [x] Minden csatornának megvannak a 2. lépés plafonjai, és minden fizetett csatorna alattuk fut.
- [x] Az organikus a fizetett mellett fut: a hosszú oldalak, az értékelések és a posztok mind ütemterv szerint élesednek.
- [x] Minden élő csatorna legalább egy másikat táplál: a nyertesei egy másik csatornára kerültek, vagy egy másik csatorna nyerteséből indult.
- [x] Organikus nyertesekből hirdetés, fizetett nyertesekből poszt lett, mindkettő legalább egyszer, a tesztnaplóban rögzítve.
- [x] Az újracélzás és az újraaktiválás a saját eredményjelző-során fut.
- [x] A heti kör minden héten lefut, és a döntései naplózva vannak.
- [x] A havi kapuolvasás a Növekedési kiinduló állapothoz képest növekvő érdeklődőket mutat, és velük együtt nőnek az ügyfelek és a pénz is, nem csak a költség.
- [x] A zárási arány tartott vagy nőtt, miközben az érdeklődők nőttek.



„Az érdeklődőszámod nő, de a konverziós arányaid összeomlanak."

Ez az a hiba, amit a kapu el akar kapni. A cél az ellenkező irányba fut: a 2. és 3. szakaszban felépített vállalkozás megsokszorozza, amit a Növekedés betesz.

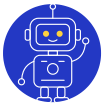
„Ha 10× annyi érdeklődőt teszek be, 20× annyi eladást akarok látni."

A fejezet vége

Így néz ki a kész.

- Több érdeklődő megy be, és többből lesz ügyfél és pénz.
- Minden csatorna tudja, mennyit ér egy érdeklődő, és legfeljebb mennyit fizethet érte.
- Minden csatorna tanítja a következőt: ami az egyiken nyer, az lesz a kampány egy másikon, és minden új csatorna elindítása kevesebbe kerül.

- Az értékelések, a hosszú oldalak, az újracélzás és az újraaktiválás mind futnak anélkül, hogy bárkinek eszébe kellene jutnia.
- Egy heti oldal megmondja, mit növelj, mit tarts, mit állíts le, és a tulajdonos perceket tölt vele, nem napokat.



„Először megépítem a motort. Aztán táplálom a motort."

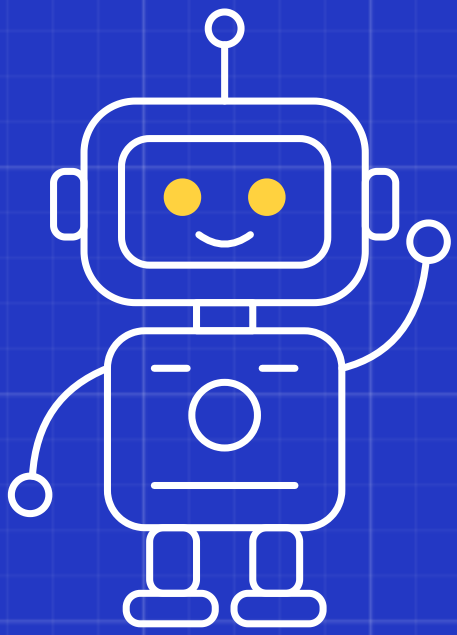
05

A 90 napos AI-terv, 5. fejezet az 5-ből

Szabadság

Vedd ki magad a napi működésből.

67–82. nap



Mi ez a szakasz

A Szabadság az, amikor a vállalkozás nélküled is működik. Nem azért, hogy eladd vagy otthagyd, hanem azért, hogy te választhass.

- Minden feladat, amit még te csinálsz, kap egy otthont: te, egy ember, egy ügynök vagy egy rendszer.
- A vállalkozás le lesz írva, így emberek és ügynökök anélkül tudják vinni, hogy téged kérdeznének.
- A vállalkozás magáról jelent. Egy irányítópult és egy rögzített ritmus váltja ki, hogy egész nap ott legyél.
- A csapatod és az ügynökeid folyamatosan javítják a rendszert, így minden órádból a legtöbbet hozod ki.
- Aztán választasz egy utat (növeld, indíts még egyet, lépj hátra), és ugyanazokat az eszközöket a saját életedre is használod.

Miért itt van

Csak olyan vállalkozás működhet nélküled, ami mérve van (1. szakasz), egy több munkát elbíró rendszeren fut (2. szakasz), gyorsan konvertálja az érdeklődőket (3. szakasz), és magát táplálja (4. szakasz). Ha egy fel nem épített vállalkozásból húzod ki magad, már az első héten eltörik.

A kapu

Ez az utolsó szakasz, így a kapu a célvonal:

A vállalkozás egy teljes időszakon át nélküled működik, és senki nem húz be a ritmuson kívül.

Minden átadott feladatnak van megnevezett gazdája: egy ember, egy ügynök vagy egy rendszer.

Leírtad, hová megy a felszabadult idő.

Az eszközök röviden

Claude Cowork	Ahol te és a csapat munkafolyamatokat futtattok és skill-fájlokat mentetek
Claude Code	Megépíti az ügynököket, az ütemezett feladatokat és az irányítópultot
Google Drive	A közös mappa a skill-fájloknak
LLM Wiki	A vállalkozásból tudásbázist csinál, amit az AI először olvas
Személyi asszisztens	A saját ügynököd Claude Code-ban: email, naptár, vázlatok, amikor kéred, a reggeli tájékoztató
GHL, HubSpot vagy más	CRM
n8n	Automatizálás
Notion	Átadási tábla
Feladatütemező vagy launchd	Ütemezetten futtatja az ügynököket `claude -p`-vel
Cloudflare Pages	Hosztolja az irányítópultot
Firecrawl	Webes olvasás a kutatóügynököknek
Wispr Flow	Beszéd gépelés helyett



Az egy mondat

„A lényeg, hogy most már megvan a szabadságod, hogy meghozd ezeket a döntéseket.”

49

5. fejezet: Szabadság, 1. lépés a 12-ből

Vizsgáld át a saját óráidat

Lépés	49 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	67.

Egy lista minden feladatról, amit még te csinálsz. Minden sor tartalmazza:

- ☑ Mi a feladat
- ☑ Ki vagy mi indítja el
- ☑ Milyen gyakran tér vissza
- ☑ Milyen eszközt használsz

◆ Miért most jön ez a lépés

Az 1. szakasz munkafolyamat-térképe minden munkafolyamatot mutat, de általában kihagyja a te saját munkádat. Semmit nem lehet átadni, amíg nincs leírva.

Megszakítások szerint rendezve

Munkafolyamat-térkép

Postafiók és naptár

Megszakítási napló

Tulajdonosi feladatleltár

A munkatársak kérdései
itt szivárognak az órák

Jóváhagyások

Problémák javítása

Feladat	Ki indítja	Milyen gyakran	Típus	Más is meg tudja?
Munkatárs kérdése	Munkatársak	Naponta	Kérdések megválaszolása	Igen
Napi számok begépelése	Papírlapok	Naponta	A munka elvégzése	Igen
Visszatérítés jóváhagyása	Recepció	Hetente	Jóváhagyás	Nem

◆ Hogyan

1. Nyisd meg az 1. szakasz munkafolyamat-térképét. Másolj át minden dobozt, amin a neved van, egy új Google Táblázatba, Tulajdonosi feladatleltár néven.

2. Azt húzd elő, amit tényleg csináltál, ne azt, amire emlékszel. Kösd be a Claude Coworköt (vagy a Claude Code-ot) ezekhez:
   - Email
   - Naptár
   - SMS-ek
   - Hívásnapló
3. Kérd meg, hogy sorolja fel minden ismétlődő feladatodat, ki kérte, milyen eszközt használtál, és mi lett az eredmény. Menj vissza elég messzire ahhoz, hogy a havi munkát is elkapd, ne csak a napit.
4. Vezess megszakítási naplót néhány szokásos napon át. Minden alkalommal, amikor behúznak, mondj egy sort a Wispr Flow-ba vagy a Hangjegyzetek appba: mi volt, ki kérte, mit döntöttél.
5. Vond össze mind a 3 forrást a táblázatba, feladatonként egy sorral. Oszlopok:
   - Feladat
   - Ki indítja
   - Milyen gyakran
   - Használt eszköz
   - Milyen a jó eredmény
   - Meg tudná-e ma bárki más csinálni (igen vagy nem)
6. Címkézz fel minden sort a típusával:
   - Döntés
   - Kapcsolat
   - Jóváhagyás
   - A munka elvégzése
   - Kérdések megválaszolása
   - Problémák javítása
7. Rendeztesd az AI-jal a táblázatot aszerint, milyen gyakran szakítja meg az egyes feladatok a napodat. A lista teteje az, ahol az óráid elszivárognak.

> **A jó eredmény egy táblázat, amit elolvasol, és azt mondod rá: „ez az én hetem", azokkal a részekkel együtt, amiket kínos leírni.**

◆ Eszközök

Claude Cowork	Elolvassa a postafiókodat, a naptáradat és az üzeneteidet, és megírja az első listát.
Gmail és Google Naptár	A nyilvántartás arról, mit csináltál ténylegesen.
Wispr Flow	Minden megszakítást beszélj be a naplóba gépelés helyett.
Hangjegyzetek	Ugyanez, a telefonodról.
Google Táblázat	Tartja a Tulajdonosi feladatleltárt.

Bemenet

Az 1. szakasz munkafolyamat-térképe, a postafiókod, a naptárad és az üzeneteid, és a megszakítási napló

Kimenet

A Tulajdonosi feladatleltár, aszerint rendezve, milyen gyakran szakít meg az egyes feladat.

Kész, ha

Minden ismétlődő feladatod egy sor kiváltóval, gyakorisággal, eszközzel és azzal, milyen a jó eredmény, és egyetértesz, hogy semmi nagy nem hiányzik.

