

KIHÍVÁS

Ösztönös vállalkozásból tudatos siker



Mihalik Gyöngyvér

MUNKAFÜZET

Ez a munkafüzet segít rendszerezni a gondolataidat és felépíteni azokat az alapokat, amelyekre egy stabil és sikeres vállalkozást építhetsz. A gyakorlatokat és áttekintő részeket ugyanúgy végig csinálhatod, ha jelen vagy az élő eseményen, de akkor is, ha később egyedül töltöd ki.

Miért érdemes végigcsinálni a teljes 4 napot?

A kihívás négy napja egy olyan átfogó útmutatót nyújt számodra, amely lépésről lépésre segít megerősíteni a vállalkozásod alapjait, és felkészít a következő szint elérésére. Nemcsak a vállalkozásod fejlődését támogatja, hanem a személyes fejlődésedet is, hiszen az önbizalom, a célkitűzés, a tervezés, a marketing és a megvalósítás egyaránt kulcsszerepet kap.

Milyen témákkal foglalkozunk?

1. Az erős alapok kiépítése (1. nap):

- A leggyakoribb hibák elkerülése.
- Az önbizalom és a vállalkozói mindset fejlesztése.
- A célkitűzés alapjai és gyakorlati lépései.
- Pénzügyi tervezés.

2. Időgazdálkodás és tervezés (2. nap):

- Hogyan kezelheted a napi káoszt?
- Gyakorlatias tervezési technikák, amelyekkel több eredményt érhetsz el.
- Az egyensúly megteremtése a munka és a magánélet között.

3. Az ideális ügyfelek bevonása (3. nap):

- Pontosan meghatározzuk, kinek tudsz a legnagyobb értéket nyújtani.
- Marketing tippek, amelyekkel nem kell többé vadásznod az ügyfelekre.
- Tartalomstratégia alapok a vállalkozásodra szabva.

4. Akcióterv a szintlépéshez (4. nap):

- Konkrét, lépésről lépésre követhető akciótervet dolgozunk ki.
- Mérföldköveket határozunk meg.
- Extra inspiráció és motiváció a továbblépéshez.

Miért fontos minden feladatot elvégezni?

A munkafüzet feladatai arra lettek tervezve, hogy gyakorlati lépésekkel segítsenek megszilárdítani az elméleti alapokat. Ezek a feladatok nemcsak arra adnak lehetőséget, hogy felismerd a vállalkozásod erősségeit és fejlesztendő területeit, hanem arra is, hogy azonnal cselekedj. Ha minden feladatot megcsinálsz, biztos lehetsz benne, hogy stabil alapokra építesz, és magabiztosan haladsz előre a céljaid felé.

Készen állsz arra, hogy a következő szintre emeld a vállalkozásodat? Kezdjük el az első napot!

I. NAP

Bevezetés

Miért fontos az alapok újragondolása?

Az alapok szerepe a vállalkozásban

Egy vállalkozás alapjai olyanok, mint egy ház alapjai. Ha az alapok instabilak, az egész szerkezet összeomolhat. Gondolj csak arra, hogy egy ház mennyire függ attól, hogy szilárd talajon álljon. Ugyanez igaz a vállalkozásokra is: az erős alapok nélkül a növekedés veszélybe kerülhet.

Az ösztönös vállalkozás korlátai

Sok kezdő vállalkozó ösztönből indul el: gyors döntéseket hoz, kevés tervezéssel. Ez rövid távon működhet, de hosszú távon problémákhoz vezethet, például:

- Nem egyértelmű célok.
- Szétszórtság a tevékenységek között.
- Fenntarthatatlan növekedés.

Mit jelent újragondolni az alapokat?

Újragondolni az alapokat azt jelenti, hogy tudatosan építjük fel azokat a kulcsfontosságú elemeket, amelyek stabil növekedést biztosítanak. Ezek az elemek közé tartozik:

- A célok világos meghatározása.
- A pénzügyi tervezés.
- Az önbizalom és vállalkozói mindset kialakítása.
- Az időgazdálkodás és hatékonyság fejlesztése.
- Rendszerek és automatizáció kiépítése.
- Marketing és értékesítés.
- Piackutatás és ügyfélismeret.
- Jog és adminisztráció.
- A megvalósítás gyakorlati lépései.

Ezek közül a témák közül a legtöbbel fogunk foglalkozni a kihívás alatt. A jogi és adminisztráció területére javaslok kérj fel egy könyvelőt, aki tud segíteni neked.

Miért most?

Az év eleje a tökéletes időszak arra, hogy új célokat tűzz ki, stratégiát készíts, és átgondold, hogyan tudsz jobb alapokat teremteni a vállalkozásod számára. Ez az időszak inspirációt ad a változtatásokra és a fejlődésre.

A leggyakoribb hibák és elkerülésük

Minden vállalkozó követ el hibákat, különösen a kezdeti időszakban. Ezek a hibák természetes részei a tanulási folyamatnak, de ha felismered őket, könnyebben kerülheted el, hogy ugyanabba a csapdába ess. Az alábbiakban láthatod a leggyakoribb hibákat, konkrét példákkal, később megoldási javaslatokkal segítek, hogy tanulj belőlük.