Gyakori hibák

- ✕ Emlékezetből listázni a feladatokat. A naptárad és a postafiókod megmutatja, mi történik valójában.
- ✕ Kihagyni a megszakításokat. A munkatársak kérdései és az apró jóváhagyások azok, amik a vállalkozáshoz kötnek.
- ✕ Kihagyni a munkát, amit szeretsz. Az is a listára kerül; hogy megtartod-e, az a 2. lépés.
- ✕ Túl korán kezdeni ezt a szakaszt. Ha az értékesítés még szivárog, a lista megtelik egy korábbi szakasz tüzeivel.

Példa

Egy telepet üzemeltető vállalkozásnál, akikkel dolgoztam, a napi számok papírlapokon éltek, amiket valaki kézzel gépelt be egy munkafüzetbe. Ebből a munkából semmi nem jelent meg egy naptárban vagy egy irányítópulton, és pont az ilyen rejtett feladatot kapja el ez az átvizsgálás.



„Ahhoz, hogy kivond magad, emelőkar kell. Kezdd azzal, amire a legtöbb időt töltöd."

50

5. fejezet: Szabadság, 2. lépés a 12-ből

Döntsd el, mit tartasz meg

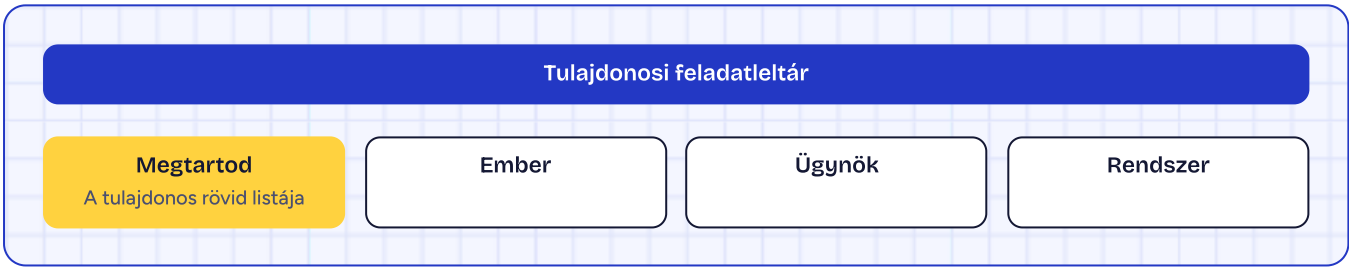
Lépés	50 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	68.

Egy rövid lista arról, amit csak te csinálsz. Minden más egy otthont kap:

- ☑ Egy embert
- ☑ Egy ügynököt
- ☑ Egy rendszert

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá az 1. lépés teljes listája. A 3–7. lépés mindegyike a táblázat egy oszlopán dolgozik végig, amit ez a lépés készít.



◆ Hogyan

1. Először a Rövid listádat írd meg. Azt tartalmazza, ami irányt szab, nem azt, ami követi:
   - Mi számít: a célok, és mely irányítópult-számok számítanak.
   - Milyen a jó eredmény: a mérce, amihez minden eredményt mérnek.
   - A szabályok: mit csinál és mit nem csinál a vállalkozás, és mihez nyúlhatnak az ügynökök.
   - A nagy döntések: pénz, rangidős emberek felvétele és elbocsátása, árazás, a legnagyobb kapcsolatok.
   - A végső ellenőrzés mindenen, amin a neved van, amíg egy ember vagy egy szabály nem tudja tartani ezt a mércét.
2. Menj végig a listán soronként, és adj minden sornak egy otthont:
   - Megtartod: rajta van a Rövid listán.
   - Ember: ember kell hozzá, csak nem te. Egy vezető, egy csoportvezető, a recepció vagy virtuális asszisztensek.
   - Ügynök: ismétlődik, már meglévő információn fut, és egy embernek csak ellenőriznie kell.
   - Rendszer: semmilyen ítélőképesség nem kell hozzá. Egy CRM-szabály, egy automatizálás vagy egy ütemezett feladat.
3. Minden sorhoz, ami nem Megtartod, írd le azt az egy kivételt, ami visszaküldi hozzád. Például: „A visszatérítések a recepcióhoz mennek, kivéve, ha az ügyfél perrel fenyeget.”
4. Számold meg a Megtartod sorokat. Ha hosszú a lista, megszokásból tartod meg a munkát, úgyhogy kérdezd meg minden sornál: ez irány, vagy végrehajtás?

5 Ellenőriztesd az AI-jal a táblázatot a munkafolyamat-térképhez képest. Minden feladatnak egy gazdája van, és egyiknek sincs 2.

> **A jó eredmény egy Átadási táblázat 4 otthonnal, és egy Megtartod lista, amit egy levegővel fel tudsz olvasni.**

Eszközök

Google Táblázat	Az Átadási táblázat (Feladat, Otthon, Kivétel, Megnevezett gazda, Állapot).
Claude Cowork	Visszakérdez minden Megtartod sornál, és ellenőrzi a táblázatot a térképhez képest.

Bemenet
Tulajdonosi feladatleltár

→

Kimenet
Átadási táblázat (Megtartod, Ember, Ügynök, Rendszer) és a Rövid listád.

Kész, ha
Minden sornak egy otthona és egy kivétele van, és a Rövid lista elfér egy oldalon.

Gyakori hibák

- ✕ A munkát tartod meg a mérce helyett. Te azt tartod meg, milyen a jó eredmény; valaki más állítja elő.
- ✕ Ítéletet adni egy ügynöknek. Egy ügynök felsorakoztathatja a lehetőségeket, de a döntés nálad marad, amíg egy leírt szabály meg nem tudja hozni.
- ✕ Mindent ügynököknek adni, mert új. Néhány sor jobb egyszerű CRM-szabályként, és néhányhoz ember kell.
- ✕ Leépítésként kezelni. A lényeg, hogy ugyanazok az emberek többet vigyenek, és te ne legyél többé a szűk keresztmetszet.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, az üzletek folyton kihagytak szakaszokat a CRM-ben. Nem az értékesítőkkel javíttattuk kézzel: a Rendszerhez került, és az adatfolyam most magától kitölt minden kihagyott szakaszt, és megjelöli.



„Mi számít, milyen a jó eredmény, a szabályok: mindennek tőled kell jönnie."

51

5. fejezet: Szabadság, 3. lépés a 12-ből

Írd le a munkádat skill-fájlokként

Lépés	51 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	71.

Minden Ember, Ügynök és Rendszer sor le van írva egy skill-fájlban (egy lépésről lépésre haladó utasításfájl), amit bárki, vagy bármelyik ügynök követni tud.

Miért most jön ez a lépés

Az Átadási táblázat megmondja, mely feladatok mennek el. A tudásbázis (4. lépés) és az ügynökök (7. lépés) ezekből a fájlokból épülnek.



Hogyan

1. Ugyanazt a módszert használd, amit a csapat a 2. szakaszban tanult. Nyisd meg a Claude Coworköt, kösd be az eszközöket, amiket a feladat használ, és csináld meg a feladatot egyszer, hangosan, elejétől a végéig.
2. Amikor kész, mondd a Claude-nak: „Készíts skill-fájlt arról, amit most csináltunk.” Olvasd el, és amit elront, azt kimondva javítsd, ne újragépelve.
3. Minden skill-fájl tartalmazza:
   - Mi indítja a feladatot
   - A bemeneteket, és hogy hol vannak
   - Minden lépést sorrendben
   - Az eszközöket, amikhez nyúl
   - Milyen a jó eredmény
   - A 2. lépés kivételét
   - Ki ellenőrzi az eredményt
4. Az ítéleteden futó feladatoknál a miértet is rögzítsd, ne csak a lépéseket. Beszélj végig néhány korábbi esetet („ezt jóváhagytam, azt elutasítottam, ez az oka”), és a fájl csináljon belőlük szabályt.
5. A hangodon futó feladatoknál (hívások, emailek, értékelések, ügyfélfrissítések) olvastasd el az AI-jal a korábbi emailjeidet, üzeneteidet és hívásfelvételeidet, hogy a vázlatok úgy szóljanak, mint te.

6. Ments minden fájlt a 2. szakasz közös Google Drive mappájába. A fájlokat a munkafolyamatról nevezd el („visszaterites-jovahagyas”), ne az emberről („tulajdonosi-feladatok”).

7. Csoportosítsd a fájlokat területenként egy mappába:
   - Recepció
   - Ütemezés
   - Számlázás
   - Marketing
   - Tulajdonosi döntések

> **A jó skill-fájl az, amit egy új belépő az első napján követni tud, és egy ügynök egyetlen kérdés nélkül le tud futtatni.**

Eszközök

Claude Cowork	Veled együtt futtatja a feladatot, és a végén megírja a skill-fájlt.
Google Drive	A közös mappa, ahol minden skill-fájl él.
Wispr Flow	Beszélj végig minden feladatot és minden korábbi döntést.
Gmail	A korábbi emailjeid, elolvasva, hogy a vázlatok úgy szóljanak, mint te.

Bemenet
Az Átadási táblázat Ember, Ügynök vagy Rendszer jelölésű sorai

→

Kimenet
Feladatonként egy skill-fájl, területenként rendezve a közös Drive-on.

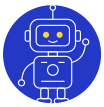
Kész, ha
Minden nem Megtartod sor egy skill-fájlra linkel, és rajtad kívül valaki minden területről lefuttatott legalább egy feladatot, csak a fájl alapján.

Gyakori hibák

- ✗ Emlékezetből megírni a fájlt ahelyett, hogy elvégeznéd a feladatot, miközben a Claude figyel. Az elfelejtett lépések azok, amik eltörnek.
- ✗ A lépéseket a miért nélkül leírni. Egy fájl, ami szabály nélkül azt mondja: „hagyd jóvá vagy utasítsd el”, az asztalodon hagyja a döntést.
- ✗ A fájlokat a laptopodon tartani. Egy fájl, amit senki más nem ér el, senkit nem vált ki.
- ✗ Minden fájlt egy ültő helyében megírni. Naponta egy feladat, ahogy a csapat csinálta a 2. szakaszban, úgy készül el, hogy közben nem áll meg a vállalkozás.