1. Hiba: Nincs világos cél vagy irány

- **Miért hiba?** Sokan csak általános vágyakat fogalmaznak meg („Pénzt akarok keresni”), de ezek nem konkrét célok. A világos célok hiánya miatt nehéz fókuszált döntéseket hozni.
- **Példa:** Egy webshop tulajdonosa nem határozza meg, hogy pontosan milyen célcsoportot szeretne kiszolgálni, így nem tudja, hogyan pozicionálja termékeit.

2. Hiba: Túl sok projekt egyszerre

- **Miért hiba?** Az energiák szétforgácsolása csökkenti a hatékonyságot és megnehezíti, hogy bármelyik projektben kiemelkedő eredményeket érh el.
- **Példa:** Egy vállalkozás egyszerre próbál új terméket bevezetni, egy meglévőt fejleszteni, és egy harmadik piacra belépni, ami túl sok erőforrást emészt fel.

3. Hiba: Az ügyfélcsoport ismeretének hiánya

- **Miért hiba?** Ha nem tudod pontosan, kinek és milyen problémára kínálsz megoldást, akkor nem tudsz hatékonyan kommunikálni vagy ügyfeleket szerezni.
- **Példa:** Egy egészséges ételeket árusító vállalkozó nem veszi figyelembe, hogy a célcsoportja (pl. fiatal egyetemisták) érzékenyek, ezért túl drágán árazza be a termékeit.

4. Azonnali siker elvárása

- **Miért hiba?** Sok vállalkozó azt gondolja, hogy a siker azonnal bekövetkezik, de a valóságban a vállalkozásépítés hosszú távú elköteleződést és folyamatos munkát igényel.
- **Példa:** Egy tanácsadó a szolgáltatásai hirdetése után azonnal ügyfeleket vár, és csalódik, amikor néhány hét alatt nincs eredmény.

5. Pénzügyi tervezés hiánya

- **Miért hiba?** A költségek és bevételek áttekintése nélkül könnyen kifuthatsz a keretedből, vagy nem látod, hogy melyik terület nyereséges.
- **Példa:** Egy webshop tulajdonosa sok pénzt költ hirdetésekre, de nem követi, hogy ezek ténylegesen hány ügyfelet hoznak.

6. Nem kérnek segítséget

- **Miért hiba?** Egyedül próbálkozni mindenben nemcsak időigényes, hanem hatékonysági problémákhoz is vezethet. Egy szakértő vagy mentor segítsége gyakran gyorsabb eredményeket hoz.
- **Példa:** Egy kezdő vállalkozó saját maga próbálja megtervezni a weboldalát, ami nem elég profi, és ügyfeleket veszít emiatt.

7. Nem megfelelő marketingstratégia

- **Miért hiba?** Ha nem a megfelelő csatornákon vagy módon kommunikálsz a célcsoportoddal, az ügyfélszerzés nehézkessé válik.
- **Példa:** Egy vállalkozás kizárólag Facebook-hirdetésekre támaszkodik, miközben a célcsoportja inkább LinkedIn-t használ.

8. Hiba: Önbizalomhiány és félelem a kudarctól

- **Miért hiba?** Az önbizalomhiány megakadályozhat abban, hogy kihasználj fontos lehetőségeket, míg a kudarctól való félelem gátolhat a cselekvésben.
- **Példa:** Egy vállalkozó nem indítja el időben a termékét, mert fél, hogy nem lesz rá kereslet.

Ezek a hibák természetesek, különösen kezdő vállalkozóként, de a felismerésük és a tanulságok levonása segít abban, hogy elkerüld őket a jövőben. Dolgozz tudatosan a gyengeségeiden, és építsd fel az alapokat, amelyek stabil növekedést biztosítanak! 😊

A fentiek közül melyik igaz rád?

Válassz ki egy hibát a listáról ami szerinted jellemző rád.
Írd le, hogy hogyan hat ez a vállalkozásodra.

A felismerés az első lépés a változás felé.

Önbizalom és vállalkozói mindset

Az önbizalom az a belső erő, amely segít meghozni a fontos döntéseket és kezelni a kihívásokat. Ez nem velünk született tulajdonság, hanem fejleszthető készség. Az önbizalomhiány azonban akadályozhatja a növekedést és azt, hogy teljes mértékben kihasználd a lehetőségeidet.

Hogyan hat az önbizalom a vállalkozásodra?

- Segít, hogy bátran meghozd a nehéz döntéseket.
- Növeli az ügyfelek bizalmát, hiszen a magabiztos vállalkozó meggyőzőbben kommunikál és hatékonyabban épít kapcsolatokat.
- Támogat a kudarcokból való tanulásban.

Hogyan fejleszthető az önbizalom?

1. Kezdj kisebb lépésekkel:

Kérdezd meg magadtól: Mi az az egy apró lépés, amit ma megtehetek a célom felé?

*Írj le három könnyen elérhető célt, amelyeket a következő héten meg tudsz valósítani.
Például: küldj el három e-mailt potenciális ügyfeleknek, vagy frissítsd az egyik közösségi média profilodat.*

2. Tanulj a hibákból:

Tekints minden hibát tanulási lehetőségnek, és ne kudarcnak. Készíts egy „tanulság-listát” a korábbi hibáidról.

*Gondolj egy közelmúltbeli hibádra, és írd le, milyen tanulságokat vontál le belőle.
Hogyan fogod ezt a jövőben elkerülni, vagy hasznosítani?*

3. Ünnepeled a sikereket:

Állíts fel apró, elérhető célokat, és ünnepeled meg, ha sikerült őket teljesíteni.

Gondold végig az elmúlt hónapot és írd le, hogy milyen sikereid voltak. Mit tettél ezek eléréséért? Hogyan ünnepeled meg őket?

4. Környezeted ereje:

Keress támogató közösséget, ahol megoszthatod a kérdéseidet és félelmeidet. Várunk például szeretettel a Női Vállalkozók Napján, ha szeretnél hasonló vállalkozó nőkkel kapcsolódni.

Készíts egy listát három olyan emberről vagy közösségről, akik támogatnak téged, és gondold át, hogyan tudnál még több segítséget vagy inspirációt kérni tőlük.

Írj le három olyan dolgot, amiben jó vagy, és ami előnyt jelenthet a vállalkozásodban.

Gondolj vissza egy olyan helyzetre, ahol sikerült legyőznöd egy akadályt. Mi segített ebben?

Jövőkép gyakorlat

Képzeld el, hogy egy év múlva sikeres vállalkozó vagy. Hogyan néz ki az életed? Milyennek látod magadat? Milyen mindsettel rendelkezel? Írd le három mondatban.

Célkitűzés

A célok olyanok, mint a térkép az utazáshoz. Ha tudod, hova szeretnél eljutni, könnyebben tervezel és találsz oda.

A célok világos meghatározása irányt és fókuszot ad a vállalkozásodnak. Nélkülük könnyen elveszhetsz a napi teendők között, és nehezen mérheted a haladást. A megfelelő célkitűzés segít:

- Egyértelművé tenni, mit szeretnél elérni.
- Prioritásokat felállítani.
- Motivációt nyújtani a mindennapi munkához.
- Segít meghezni a mindennapi és nehezebb döntéseket is.

A jó célkitűzés alapelvei

SMART módszer

S – Specifikus: Pontosan fogalmazd meg, mit szeretnél elérni.

- Példa: "Több ügyfelet szeretnék" helyett "Havonta 5 új ügyfelet szeretnék szerezni."

M – Mérhető: Hogyan fogod mérni, hogy sikerült?

- Példa: "Havonta 5 új ügyfél," nem pedig csak "növekedés."

A – Elérhető (Achievable): Legyen reális a célod, figyelembe véve a jelenlegi helyzetedet.

- Példa: Ha eddig havonta 1 ügyfeled volt, ne tűzz ki célnak 50-et.

R – Releváns: Kapcsolódjon a hosszú távú céljaidhoz.

- Példa: Az új ügyfelek száma akkor releváns, ha ez segíti az üzleted növekedését.

T – Időhöz kötött: Határozd meg, mikorra szeretnéd elérni.

- Példa: "Havonta 5 új ügyfél szerzése júliusig."

Hosszú távú célok megfogalmazása:

Gondolj arra, hol szeretnéd látni a vállalkozásodat és magadat 3-5 év múlva. Próbáld ezt egy történetként leírni, például végig vezetni egy átlagos napodon keresztül.

Segítő kérdések:

- *Mekkora bevételt termel a vállalkozásod évente? Mit jelent ez számodra anyagilag és szakmailag?*
- *Hány ügyféllel dolgozol, és milyen visszajelzéseket kapsz tőlük?*
- *Milyen szolgáltatásokat vagy termékeket kínálsz, amelyek a legnépszerűbbek az ügyfeleid körében?*
- *Hogyan működik a csapatod? Hány emberrel dolgozol együtt, és milyen feladatokért felelnek?*
- *Hol dolgozol? Van saját irodád, coworking helyed, vagy távolról irányítod a vállalkozásodat?*
- *Milyen rendszerek vagy automatizációk könnyítik meg a napi működést?*
- *Mely piacokon vagy jelen? Lokálisan, országosan, esetleg nemzetközileg?*
- *Hogyan találják meg az ügyfeleid a vállalkozásodat? Mely marketingcsatornák működnek a leghatékonyabban?*
- *Miért választanak téged a versenytársaid helyett? Mi teszi egyedivé a márkádat?*
- *Milyen új készségeket sajátítottál el, amelyek hozzájárultak a vállalkozásod sikeréhez?*
- *Hogyan néz ki az időbeosztásod? Hány órát dolgozol egy átlagos héten, és milyen tevékenységekre fordítod az idődet?*
- *Hogyan őrzöd meg az egyensúlyt a munka és a magánélet között?*
- *Hogyan teszed jobbá az ügyfeleid életét? Milyen problémáikat oldod meg, és milyen érzésekkel távoznak tőled?*
- *Milyen véleményeket írnak rólad és a szolgáltatásaidról?*
- *Mi az, amiért az ügyfeleid a leginkább hálásak neked?*
- *Mit jelent számodra a siker? Hogyan méred a vállalkozásod eredményességét?*
- *Milyen érzés, amikor elérsz egy fontos mérföldkövet? Hogyan ünnepled meg ezeket a sikereket?*
- *Hogyan biztosítod, hogy a vállalkozásod továbbra is fenntartható és sikeres maradjon?*

Rövid távú célok megfogalmazása:

Írd le az év végéig elérni kívánt három legfontosabb célodat.

Határozd meg, milyen lépéseket kell megtenned ezek érdekében a következő hónapokban.

Készíts egy idővonalat, amelyen feltünteted a céljaid eléréséhez vezető fő mérföldköveket.