◆ Példa

Egy esztétikai klinika tulajdonosa skill-fájlként írja le a reggeli ügyfél-előkészítést: mely rekordokat húzza le a CRM-ből, mely jegyzetek számítanak az egyes kezeléseknél, és hogyan jelöljön meg egy ügyfelet, aki már régóta nem járt. Most a recepció vezetője futtatja a fájlból, később pedig egy ügynök futtatja minden reggel.



„Ha az ügynökök több kontextussal tudják futtatni a skilljeidet, teljes munkafolyamatokat futtathatsz.”

52 Építsd meg a tudásbázist

5. fejezet: Szabadság, 4. lépés a 12-ből

Lépés	52 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	72.

Az egész vállalkozás egy helyre leírva, amit az AI először olvas, egyetlen index alatt:

- [x] Skill-fájlok
- [x] Szabályok
- [x] Döntések
- [x] Emberek
- [x] Eszközök
- [x] Számok

Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a 3. lépés skill-fájljai. Egy ügynök csak akkor tud helyetted válaszolni, ha megtalálja, amit tudsz.



Hogyan

1. Kezdd egy LLM Wiki szerkezettel. Nyiss egy Claude Cowork vagy Claude Code munkamenetet a közös Drive mappára, és kérd meg, hogy építsen belőle egy LLM Wikit: mappák, az élükön egy index.
2. Mindent mappákba rendez, az élükön egy indexszel. Az index egy tartalomjegyzék, amit az ügynök elolvas, mielőtt bárhol máshol keresne.
3. Olvastass el az AI-jal mindent, ami a vállalkozásnak már megvan:
   - A skill-fájlokat
   - Az 1. szakasz munkafolyamat-térképét és kiinduló állapotát
   - A 3. szakasz CRM-szabályait
   - A 4. szakasz csatornajegyzeteit
   - Szabályzatokat, árlistákat és korábbi ajánlatokat
   - A fontos emailjeidet

4. Adj neki legalább ezeket a részeket:
   - Index: egy oldal, ami megmondja, hol mi van.
   - Munkafolyamatok: a skill-fájlok, területenként.
   - Szabályok: mit csinál és mit nem csinál a vállalkozás, a 2. lépés kivételei és az 5. lépés korlátai.
   - Döntések: minden döntésed, ami precedenst teremt, dátummal, az okkal.
   - Emberek: ki melyik terület gazdája, kit kell kérdezni, ki mit hagy jóvá.
   - Eszközök: minden rendszer, mit csinál, kinek van hozzáférése.
   - Számok: honnan jön minden irányítópult-szám, és az 1. szakasz kiinduló állapota.
5. Tarts mindent sima szövegben. Minden modell jól olvassa a sima szöveget, és túléli az eszközváltást.
6. Állítsd be a szabályt, ami életben tartja: ha valami változik, még aznap bekerül, és az index frissül. A frissítést az ügynök csinálja, és jelezze, mi hiányzik, ahelyett, hogy tippelne.
7. Teszteld a kérdésekkel, amiket a munkatársaid a múlt héten feltettek neked. Minden válasznak meg kell neveznie az oldalt, ahonnan jött; egy rossz vagy forrás nélküli válasz egy hiányzó oldalt jelent.

> **A jó tudásbázis megválaszolja azokat a kérdéseket, amik régen megszakítottak, és megmondja, ha nem tudja.**

Eszközök

LLM Wiki	A szerkezet, az index és a frissítési rutin.
Claude Cowork vagy Claude Code	Mindent beolvas, és naprakészen tartja az indexet.
Google Drive	Egy közös példány a csapatnak és az ügynököknek.
GHL, HubSpot vagy más	Az értékesítési szabályok és az ügyfélelőzmények, amiket olvas.

Bemenet
Skill-fájlok, az 1–4. szakasz dokumentumai, szabályzatok és korábbi döntések

→

Kimenet
Egy indexelt, sima szöveges tudásbázis, amit emberek és ügynökök olvasnak először.

Kész, ha
A munkatársaid valódi kérdéseire egy megnevezett oldallal válaszol, és a frissítési szabály legalább egy valódi változásnál lefutott.

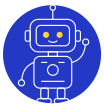
Gyakori hibák

- ✗ Fájlokat bedobni egy mappába index nélkül. A modell minden alkalommal végigtúrja a kupacot, és kitalál dolgokat.
- ✗ Egyszer megépíteni, és soha nem frissíteni. Egy elavult tudásbázis rosszabb, mint ha nem lenne, mert az ügynökök megbíznak benne.
- ✗ Kihagyni a döntéseket. A munkafolyamatok megmondják a hogyant; a döntések a miértet, és a miért az, ami lehetővé teszi, hogy valaki más hozza meg a következő döntést.

✕ Modellt váltani a tudásbázis javítása helyett. A jó memória és kontextus többet számít, mint hogy melyik modell olvassa.

◆ Példa

A vállalkozásoknál, amikkel dolgoztam, az esettanulmányaink minden száma egyetlen fájlból jön. Minden oldal abból olvas, és semmit nem gépelnek be újra, így ha egy szám változik, egy helyen változik.



„Kezdd el ezeket a modelleket egy könyvtáron belül használni.”

53 Állítsd fel a korlátokat

Lépés	53 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	73.

Leírt korlátok minden ügynöknek és minden embernek, akinek munkát adsz át:

- ☑ Mihez nyúlhatnak
- ☑ Mit dönthetnek el
- ☑ Mit kell feljebb küldeniük
- ☑ Egy emberi igen mindenre, ami kockázatos

◆ Miért most jön ez a lépés

A szabályok a tudásbázisban élnek, és a kivételek már az Átadási táblázaton vannak. A 7. lépés előtt kell jönnie, mert azoknak az ügynököknek, amik a távollétedben futnak, korlátok kellenek, mielőtt elindulnak.



◆ Hogyan

1. Írj össze minden rendszert, amihez egy ügynök vagy egy ember nyúlni fog:
   - CRM
   - Email
   - Telefonvonal
   - Naptár
   - Fizetések
   - Hirdetési fiókok
   - Ütemező szoftver
   - Ügyfélaktak
2. Mindegyikhez írj 3 sort: mit lehet olvasni, mit lehet megváltoztatni, és mihez kell előbb egy emberi igen.

3. Állítsd fel a házirendet, amit minden ügynök követ, amikor egyedül fut:
   - Olvasd a tudásbázist, és nevezd meg az oldalt; ne tippelj.
   - Javasolj változtatásokat; egy ember hagyja jóvá, mielőtt bármi megváltozna egy élő rendszerben.
   - Állj meg egy jóváhagyás vagy elutasítás lépésnél mindennél, ami a skill-fájlon kívül esik.
   - Naplózz minden valódi változtatást: mit, mikor, miért és melyik ügynök.
   - Soha ne költs pénzt. Csak kérdezz.
4. Adj minden ügynöknek saját belépést vagy kulcsot, csak azzal a hozzáféréssel, ami a munkájához kell. Egyetlen ügynök sem használja a te fő belépésedet.
5. Írd le az eszkalációs utat (ki hall egy problémáról, sorrendben). Írd le, milyen gyorsan kell válaszolniuk, és mi történik, ha senki nem válaszol; te vagy a lista utolsó neve, nem az első.
6. Szabályozott munkánál (jogi, egészségügyi) ezt csináld meg a szakaszban minden más előtt, és olvastasd el a megfelelőségi felelősöddel.
7. Mentsd el a szabályokat a tudásbázis Szabályok részébe, így minden ügynök elolvassa őket minden futás elején.

> **A jó korlátok mellett igent tudsz mondani az éjszaka futó ügynökökre anélkül, hogy ébren feküdnél miattuk.**

Eszközök

A tudásbázis	A Szabályok rész, amit minden ügynök olvas.
Claude Code	Beépíti a jóváhagyás vagy elutasítás lépést és a változásnaplót minden ügynökbe.
Google Workspace admin	Külön, korlátozott belépés minden ügynöknek és minden embernek.
GHL, HubSpot vagy más	Felhasználói beállítások, amik korlátozzák, mit érhet el az egyes belépés.
Jelszókezelő	Belépéseket ad át az embereknek anélkül, hogy a tiédet átadnád.

Bemenet
A tudásbázis és az Átadási táblázat kivételei

→

Kimenet
Egy Szabályok oldal hozzáférési korlátokkal, jóváhagyási lépésekkel, költési korlátokkal, naplózással és egy eszkalációs úttal.

Kész, ha
Minden rendszernek megvan a 3 sora, minden ügynöknek saját, korlátozott hozzáférése van, és egy tesztkivétel végigment az eszkalációs úton a megfelelő emberig.

Gyakori hibák

- ✗ A saját belépésedet adni az ügynököknek. Egy rossz művelet úgy néz ki, mintha te csináltad volna, és semmi nem korlátozza, mit érhet el.
- ✗ Akkor írni szabályokat, miután valami elromlott. Írd meg őket az első futás előtt, amit senki nem figyel.

- ✕ Magadat tenni minden kivétel első állomásává. Ez újraépíti azt a szűk keresztmetszetet, amit ez a szakasz eltávolít.
- ✕ Egy tiszta bemutatóban bízni. A napló mutatja a valódi rendszert, nem a bemutató.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, az irányítópult mögötti összes ügynök csak olvassa a CRM-et és a diszpécseradatokat. Semmi nem ír vissza a GHL-be előzetes kérdés nélkül.



„Döntsd el, mihez nyúlhat az ügynök, és mihez nem. Ha a biztosítékok megvannak, hagyhatod egy kicsit kalandozni az ügynököket."