Segítő kérdések:

- *Mennyi bevételt szeretnél elérni az év végéig? Hogyan oszlik meg ez havonta?*
- *Hány új ügyfelet szeretnél szerezni, és milyen módon tervezed őket bevonítani?*
- *Milyen konkrét szolgáltatást vagy terméket szeretnél kiemelten promótálni az év hátralévő részében?*
- *Milyen marketing kampányokat tervezel futtatni? Milyen csatornákat fogsz használni?*
- *Hogyan növeled az online jelenléted? (Pl. közösségi média, e-mail marketing, tartalomkészítés.)*
- *Van-e olyan projekt, amit az év végéig szeretnél befejezni? Melyek a legfontosabb lépések hozzá?*
- *Milyen fejlesztéseket szeretnél végrehajtani a vállalkozásodban? (Pl. weboldal átalakítása, új termék bevezetése.)*
- *Hogyan optimalizálhatod a költségeidet az év hátralévő részében?*
- *Van-e olyan befektetés vagy kiadás, amelyet most érdemes megtenned?*
- *Mennyi tartalékot vagy a nyereséget akarsz képezni az év végéig?*
- *Milyen szokásokat vezethetsz be, amelyek segítenek hatékonyabbá válni?*
- *Van-e olyan képesség vagy tudás, amit az év végéig szeretnél fejleszteni? Hogyan tervezed ezt megvalósítani?*

Pénzügyek

A pénzügyi tervezés a vállalkozás fenntarthatóságának egyik alappillére. Nélküle könnyen előfordulhat, hogy:

- Nem tudod, melyik tevékenységed nyereséges, és melyik viszi el a pénzt.
- Nem rendelkezel tartalékkal váratlan helyzetekre.
- Nem tudsz reális döntéseket hozni, mert nem látod át a költségeidet és bevételeidet.

Ha tisztában vagy a számaiddal, könnyebben tudsz fókuszálni a növekedésre, és megalapozott döntéseket hozhatsz.

A költségek és bevételek áttekintése

Költségek:

- **Fix költségek:** Ezek havonta vagy rendszeresen felmerülnek, például:
 - Bérleti díjak.
 - Munkavállalók bére.
 - Szoftver előfizetések.
- **Változó költségek:** Az üzleti tevékenységedtől függően változnak, például:
 - Anyagköltségek.
 - Hirdetések költségei.
 - Kiszállítási díjak.

Bevételek:

- Mi a fő bevételi forrásod? (Pl. termékértékesítés, szolgáltatásnyújtás.)
- Hogyan oszlik meg a bevételed az ügyfelek, termékek vagy szolgáltatások között?
- Vannak olyan bevételeid amik ismétlődőek?

Készíts listát a fix és változó költségeidről.

Fix költségek

--

Változó költségek

--

Határozd meg, milyen forrásokból származik a bevételed.

--

Miből és mekkora értékben vannak ismétlődő bevételeid?

Ha nincs még ismétlődő bevételed, gondold végig és írd le 5 ötletet, hogy hogyan tudnál ismétlődő bevételre szert tenni! Ez fontos a tervezhetőség és CashFlow problémák elkerülésére.

II. NAP

Időgazdálkodás

Az idő az egyik legértékesebb erőforrásunk. Mindenkinek ugyanannyi van belőle – 24 óra egy nap, de az, hogy miként használjuk fel ezt az időt, az határozza meg, hogy milyen eredményeket érünk el. Gondolj bele: **mi lenne, ha minden napodat úgy töltenéd, hogy a legfontosabb céljaid felé haladsz?**

Az időgazdálkodás nem arról szól, hogy minden feladatot kipipálj a listádról. Sokkal inkább arról, hogy tudatos döntéseket hozz, és a figyelmedet a legfontosabb teendőkre irányítsd. Ha folyamatosan elaprózódik az időd, a nap végén úgy érezheted, hogy semmit sem haladtál előre. De ha előre megtervezed a napodat, és a lényeges dolgokra összpontosítasz, hatalmas változást érhetsz el.

Miért érezzük, hogy nincs időnk?

Sok vállalkozó érzi úgy, hogy soha nincs elég ideje. Ez nem azért van, mert kevesebb idő áll rendelkezésére, hanem mert az idejét nem hatékonyan használja fel. Nézzük meg, mi állhat a háttérben:

1. **Túl sok teendő egyszerre:** Az emberek gyakran hajlamosak túlszűfolni a napi listájukat. Ha a nap végén nem sikerül mindent elvégezni, ez elégedetlenséghez vezet. Ráadásul, ha nem határozzuk meg a prioritásokat, a kevésbé fontos feladatok is könnyen elvihatják az időt a lényegesektől.
2. **Időrablók:** A folyamatos értesítések, a nem sürgős e-mailek, vagy akár a közösségi média böngészése hatalmas időrablók lehetnek. Ezek olyan tevékenységek, amelyek gyakran nem visznek közelebb a céljainkhoz, mégis jelentős időt vesznek el.
3. **Halogatás:** Gyakran halogatjuk a fontos feladatokat, mert túl nehéznek vagy kellemetlennek tűnnek. Ehelyett kisebb, lényegtelenebb dolgokkal foglalkozunk, amelyek kevésbé jelentenek kihívást.
4. **A multitasking mítosza:** Bár sokan úgy gondolják, hogy egyszerre több dologgal foglalkozni hatékonyabb, valójában ez csökkenti a teljesítményünket. Az állandó feladatváltás időt és energiát emészt fel, és rontja az elvégzett munka minőségét.

Gondolj vissza az elmúlt hetekre! Mennyire érezted úgy, hogy a napjaidat te irányítod, és nem az események sodornak?

Mi volt az a tevékenység, ami a legtöbb idődet felemésztette anélkül, hogy valódi eredményt hozott volna?

Az idő olyan, mint egy üres üveg

Képzeld el egy üres üveget, amelyet meg kell töltened kövekkel, kavicsokkal és homokkal. Ha először a homokot öntöd bele, a nagyobb köveknek nem marad helye. Ha viszont a nagy kövekkel kezded, azok mellett a kavicsok és a homok is könnyedén befér. Az idő pontosan ilyen: ha a legfontosabb feladataidat helyezed előtérbe, minden más is könnyebben befér a napodba.

- **Nagy kövek:** Ezek a legfontosabb, valódi értéket teremtő tevékenységeid, például ügyfélszerzés, stratégiai tervezés vagy egy fontos projekt előkészítése.
- **Kavicsok:** Ezek a közepesen fontos feladatok, mint az adminisztráció vagy a kisebb napi teendők.
- **Homok:** Ezek az apró, de időigényes tevékenységek, mint például a közösségi média böngészése vagy az érdektelen e-mailek olvasása.

Ha a homokkal kezded, a napod gyorsan betelik, és nem marad hely a fontos dolgoknak. De ha először a nagy kövekkel kezdesz, minden más el fog férni körülöttük.

Ha megnéznél erről egy videót a szemléltetés miatt akkor ezt javaslom:

 Jar Of Life - Put IMPORTANT Things FIRST!

1. Az időrablók felismerése és kezelése

Az időrablók azok a láthatatlan ellenségek, amelyek folyamatosan elcsennek percek és órákat az életedből. Gondolj csak a folyamatos értesítésekre, amelyek megszakítanak egy fontos munkafolyamat közepén, vagy a felesleges meetingekre, amelyek után úgy érzed, hogy semmi érdemlegeset nem tettél. Ezek az időrablók olyan helyeken vesznek el, ahol észre sem veszed, és a nap végére mégis nyomasztóvá válik, hogy nem haladtál előre.

- **Folyamatos értesítések:** Ezek az apró figyelemelterelések képesek teljesen kizökkenteni. Gondolj bele, milyen lenne, ha nem ugrálnál minden egyes e-mail vagy üzenet érkezésekor.
- **Felesleges meetingek:** Ezek az időrablók gyakran nem vezetnek konkrét eredményhez. Egy hosszúra nyúlt értekezlet, amely nélkülözte a pontos napirendet,

nemcsak az idődet veszi el, de demotiváló is lehet. Ha lerövidíted vagy egyértelmű célokat határozol meg a meetingek előtt, máris jobban gazdálkodhatsz az időddel. Határozz meg rövidebb időkeretet egy-egy meetingre, hogy hatékonyabbá tedd azt.

- **Halogatás:** Sokszor azért halogatunk fontos feladatokat, mert túl nehéznek vagy kellemetlennek tűnnek. De minél tovább tologatjuk őket, annál nagyobbá nőnek a fejünkben.
- **Ismétlődő feladatok:** A napi rutin ismétlődő teendői, mint a számlázás vagy az ügyféllevelek írása, rengeteg időt felemészthetnek, ha nem automatizáljuk őket.

Feladatok:

Értesítések kikapcsolása a telefonon!

Meglátod milyen nagy megkönnyebbülés lesz úrrá a mindennapjaidon. 😊

Először a békát!

Kezdd a munkát a nehezebb feladatokkal!

Húzz határokat!

Tanulj meg nemet mondani olyan feladatokra vagy találkozókra, amik nem visznek közelebb a céljaidhoz.

Gondold végig miket tudsz automatizálni!

Írj le néhány ötletet, hogy megnézed később, azokat tudnád-e automatizálni.

Vezesd be az időmérést!

Kezdd el követni, hogy mennyi időt töltesz el egy-egy feladattal! Az időmérés nemcsak a valós munkavégzésedet mutatja meg, hanem rávilágít arra is, hogy mely tevékenységek fogyasztják feleslegesen az energiádat.

Az is lehet, hogy kiderül az időd jelentős részét adminisztratív feladatokkal töltöd ki, amit ki tudnál szervezni és helyett olyan tevékenységet tudnál végezni, ami közvetlenül hatással van az értékesítésedre!

Számold ki, hogy egy-egy projekt, ügyfelet, tevékenységet milyen óradíjban tudsz elszámolni!

Hiába dolgozol 20.000 Ft-os órabérben, ha megnézed mennyit időd meg el plusz feladatokkal ami az ügyfélhez/projekthez/tevékenységhez kapcsolódik, a nap végén könnyen lehet, hogy nem is vagy olyan magas órabérben.

A vállalkozásodnak ki kell tudnia termelni azokat az órákat is, amikor nem értékesítesz, vagy olyan munkát végzel ami közvetlenül pénzt hoz.

2. Prioritások meghatározása

Nem minden feladat egyformán fontos. Ahhoz, hogy valóban előre haladj, elengedhetetlen, hogy rangsorold a teendőidet. Ebben segít az Eisenhower-mátrix, amely négy kategóriába sorolja a feladatokat.