54 Adj át munkát embereknek

5. fejezet: Szabadság, 6. lépés a 12-ből

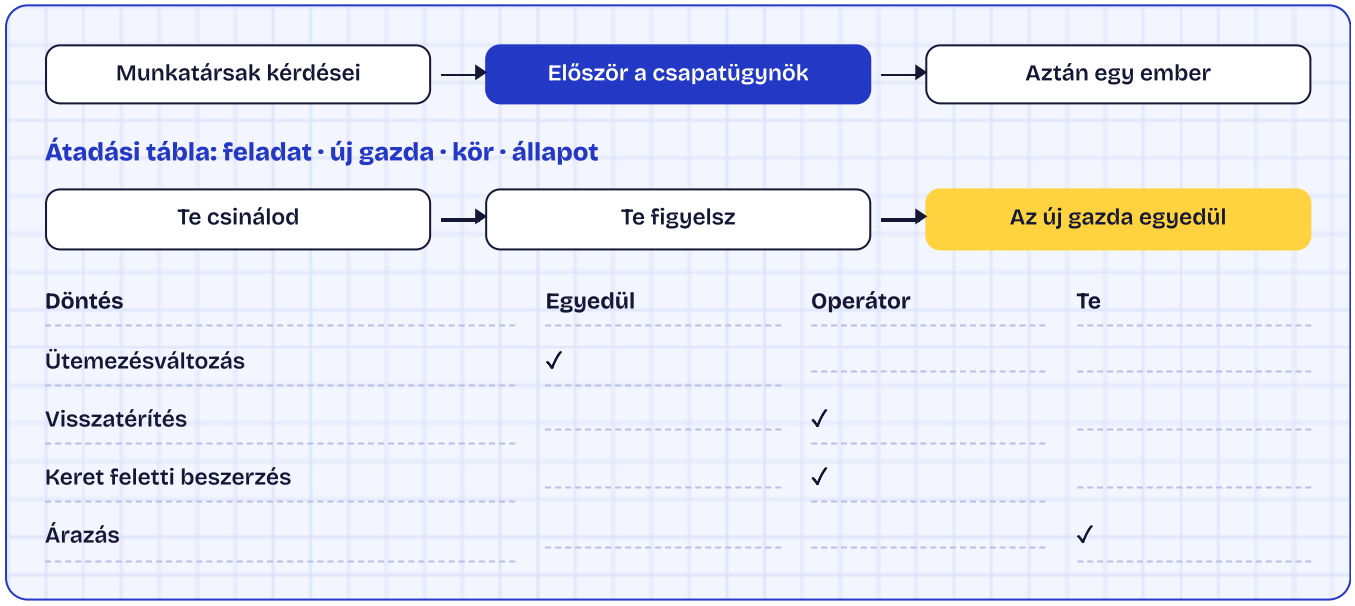
Lépés	54 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	74.

Minden Ember sornak van egy megnevezett gazdája, akinek megvan:

- ☑ A skill-fájl
- ☑ A jogköre, hogy a szabályokon belül döntsön
- ☑ Egy módja, hogy nélküled kapjon válaszokat

◆ Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a skill-fájlok, a tudásbázis és a korlátok. Az emberek az ügynökök előtt jönnek, így azok, akik az ügynökök munkáját ellenőrzik majd, már a saját területük gazdái.



◆ Hogyan

1. Válaszd ki az operátort: egy embert, aki a napi működést viszi, például egy ügyvezetőt vagy irodavezetőt. Az ő dolga a 9. lépés ritmusa, és minden kivétel alattad.
2. Adj minden Ember sornak megnevezett gazdát. Írd fel a nevet az Átadási táblázatra és a tudásbázis Emberek oldalára.
3. Minden feladatot körökben adj át:
   - Te csinálod, miközben az új gazda figyel, nyitott skill-fájllal.
   - Az új gazda csinálja, miközben te figyelsz.
   - Az új gazda egyedül csinálja, és beszámol.
4. Minden kör egy ismétlés. Akkor lépj tovább, ha az eredmény eléri a mércédet, nem akkor, amikor a naptár mondja.

5. Írd le minden területre a döntési jogköröket: mit dönt el egyedül az új gazda, mihez kell az operátor, és mihez kellesz még mindig te. Ez a tudásbázisba kerül, a korlátok mellé.
6. A kérdések először a tudásbázishoz menjenek. Állíts be egy csapatügynököt a Claude Coworkben, ami abból válaszol; a munkatársak előbb az ügynököt kérdezik, mint egy embert, és minden kérdés, amire nem tud válaszolni, új oldal lesz.
7. Kövesd az átadásokat egy táblán. Minden feladat egy kártya (feladat, új gazda, kör, állapot), és te a táblát nézed, nem az embereket.
8. Azokhoz a szerepekhez, amiknek nem kell helyben lenniük (ütemezés, adatbevitel, postafiók-válogatás, utánkövető hívások), használj virtuális asszisztenseket, ugyanazokból a skill-fájlokból dolgozva.

> **A jó átadás az, ahol az új gazda a mércének megfelelően végzi a feladatot, és te csak a heti átnézésen hallasz róla.**

Eszközök

Claude Cowork	A csapatügynök, ami a tudásbázisból válaszol, és ahol mindenki a saját skill-fájljait futtatja.
Notion	Az átadási tábla (feladat, gazda, kör, állapot).
Google Drive	A skill-fájlok, amikből minden új gazda dolgozik.
A tudásbázis	Az Emberek oldal megmondja, ki minek a gazdája, és ki mit dönt.

Bemenet
Az Átadási táblázat Ember sorai, a skill-fájlok és a Szabályok oldal

→

Kimenet
Megnevezett gazdák leírt döntési jogkörökkel, egy csapatügynök, ami elsőként válaszol, és egy átadási tábla.

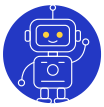
Kész, ha
Minden Ember sornak van gazdája, aki a feladatot egyedül, a mércének megfelelően elvégezte, minden területnek vannak leírt döntési jogkörei, és a csapatügynök megválaszolja a gyakori kérdéseket.

Gyakori hibák

- ✗ Átadni a feladatot, de a jogkört nem. Ha minden döntés visszajön hozzád, semmi nem mozdult.
- ✗ A fájl nélkül átadni. Az új gazda abból tanul, hogy téged kérdez, és a kérdezés odaköt.
- ✗ Mindent egyszerre ráönteni. Vezesd be fokozatosan, ahogy az AI is bekerült a csapatba a 2. szakaszban.
- ✗ Az első ismétlés alapján ítélni. Az első alkalom lassú; a későbbi ismétléseket ítéld meg.

◆ Példa

Egy étterem tulajdonosa az ügyvezetőt nevezi meg operátornak. A konyhai vezető a skill-fájlból viszi a rendelést, a vezető az ütemezést, a munkatársak pedig előbb a csapatügynököt kérdezik a receptekről és az allergénekről. A tulajdonos nem kap többé SMS-eket kedd este.



„A napi működés nagy részében, amit most csinálsz, nem kell benne lenned.”

55 Állítsd munkába az ügynököket, éjjel-nappal

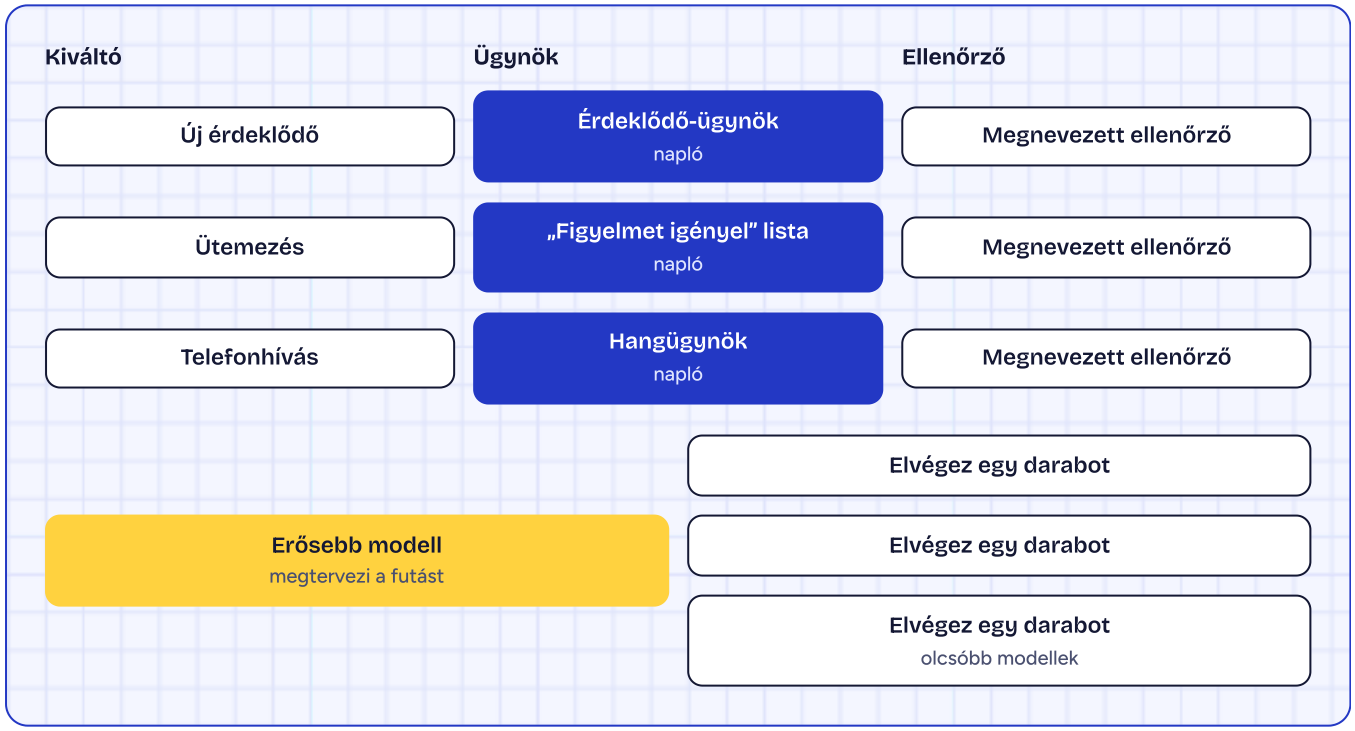
Lépés	55 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	75.