Eisenhower-mátrix

1. **Fontos és sürgős:** Ezek azok a feladatok, amelyek azonnali figyelmet igényelnek, például egy ügyfélprobléma megoldása.
2. **Fontos, de nem sürgős:** Ide tartoznak azok a hosszú távú célok, mint egy új szolgáltatás fejlesztése vagy stratégiai tervezés.
3. **Sürgős, de nem fontos:** Ezeket érdemes delegálni, mint például az adminisztrációs teendők.
4. **Nem fontos és nem sürgős:** Ezeket hagyd el, például a túlzott közösségi médiahasználatot.

	Sürgős	Nem sürgős
Fontos	Végezd el	Tervezd be
Nem Fontos	Delegáld	Dobd ki

Gyűjtsd össze azokat a feladatokat amikkel a mindennapokban foglalkozol.

Ezután nézd meg, hogy a tevékenységek amiket felírtál melyik kategóriába tartoznak?

Hol töltöd az időd nagy részét?

Mik azok a feladatok amiket tudnál delegálni?

Mik azok a feladatok amiket el tudnál hagyni?

Kategorizáld az általad végzett tevékenységeket az alapján, hogy szereted-e őket elvégezni?

Szeretem, és jó vagyok benne

Imádom, és jó vagyok benne

Nem szeretem, de jó vagyok benne

Nem szeretem, és nem is vagyok jó benne

Ennek a feladatnak az elvégzése ráébreszthet arra, hogy olyan feladatokkal töltöd az időd nagy részét, amiket valójában nem is szeretsz csinálni. Habár egy felől azért leszünk vállalkozók, hogy azt csináljuk amit szeretünk, gyorsan el tudunk oda jutni, hogy olyan feladatokkal töltjük az időnk nagy részét, amit nem szeretünk. Egy vállalkozás velejárója sok olyan teendő, amire eleinte nem is gondolnánk mennyi időt elvesz. Kiegészítéshez vezethet ha csupa olyan feladatokkal töltöd az idődet amik nem okoznak örömet. Amíg kicsi vagy nem valószínű, hogy el tudsz oda jutni, hogy semmit ne kelljen csinálnod amit nem szeretsz, azonban ha feleszmész, hogy milyen feladatok vannak a nem szeretem sorban, ezeket tudatosan elkezdheted kiszervezni.

3. Vezesd be a projektmenedzsmentet!

A hatékony időgazdálkodás kulcsa nemcsak a feladatok elvégzése, hanem azok rendszerezése és a megfelelő eszközök használata is. Gondolj a projektmenedzsment eszközökre, mint a Trello vagy a ClickUp. Ezek segítenek abban, hogy átlásd a teendőidet, és ne kelljen minden apróságot fejben tartanod.

Nagyban növeli a produktivitást, ha mindig tudod mi a következő feladatod és nem kell gondolkodnod rajta, hogy hogyan tovább.

Kezdeként vezesd be a napi, majd a heti tervezést. Ezután kezdj el projektekben, kampányokban és folyamatokban gondolkodni.

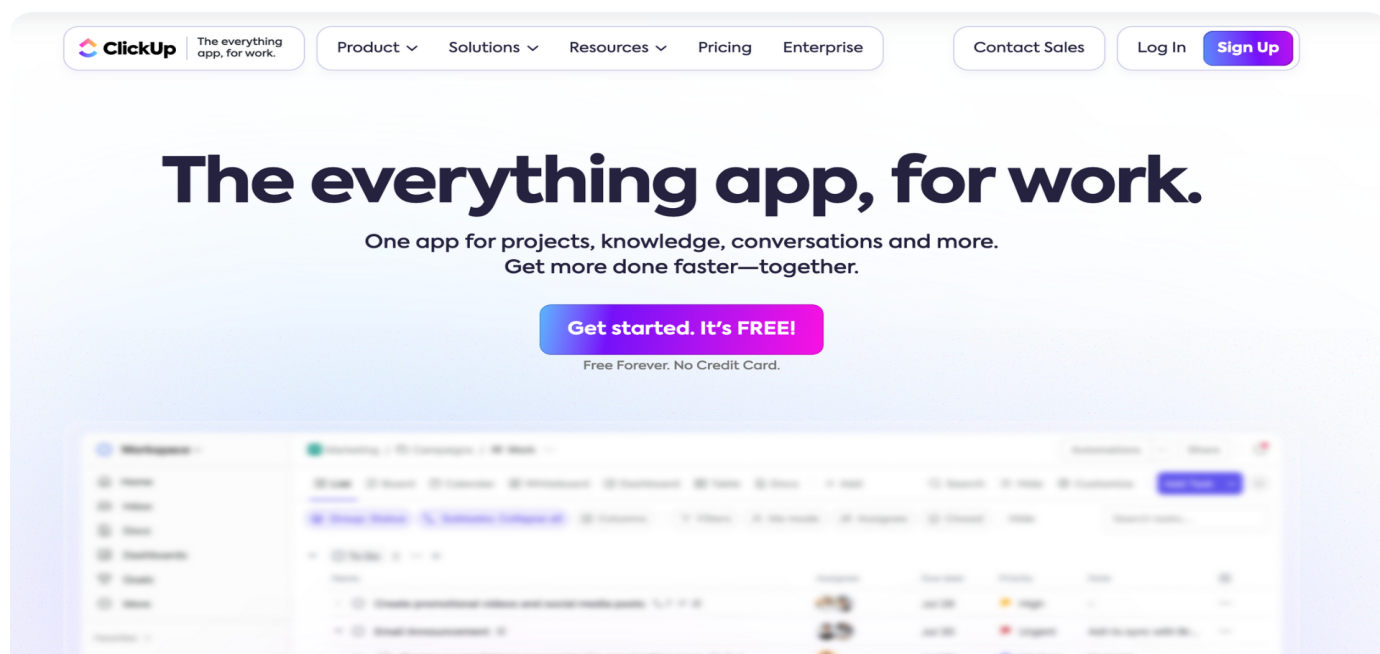
Ha szeretnél egy kampányt, aminek van egy konkrét dátuma (pl.: Valentin-nap, Te vagy a márkád születésnapja, Iskolakezdés stb.), kezd el visszaszámolni.