Minden Ügynök és Rendszer sor magától fut, éjjel-nappal. Mindegyiknek van:

- ☑ Egy kiváltója vagy egy ütemezése
- ☑ A korlátok, amiket olvas
- ☑ Egy naplósor minden futásnál
- ☑ Egy megnevezett ember, aki ellenőrzi

Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá a skill-fájlok, a tudásbázis, a korlátok és a 6. lépés emberei, akik ellenőrzik a munkát. A 8. lépés irányítópultja ezeket az ügynököket figyeli.



Hogyan

1. Csoportosítsd az Ügynök sorokat terület szerint, ugyanúgy, mint a skill-fájl mappákat. Területenként építs egy ügynököt, ne feladatonként: „Fogd a skill-fájlokat ebben a mappában, és építs egy ügynököt, ami mindet futtatja."

2. Döntsd el, hogyan indul az egyes ügynök:
   - Kiváltóra: egy új érdeklődő, egy űrlap, egy nem fogadott hívás vagy egy befejezett munka webhookot küld (egy üzenet, amit az egyik eszköz küld a másiknak), és az ügynök lefut.
   - Ütemezve: a reggeli előkészítés, az éjszakai ellenőrzés, a nap végi összefoglaló.
   - Hívásra: a hangügynök éjjel-nappal felveszi, és a már használt szoftveredbe foglal.
3. Az ütemezett ügynököket egy mindig bekapcsolt gépen futtasd. A Feladatütemező (Windows) vagy a launchd (Mac) elindítja a `claude -p`-t (a Claude, ahogy senki nem gépel bele) a saját Claude-csomagodon.
4. Minden eredményt oda küldj, ahol szükség van rá: a CRM-be, az irányítópultra, vagy emailben az operátornak.
5. Válaszd szét a gondolkodást a végrehajtástól. Egy erősebb modell (például a Fable) megtervezi a futást, és kiosztja a munkát; olcsóbb modellek (például az Opus vagy a Sonnet) elvégzik a darabokat.
6. Minden ügynök írjon egy naplósort minden futásnál: elindult, befejezte, mit csinált, mit hagyott ki, mit küldött feljebb. Egy napló nélkül hibázó feladat hetekig csendben hibázik.
7. Minden ügynök kimenetét irányítsd a 6. lépés egy emberéhez. Az ügynök megírja, az ember ellenőrzi; a mindig átmenő ellenőrzésekből szabály lesz, és az ember lesz a minőségellenőr mindenre.
8. A saját telefonos és ütemezési munkádat utoljára add át ügynököknek, amikor minden más már stabil.
9. Add hozzá az ügynököket a tudásbázis Emberek oldalához, így a munkatársak tudják, melyik kérdés melyik ügynökhöz megy.

> **A jó ügynöklista olyan lista, ahol minden ügynöknek van feladata, kiváltója, naplója, ellenőrzője és korlátai, amiket minden futásnál elolvas.**

◆ Eszközök

Claude Code	Megépíti az ügynököket a skill-fájlokból, és beköti a kiváltókat.
`claude -p` Feladatütemezővel (Windows) vagy launchd-vel (Mac)	Egy mindig bekapcsolt gépen futtatja az ütemezett ügynököket.
GHL, HubSpot vagy más	Elküldi a webhookokat új érdeklődőknél és szakaszváltásoknál, és fogadja az ügynökök munkáját.
n8n	Egyszerű automatizálás, amihez nem kell AI.
Egy hangügynök-platform	Éjjel-nappal felveszi a telefont, és foglal.
Google Maps API	Útvonaltervező ügynökök kocsikkal és sofőrökkel dolgozó vállalkozásoknak.
Firecrawl	Webes olvasás a kutatóügynököknek.

Bemenet

Skill-fájlok, a tudásbázis, a Szabályok oldal és a megnevezett ellenőrzők

→

Kimenet

Egy kiváltókra és ütemezésekre futó ügynöklista, mindegyik naplóval és emberi ellenőrzővel.

Kész, ha

Minden Ügynök és Rendszer sor élesben fut, minden ügynök minden futást naplóz, és minden ügynök kimenetének van megnevezett ellenőrzője.

Gyakori hibák

- ✕ Feladatonként egy ügynök. Tucatnyi apró ügynök, amit senki nem tud követni; csoportosítsd őket terület szerint.
- ✕ Nincs napló. Egy halott feladat minden képernyőn rendben lévőnek látszik, amíg valaki észre nem veszi, hogy az emailek leálltak.
- ✕ A legerősebb modellt használni mindenre. Elégeti a csomagod korlátait olyan munkán, amit egy olcsóbb modell ugyanolyan jól elvégez.
- ✕ Ügynököket futtatni az 5. lépés előtt. Egy korlátok nélküli, éjszaka futó ügynök nem olyan kockázat, amit érdemes vállalni.

Példa

Egy rendezvényhelyszínnek, akikkel dolgoztam, egy ütemezett feladat minden reggel 7-kor lefut, átnézi a CRM-et, és megír egy „Figyelmet igényel” táblázatot, problématípusonként egy füllel. A csapat ebből a táblázatból kezdi a napot, ahelyett, hogy a CRM-ben túrna.



„Kezdj el úgy gondolni az ügynökökre, mint akik 0–24-ben neked dolgoznak. Akkor kezded látni, mennyi mindent tudsz minden nap leadni.”

56

5. fejezet: Szabadság, 8. lépés a 12-ből

Építsd meg az irányítópultot

Lépés	56 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	78.

Egy képernyő, ami bárki megkérdezése nélkül megmondja, egészséges-e a vállalkozás:

- [x] Számok
- [x] Átadások
- [x] Ügynökök
- [x] Kivételek

Miért most jön ez a lépés

Kellenek hozzá az 1. szakasz számai, a 6. lépés átadási táblája és a 7. lépés ügynöknaplói. A 9. lépés ritmusa ennek a képernyőnek az olvasására épül.



Hogyan

1. Az 1. szakasz irányítópultjából indulj, és tartsd a számait a kiinduló állapot mellett:
   - Reakcióidő
   - Szakaszkonverzió
   - Szakaszban töltött idő
   - Megtérülés csatornánként
2. Adj hozzá egy Átadások panelt: minden átadott terület, a gazdája, és hogy a számai a vonalon belül vannak-e.
3. Adj hozzá egy Ügynökök panelt: minden ügynök, az utolsó futása, befejezte-e, és hány tételt küldött feljebb. Egy futás, ami nem történt meg, pirosan látszik.
4. Adj hozzá egy Kivételek panelt: minden, amit feljebb küldtek, és még nyitott, a legrégebbi elöl, azzal, hogy ki a gazdája.
5. Add hozzá a saját számodat, 2 órával: mennyi ideig tartott a munka, és mennyi ideig voltál benne te. A második az, amit ez a szakasz lefelé visz.

6. A riasztásokat vonalakra állítsd, ne mindenre. Csak akkor kapsz üzenetet, ha egy szám átlépi a vonalát, egy ügynök kihagy egy futást, vagy egy kivétel túl sokáig ül.
7. Ellenőrizd az ellenőrzőt. Mutasd az ügynökök és feladatok teljes listáját, soha ne levágottat, plusz azt, hogy maga az irányítópult mikor frissült utoljára.
8. Működjön telefonon. Leginkább az asztalodtól távol fogod olvasni.

A jó irányítópulton reggel egyszer ránézel, és tudod, kellesz-e ma.

Eszközök

Claude Code	Saját appként építi meg az irányítópultot a saját adataidon.
Cloudflare Pages	Egy privát címen hosztolja.
GHL, HubSpot vagy más	Az értékesítési számok.
Ütemezett `claude -p`	Megírja a közérthető összefoglalót a tetején.
Notion	Az átadási tábla az Átadások panel mögött.

Bemenet
Az 1. szakasz számai, az átadási tábla, az ügynöknaplók és a kivétellista

→

Kimenet
Egy irányítópult beállított vonalakra szóló riasztásokkal.

Kész, ha
Csak az irányítópultból meg tudod válaszolni, hogy „van-e ma valami baj”, minden ügynök mutatja az utolsó futását, és egy teszthiba pirosan látszik, és riasztást küld.

Gyakori hibák

- ✕ Egy irányítópult mindenről. Ha minden szám rajta van, egyiket sem olvasod.
- ✕ Riasztások mindenre. A telefonod egész nap rezeg, és egy másik ajtón visszakerülsz a napi működésbe.
- ✕ Levágott hibalista. Ha a képernyő csak néhányat mutat, a törött feladatok hosszú sora is néhánynak látszik.
- ✕ Megépíteni, mielőtt az átadások léteznének. Még nincs mit figyelni.

Példa

Egy használtautó-felvásárlónak egy irányítópultot építettünk, külön oldallal a Növekedésnek, az Értékesítésnek, a Bevételnek és a Működésnek. A reakcióidő a célja mellett látszik, az Értékesítés oldal előrejelzi a következő 7 nap elszállításait, és egy olyan szabályból, mint a „senki nem ül az Új érdeklődő szakaszban”, riasztás lett, nem egy szám, amit el kell menni elolvasni.



„Az időd az egyetlen dolog, amit nem tudsz skálázni. Nem tudsz belőle többet venni.”

57

5. fejezet: Szabadság, 9. lépés a 12-ből

Állítsd be a működési ritmust

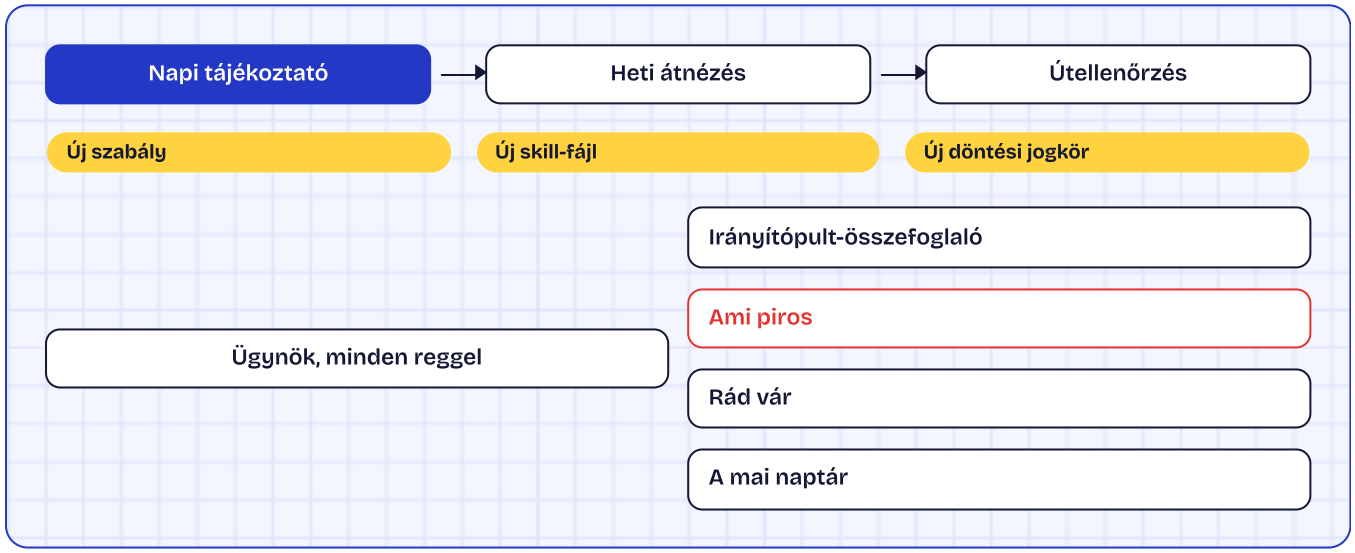
Lépés	57 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	79.

Egy rögzített ritmus, ami kiváltja, hogy egész nap ott legyél:

- ☑ Napi tájékoztató
- ☑ Heti átnézés
- ☑ Útellenőrzés egy hosszabb ciklusban

◆ Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá az irányítópult és a megnevezett gazdák. A 10. lépés távolléti tesztje alatt ez a ritmus az egyetlen kapcsolatod a vállalkozással.



◆ Hogyan

1. A Napi tájékoztató. Minden reggel egy ügynök küld neked egy emailt:
   - Az irányítópult összefoglalója közérthető nyelven
   - Ami piros
   - A rád váró kivételek (csak a Rövid lista tételei)
   - A mai naptár
2. A tájékoztatót a 12. lépés személyi asszisztensére építsd, vagy saját ütemezett feladatként. Elolvasod, megválaszolod, ami a tiéd, és végeztél.

3. A Heti átnézés. Egy rögzített megbeszélés az operátorral, ezzel a napirenddel:
   - A számok a kiinduló állapothoz mérve
   - Minden átadott terület, a vonalon belül vagy kívül
   - Minden kivétel, ami eljutott hozzád, és hogy miért
   - Mely ellenőrzésekből lehet szabály
   - Mely oldalak hiányoznak a tudásbázisból
4. Minden „miért jutott ez el hozzám” egy javítás lesz: egy új szabály, egy új skill-fájl vagy egy új döntési jogkör.
5. Tanítsd meg a csapatot a rendszer javítására. Aki egy ügynök munkáját ellenőrzi, az javítja a skill-fájlját is, amikor valamit elront, és a javítást elhozza az átnézésre.
6. Az Útellenőrzés. Egy hosszabb ciklusban nézd meg az egész vállalkozást az 1. szakasz kiinduló állapotához mérve, és hogy hová mentek a felszabadult órák. Itt térsz vissza a 11. lépéshez.
7. A saját munkádat folyamokként tervezd, ne teendőlistaként. A Rövid lista minden munkadarabja lépések lánca; az ügynökök futtatják a hosszú részeket, te pedig belépsz dönteni, ellenőrizni és újrairányítani.
8. Futtasd a telefonodról. A Claude app távvezérléssel bárhonnan megnyit bármelyik futó munkamenetet, és hanggal is válaszolhatsz.
9. Írd be a ritmust a tudásbázisba és a közös naptárba: ki vesz részt, mit olvasnak, és mit dönt el az egyes megbeszélés.

> **A jó ritmus azt jelenti, hogy tudod, mikor nyúlsz a vállalkozáshoz, és a csapat tudja, mikor érhet el.**

◆ Eszközök

Személyi asszisztens	Megírja és elküldi a napi tájékoztatót.
Google Naptár	Tartja a heti átnézést és az útellenőrzést.
Irányítópult	Amit a tájékoztató összefoglal, és az átnézés olvas.
Claude app távvezérléssel	A telefonodról futtatod és válaszolod meg a munkameneteket.
Notion	Az átnézés folyó javításlistája.

Bemenet

Az irányítópult, a kivétellista és a megnevezett gazdák

→

Kimenet

Egy napi tájékoztató, egy heti átnézés és egy útellenőrzés a naptárban, mindegyik leírt napirenddel.

Kész, ha

A tájékoztató egy teljes időszakon át minden reggel megérkezett, a heti átnézés lefutott a napirendjével, és minden átnézés legalább egy behúzásból javítást csinált.

◆ Gyakori hibák

- ✕ Megtartani a régi szokásokat az új ritmus mellett. Ha még mindig körbejárod a helyet, és minden SMS-re válaszolsz, a ritmus csak dekoráció.
- ✕ Egy átnézés javítások nélkül. Ha ugyanaz kétszer eljut hozzád, az átnézés nem végezte el a dolgát.
- ✕ Azt várni, hogy a munka könnyebb lesz. A pótcselekvés eltűnik, és ami marad, az egész nap ítélet: sokkal kevesebb gépelés, sokkal több gondolkodás.
- ✕ Teendőlistaként tervezni a napot. Az ügynökmunka visszaérkezése időbe telik; folyamokat tervezz, ne feladatokat.

◆ Példa

Egy használtautó-felvásárlónál, akivel dolgoztam, a Működés oldal egy kérdést tett fel: a sofőrök a korlát? Nem ők voltak; a korlát az volt, hogy egy új érdeklődőből lefoglalt elszállítás legyen, így az lett a javítandó dolog.



„Könnyebbé teszi az életedet, de a munkád sokkal nehezebb lesz. Sokkal több időt töltesz stratégiával."

58

5. fejezet: Szabadság, 10. lépés a 12-ből

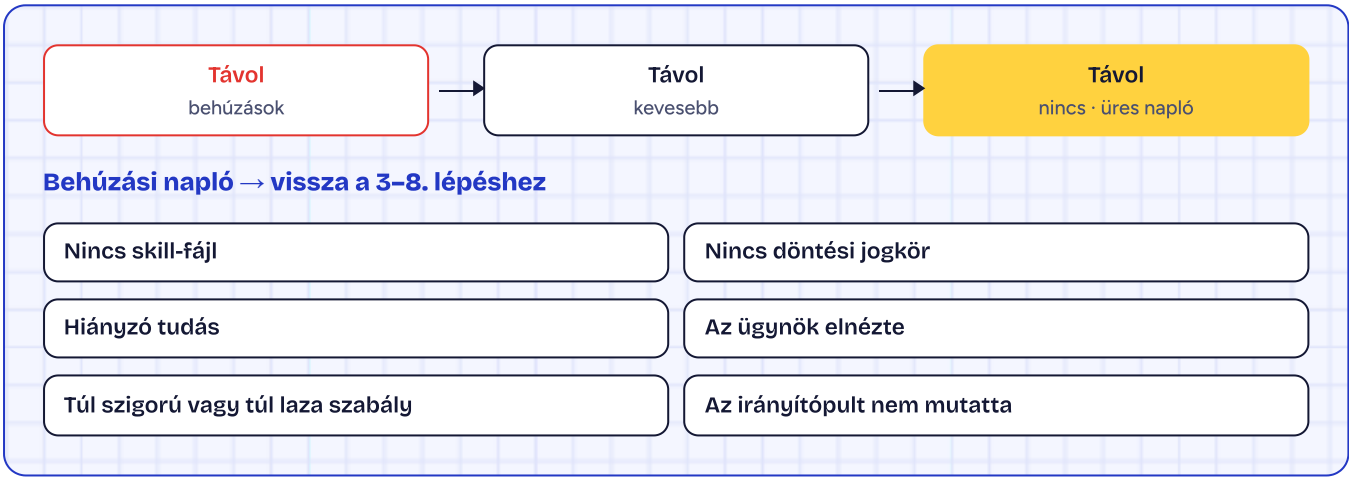
Futtasd le a távolléti tesztet

Lépés	58 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	80.

Bizonyíték, hogy a vállalkozás nélküled is működik: egy tervezett távollét, behúzás nélkül a ritmuson kívül.

Miért most jön ez a lépés

Kell hozzá minden, ami előtte jön. Ez az egyetlen őszinte teszt arra, hogy az átadások, az ügynökök, a korlátok, az irányítópult és a ritmus működnek-e.