- Milyen feladatok kellene ahhoz, hogy a projekt sikeres legyen?
- Mennyi időbe telik az egyes feladatok elvégzése?
- Lehet a feladatokat párhuzamosan végezni, alvállalkozó, csapattárs bevonásával?

Megtervezve a projekteket, eljutsz odáig, hogy az egész évét be tudod tervezni, egészen lebontva apró feladatokra. Ezzel el tudod kerülni a tűzoltást, rohanást és a hibázást.

Mi a ClickUp nevű szoftvert használjuk, ezt nagy szeretettel ajánlom neked is. Hogy kedvet csináljak, kifotóztam néhány saját példát.

Ezen az oldalon találsz meg róla minden fontos tudnivalót: <https://clickup.com/>



Itt láthatod, az időmérés összefoglalóját. Minden munkatárs idő mérését ki tudjuk vele szűrni, és pontosan meg tudjuk nézni, melyik feladattal mennyi időt foglalkozott. Ez nagyon

hasznos funkció. Mivel nálunk mindenki home officeban dolgozik, így ez egy nagyon fontos visszajelzés nekünk a munkaidőről, terheltségről. Illetve arra is figyelmeztető tud lenni, ha egy feladattal valaki túl sok időt tölt el a szokásoshoz képest. Ebben az esetben érdemes utánajárni mi lehetett a gond, hogy később ne forduljon elő újra.

Dashboards / MA Dashboard / Munkaidő riport

Refreshed just now

< Jan 6 - Jan 12 >

9

PERSON	TOTAL	MON, 6	TUE, 7	WED, 8	THU, 9	FRI, 10	SAT, 11	SUN, 12	
	77:56:07								
TASK	TOTAL	MON, 6	TUE, 7	WED, 8	THU, 9	FRI, 10	SAT, 11	SUN, 12	
Megbeszélések - 2025.jan. 6-12.	14:23:25	4:42:06	2:37:24	2:10:00	4:28:54	0:25:00	-	-	
E-mailek, admin dolgok - 2025. jan. 6-12.	48:59:15	5:05:00	2:41:00	8:07:03	28:52:49	4:13:22	-	-	
Dashboard, eredmények	0:45:00	-	0:45:00	-	-	-	-	-	
Nyitáshoz kapcsolódó feladatok	0:00:00	-	-	-	-	0:00:00	-	-	
Webinár megtartása (time tracking)	7:24:26	-	-	-	-	-	1:55:16	5:29:10	
AI kutatás készítése	1:00:00	-	1:00:00	-	-	-	-	-	
Tananyagfejlesztés	1:04:00	-	-	1:04:00	-	-	-	-	
NG-VG meeting 2024.12.10.	4:20:00	-	-	-	-	4:20:00	-	-	
	39:28:02								
	41:18:40								
	39:52:52								
	39:48:17								

A szoftverben lehet sablonokat elmenteni teljes folyamatokról. Ez segít a hatékonyságban, mert egy-egy új kampánynál nem kell mindig végig gondolnod a folyamatot, újra összerakni a hozzá tartozó feladatokat, hanem egy kattintással be tudod illeszteni. Így egészen biztosan nem felejtesz el semmit és a produktivitást is növelni fogja. Ez a dokumentálás egyik sarokköve is lesz a mindennapokban.

Admin / Sablon farm

Ask AI

Share

Automa

List

Board

Team

Activity

Workload

Table

+ View

Search

Hide

Customize

Group: Status

Subtasks: Expand all

Columns

Filter

Me mode

Assignee

Closed

NYITOTT

29

+ Add Task

Name	Assignee	Due date	Status	Start date	Time tracked	Time estim...	Latest com...	Comments	
Kibővített verzió - Új We... 6			NYIT...		Add time		-		
Előkészítés 3			NYIT...		Add time		-		
Koncepció kitalálása (ha saját, új...			NYIT...		Add time		-		
Alapanyagok írásos összeg... 0/2			NYIT...		Add time		-		
Videók elkészítése vagy be... 0/4			NYIT...		Add time		-		
Admin feladatok 14			NYIT...		Add time		-		
WebinarJam elkészítése 0/9			NYIT...		Add time		-		
Google calendar esemé... 0/5			NYIT...		Add time		-		
FB debugger			NYIT...		Add time		-		
AC automatizmus összera... 0/18			NYIT...		Add time		-		
Visszaigazoló levelek és ... 0/13			NYIT...		Add time		-		
A feliratkozási folyama... 0/20			NYIT...		Add time		-		
Saját listás promó levelek ... 0/14			NYIT...		Add time		-		
Affiliate linkek, vagy paramétere...			NYIT...		Add time		-		
Affiliate partnereknek alapany...			NYIT...		Add time		-		
Webinar utáni sales levele... 0/14			NYIT...		Add time		-		

A sablonokon belül nem csak a feladatokat tudod menteni, hanem a feladatok leírását és a hozzá tartozó csekklistákat is.