Hogyan

1. Válaszd ki a dátumokat, és szólj a csapatnak. Mondd el, a ritmus mely részei maradnak (a tájékoztató, esetleg a heti átnézés telefonon), és hogy minden más az operátoron keresztül megy.
2. Zárd be a mellékajtókat. A munkatársak nem írnak neked közvetlenül, és a vonaladra érkező hívások a hangügynökhöz vagy az operátorhoz mennek.
3. Vezess Behúzási naplót. Minden alkalommal, amikor valami a ritmuson kívül eljut hozzád, kap egy sort: mi, ki, miért nem tudta más kezelni, és mennyi ideig tartott.
4. Csak a tájékoztatót olvasd, és csak a Rövid lista tételeire válaszolj.
5. Utána rendezd a Behúzási naplót. Minden sornak egy oka van:
   - Nincs skill-fájl → vissza a 3. lépéshez.
   - Hiányzó tudás → vissza a 4. lépéshez.
   - Túl szigorú vagy túl laza szabály → vissza az 5. lépéshez.
   - Nincs döntési jogkör → vissza a 6. lépéshez.
   - Egy ügynök elnézte → vissza a 7. lépéshez.
   - Az irányítópult nem mutatta → vissza a 8. lépéshez.
6. Javíts ki minden sort, aztán futtasd újra a tesztet, hosszabban. A naplónak minden alkalommal rövidebbnek kell lennie.

7 Nézd meg a számokat. Ha a reakcióidő, a konverzió vagy a megtartás csúszott, amíg távol voltál, a vállalkozás nem működött nélküled; csak gurult.

A jó távolléti teszt üres Behúzási naplóval és tartó számokkal ér véget.

Eszközök

Irányítópult	Megmutatja, tartottak-e a számok, amíg távol voltál.
A napi tájékoztató	Az egyetlen tervezett kapcsolatod.
Google Táblázat	A Behúzási napló.
A hangügynök	Elkapja a hívásokat, amik régen a telefonodra érkeztek.

Bemenet
A teljes rendszer (átadások, ügynökök, korlátok, irányítópult, ritmus)

→

Kimenet
Egy ok szerint rendezett Behúzási napló, a javítások visszaküldve a 3–8. lépéshez, és végül egy tiszta távollét.

Kész, ha
Egy teljes távollét behúzás nélkül telik el a ritmuson kívül, és az irányítópult számai tartottak a kiinduló állapothoz képest.

Gyakori hibák

- ✕ Mégis benézni. Egy pillantás a CRM-be „csak hogy lássam” egy délelőttnyi javítás lesz, és a teszt semmit nem bizonyít.
- ✕ Egy csendes héten tesztelni. Ha semmi nem ment rosszul, semmit nem teszteltél; válassz egy normál forgalmú hetet.
- ✕ Nem naplózni a behúzásokat. A napló nélkül ugyanazok a rések jönnek vissza legközelebb.
- ✕ A sikertelen tesztet annak bizonyítékaként kezelni, hogy nem működhet. A sikertelen teszt egy javításlista.

Példa

Egy esztétikai klinika tulajdonosa elmegy egy időre, és 3 behúzást naplóz: egy ügyfél név szerint a tulajdonost kérte, egy beszerzés a költési keret fölött volt, és egy ütemezési ütközés. Mindegyik kap egy javítást (egy forgatókönyvet, egy magasabb keretet operátori jóváhagyással, egy döntési jogkört), és a következő futásnál a napló üres.



„Munkafolyamatok, amik maguktól elvégződnek, anélkül, hogy a tulajdonos bármit csinálna.”

59

5. fejezet: Szabadság, 11. lépés a 12-ből

Válaszd ki az utadat

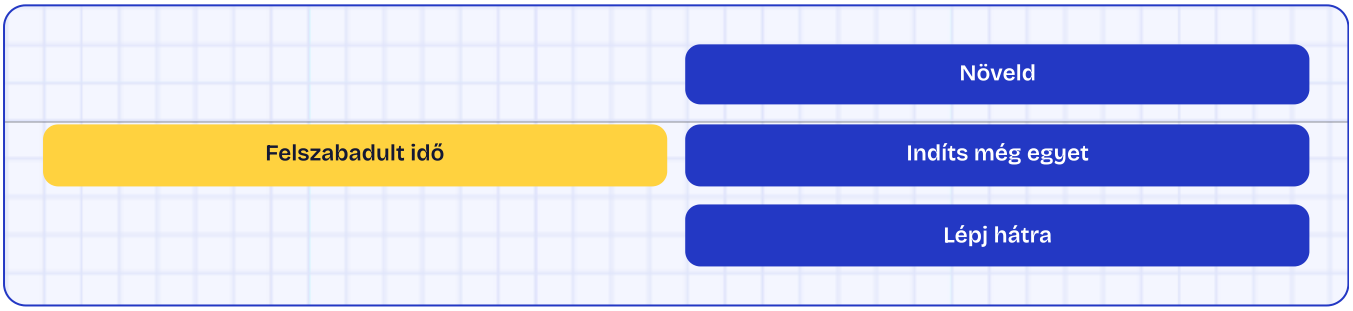
Lépés	59 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	81.

Egy leírt döntés arról, hová megy a felszabadult idő:

- ☑ Növeld ezt a vállalkozást
- ☑ Indíts még egy vállalkozást
- ☑ Lépj hátra

◆ Miért most jön ez a lépés

A távolléti teszt bebizonyította, hogy az idő tényleg szabad. A cél soha nem az volt, hogy otthagyd a vállalkozást; hanem hogy legyen választásod.



◆ Hogyan

1. Írd le, hová megy a felszabadult idő. Döntés nélkül visszatelik a napi működéssel.
2. Nézd meg a 3 utat:
   - Növeld. Tedd az időt a 4. szakasz karjaiba és a Rövid listádba: új csatornák, új szolgáltatások, nagyobb ügyfelek, a kapcsolatok, amiket csak te tudsz építeni.
   - Indíts még egy vállalkozást. A terv most már megismételhető módszer. Futtasd le az 1–5. szakaszt egy második vállalkozáson ugyanazokkal a skill-fájlokkal, tudásbázissal és ritmussal.
   - Lépj hátra. Vedd vissza az idődet: család, egészség, hit, az élet a vállalkozáson kívül. A ritmus marad, és minden más el van intézve.
3. Ezek nem örökre szólnak, és keverheted őket. Válassz egyet most, írd le dátummal, és nézd meg újra az útellenőrzésnél.
4. Védd meg a választást. Bármelyik út is legyen, a Rövid lista a tiéd marad, és a ritmus rögzített marad, így a növekedési munka nem húz vissza csendben a működésbe.
5. Tedd a tudásbázis Döntések oldalára, így az operátor és a csapat tudja, mire való az időd.

> **A jó útdöntés egy sor, amit egy év múlva elolvasol, és meg tudod mondani, megvalósult-e.**

◆ Eszközök

A tudásbázis	A Döntések oldal, ahol a választás leírva és dátumozva van.
Irányítópult	Megmutatja, tart-e a vállalkozás, miközben növekszel vagy hátralépsz.
Google Naptár	Foglald le a felszabadult időt az utadnak, mielőtt bármi más elvenné.

Bemenet

Egy sikeres távolléti teszt és a felszabadult időd

→

Kimenet

Egy leírt, dátumozott útdöntés, és köré átépített naptár.

Kész, ha

Az út le van írva dátummal, a naptárad mutatja, hogy a felszabadult idő oda megy, és az irányítópult mutatja, hogy a vállalkozás tart.

Gyakori hibák

- ✕ Nem választani. A terv nélküli felszabadult idő visszatelik.
- ✕ Azt hinni, a szabadság eladást jelent. A lényeg a választás; a vállalkozás futhat és nőhet tovább.
- ✕ Új vállalkozást indítani, mielőtt ez átmenne a távolléti teszten. 2 vállalkozás, aminek mindkettőnek kellesz, a régi probléma duplán.
- ✕ Úgy növekedni, hogy visszalépsz a működésbe. A növekedési munka a Rövid listára tartozik, nem a recepcióra.

Példa

Először egy használtautó-felvásárlónak építettük meg az irányítópultot, aztán ugyanazokat az oldalakat újrahasznosítottuk egy fuvarozó cégnél és egy élelmiszeres vállalkozásnál. Minden új vállalkozás az első sablonjából indult a nulla helyett, és így néz ki az Indíts még egyet, amikor a módszer le van írva.



„Most szabadon választhatsz: növeld, indíts még egy vállalkozást, vagy lépj hátra, és vedd vissza az idődet."

60 Használd az eszközöket a saját életedre

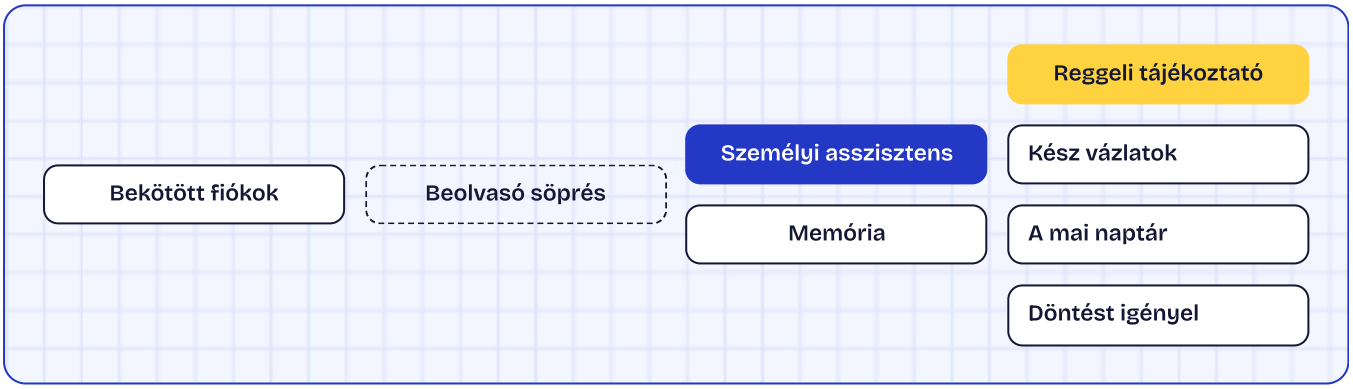
Lépés	60 / 60
Fejezet	5 / 5
Nap	82.

A saját rendszered, ugyanazon a mintán futva, mint a vállalkozás:

- ☑ Egy személyi asszisztens
- ☑ Egy memória
- ☑ Egy reggeli tájékoztató

◆ Miért most jön ez a lépés

Mostanra megvan az időd és a szokásaid. Ugyanaz a minta (kösd be az eszközöket, olvasd el az előzményeket, írj skill-fájlokat, állíts szabályokat, futtasd ütemezve) most az életeden is működik.



◆ Hogyan

1. Építsd meg a személyi asszisztenst. Nyisd meg a Claude Code-ot egy terminálban, egy üres mappában, és kérd meg, hogy építsen neked személyi asszisztenst, és vezessen végig a beállításon, egyszerre egy kérdéssel. Claude Code kell hozzá, mert a gépeden, ütemezve fut.
2. Kösd be a fiókjaidat. Kezdd az emaillel és a naptárral. A Slack, a CRM-ed (csak olvasásra) és egy kézzel vezetett táblázat opcionális kiegészítők. A LinkedInt hagyd ki: az automatizálása kockáztatja a fiókodat.
3. Hagyd, hogy elolvassa az előzményeidet. Elolvassa, amit már elküldtél, így megtanulja, hogyan írsz egy ügyfélnek, egy partnernek, egy beszállítónak és a családodnak.
4. Állítsd be a szabályait. Akkor ír vázlatot, amikor kéred, és te küldöd el. Soha nem küld, nem foglal és nem fizet egy igen nélkül, amíg te úgy nem döntesz, hogy lazítasz egy szabályon.
5. Adj neki memóriát. Építtess egy saját LLM Wikit (mappák és egy index az élen) a saját jegyzeteidből, döntéseidből és projektjeidből. Tartsd külön a vállalkozás tudásbázisától, és többé nem kell minden munkamenetben újra elmagyaráznod az életedet.
6. Kapcsold be a reggeli tájékoztatót. Egy tájékoztató minden reggel: az emailek, amikhez te kellesz, a mai naptár, és bármi, ami döntést igényel. Kérj választ bármelyikre, és megírja a vázlatát a te hangodon. Lehet ugyanaz a tájékoztató, mint a 9. lépésben, az üzleti és a személyes egy emailben.

7. Adj hozzá egy napi összefoglalót (opcionális). Egy ütemezett feladat a Firecrawllal elolvassa a forrásokat, amiket követsz, a `claude -p`-vel rövid összefoglalót ír, és elküldi emailben, vagy hanganyagként az autóútra.

8. Adj hozzá skill-fájlokat az élet adminisztrációjához. Ugyanaz a módszer, mint a 3. lépésben: utazás, családi ütemezés, időpontok, számlák. Csináld meg egyszer az asszisztenssel, aztán mondd: „készíts erről egy skill-fájlt."

> **A jó személyes rendszer azt jelenti, hogy egy tájékoztatóra ébredsz, a naptárad már rendezett, és abban a pillanatban kapsz egy vázlatot a hangodon, amikor kérsz egyet.**

◆ Eszközök

Személyi asszisztens	Az asszisztens, vázlatok a hangodon, amikor kéred, és a reggeli tájékoztató.
LLM Wiki	A személyes memóriád.
Claude Code, terminálban	Ahol az asszisztens fut.
Gmail és Google Naptár	A bekötött fiókok.
Firecrawl és ütemezett `claude -p`	A napi összefoglaló.
Egy szövegfelolvasó eszköz	Hanganyaggá alakítja az összefoglalót.

Bemenet
A felszabadult időd, a bekötött fiókok és az üzenetelőzmények

→

Kimenet
Egy személyi asszisztens, ami a hangodon ír vázlatot, amikor kéred, egy személyes memória és egy reggeli tájékoztató.

Kész, ha
A reggeled a tájékoztatóval kezdődik, az asszisztens a hangodon ír választ, amikor kérsz egyet, és a saját memóriájából válaszol ahelyett, hogy kérdezne.

◆ Gyakori hibák

- ✗ Kihagyni az előzmények beolvasását. Az asszisztens időt spórol, de nem úgy szól, mint te, így semmit nem küldesz el.
- ✗ Az első napon hagyni, hogy küldjön. Előbb vázlatok; egyszerre egy szabályon lazíts.
- ✗ A személyes memóriádat a vállalkozás tudásbázisába keverni. Tartsd külön őket; a csapatnak nincs szüksége az életedre.
- ✗ Valami csilivillivel kezdeni. A személyi asszisztens az első építés, és minden más utána jön.

◆ Példa

Egy ügyvédi iroda tulajdonosa egy vasárnap beállítja az asszisztenst. A hétfői tájékoztató felsorolja a válaszra váró ügyfél-emaileket, egy családi naptárütközést és a nap tárgyalásait. A tulajdonos vázlatot kér a 3 fontosra, szerkeszti őket, és elküldi, mielőtt elindul otthonról.



„Először a személyi asszisztenst építsd meg. Ez az első számú dolog, amit bárkinek mondanék, amit AI-jal csináljon, akár személyesen, akár a munkában."

Az eszközök.

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
Claude Cowork	Beolvassa a fiókjaidat az átvizsgáláshoz, futtatja a munkafolyamatokat, skill-fájlokat ír, tartja a csapatügynököt	1 2 3 4 6
Claude Code	Megépíti az ügynököket, az ütemezéseket és az irányítópultot; futtatja a személyi asszisztenst	4 5 7 8 12
Claude app távvezérléssel	Megnyitja és megválaszolja a futó munkameneteket a telefonodról	9
`claude -p`	Ütemezetten futtatja az ügynököket és az összefoglalókat, gépelés nélkül	7 8 12
Feladatütemező (Windows) vagy launchd (Mac)	Elindítja az ütemezett ügynököket egy mindig bekapcsolt gépen	7 8
Fable, Opus, Sonnet	Egy modell tervez; olcsóbb modellek végzik a darabokat	7
Google Drive	Skill-fájlok és a tudásbázis	3 4 6 12
Google Táblázat	Tulajdonosi feladatleltár, Átadási táblázat, Behúzási napló	1 2 10
Gmail és Google Naptár	A valódi tevékenységed, a tájékoztató, a ritmus	1 9 11 12
LLM Wiki	Tudásbázis a vállalkozásnak, memória neked	4 12
Személyi asszisztens	Az asszisztensed és a reggeli tájékoztató	9 12
Wispr Flow	Beszéd gépelés helyett	1 3
Hangjegyzetek	A megszakítási napló a telefonodba mondva	1
GHL, HubSpot vagy más	CRM	4 5 7 8
n8n	Automatizálás	7
Notion	Átadási tábla és a javításlista	6 8 9
Cloudflare Pages	Hosztolja az irányítópultot	8
Google Maps API	Útvonaltervező ügynökök kocsiknak és sofőröknek	7
Firecrawl	Webes olvasás a kutatóügynököknek és a napi összefoglalóhoz, havi 20 $	7 12
Google Workspace admin	Külön, korlátozott belépés ügynökönként és emberenként	5
Hangügynök-platform	Éjjel-nappal felveszi a telefont, és foglal	7 10

Eszköz	Mit csinál ebben a szakaszban	Lépések
Jelszókezelő	Belépéseket ad át az embereknek anélkül, hogy a tiédet átadnád	5
Szövegfelolvasó eszköz	Hanganyaggá alakítja a napi összefoglalót	12

Mielőtt továbblépsz

A kapu.

Ez az utolsó szakasz. A kapu az, aminek igaznak kell lennie, mielőtt a vállalkozást késznek nevezed.

- [ ] Az 1–4. szakasz átment a saját kapuján, és még mindig tart.
- [ ] A Tulajdonosi feladatleltár létezik, és egyetértesz, hogy teljes.
- [ ] A Rövid listád elfér egy oldalon.
- [ ] Minden feladatnak, ami nincs a Rövid listán, egy otthona és egy kivétele van.
- [ ] Minden átadott feladatnak van skill-fájlja a közös Drive-on.
- [ ] A tudásbázisnak van indexe, egy megnevezett oldallal válaszol a munkatársak kérdéseire, és frissül, amikor valami változik.
- [ ] Minden ügynöknek és embernek vannak leírt korlátai, saját belépése és egy eszkalációs útja, rajta te utolsóként.
- [ ] Egyetlen ügynök sem költhet pénzt emberi igen nélkül.
- [ ] Minden ügynök minden futást naplóz, és egy kimaradt futás pirosan látszik az irányítópulton.
- [ ] Az irányítópult magától megválaszolja, hogy „van-e ma valami baj”.
- [ ] A napi tájékoztató és a heti átnézés ütemezetten fut.
- [ ] Egy teljes távollét átment üres Behúzási naplóval és tartó számokkal.
- [ ] Az utad (növeld, indíts még egyet, lépj hátra) le van írva és dátumozva.
- [ ] A saját személyi asszisztensed, memóriád és reggeli tájékoztatód fut.

A fejezet vége

Így néz ki a kész.

- A vállalkozás nélküled is működik, és a számok tartanak az 1. szakasz kiinduló állapotához képest, amíg távol vagy.
- A tájékoztatón, a heti átnézésen és a Rövid listádon keresztül nyúlsz a vállalkozáshoz, sehol máshol.
- Minden feladatnak van megnevezett gazdája (egy ember, egy ügynök vagy egy rendszer), fájllal, korláttal és naplóval.
- A csapatod és az ügynökeid minden héten javítják a rendszert.

- Az időd oda megy, ahová eldöntötted: ennek a vállalkozásnak a növelésére, egy másik felépítésére, vagy egy életre a vállalkozáson kívül.