Admin / Sablon farm

Created on 2024 Jan 5

Share

A feliratkozási folyamat tesztelése

A tesztelés folyamán át kell nézni a landing oldalt, hogy minden naprakész-e. Meg kell ejteni a feliratkozást és ellenőrizni kell a köszönő oldalt, hogy átirányít-e és minden naprakész-e az oldalon. Ellenőrizni kell a Google Calendart és a kuponkódot, hogy működik-e. Meg kell nézni, hogy a tesztelő email címre megérkezik-e a visszaigazoló levél. Majd ellenőrizni kell az AC-ben, hogy bekerültünk-e a folyamatba és, hogy jó tag-et kaptunk-e meg.

Details

Subtasks

Action Items 20

Checklists 0/20

FOLYAMAT TESZTELÉSE (0/20)

Landing oldal: minden dátum át lett írva az oldalon? Visszaszámláló, ha van, rendben van?

A feliratkozáskor használjunk teszt email címet: emailcím+webinarneve-teszt-datum@gmail.com

Ellenőrizzük, hogy a köszönő oldalra érkeztünk-e meg.

Köszönő oldalon: minden dátum át lett írva az oldalon?

Köszönő oldalon: kuponkód részletei át lettek írva az oldalon?

Kuponkódos link ellenőrzése, hogy megnyitja-e a webhopot.

Webshopban ellenőrizzük, hogy levonja-e a kedvezményt a könyvekből és azt is ellenőrizzük, hogy más kiadó könyveiből nem vonja le a kedvezményt.

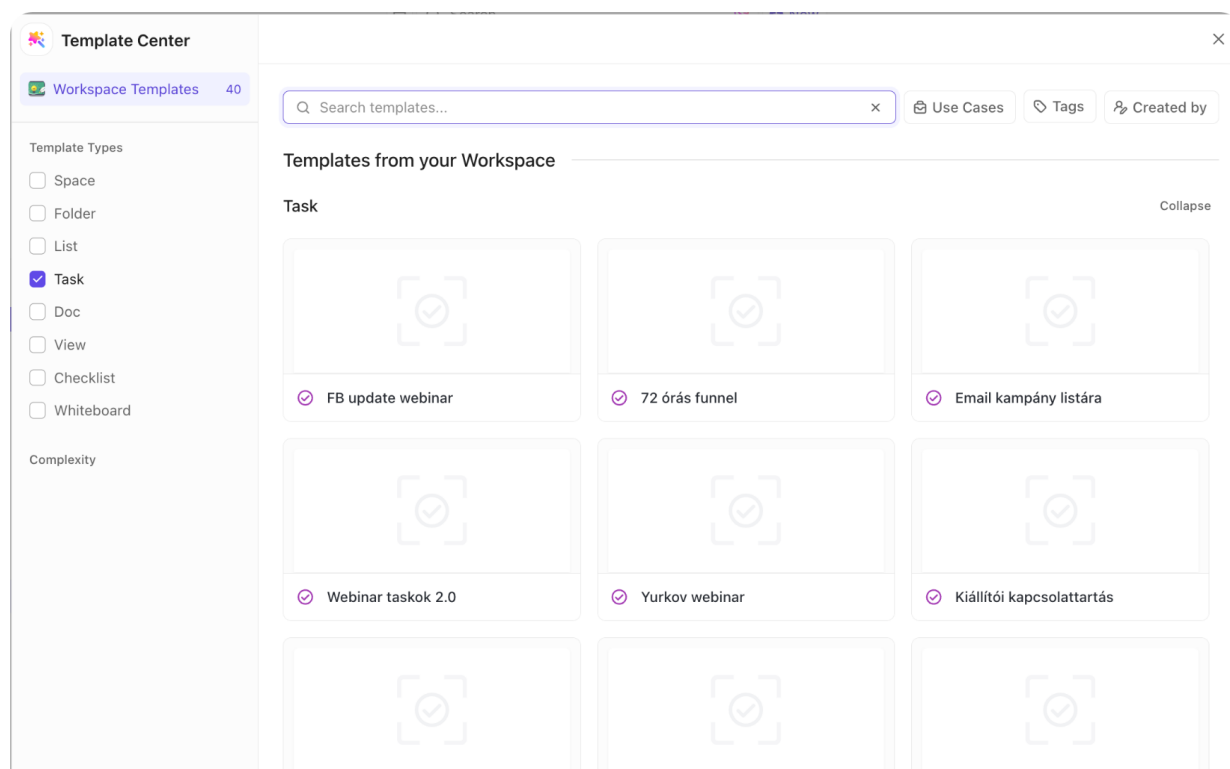
Activity

You created this task by copying #86b-wxnc0h - A feliratkozási folyamat tesztelése created this task by copying #86bwxnc0h (You Don't Have Access)

You changed status from to Nyitott Jan 5 2024

24

A sablonokat könnyen eléred és név alapján könnyen tudod keresni őket.



4. Vezesd be az időblokkolást!

Az időblokkok bevezetése szintén hatékony megoldás lehet, különösen akkor, ha hajlamos vagy elaprozni a napodat. Az időblokkolás lényege, hogy meghatározott időintervallumokat jelölj ki bizonyos feladatok elvégzésére, és ezekhez szigorúan tartod magad.

Például a délelőttöd első két óráját szánhatod stratégiai munkára, mint egy fontos projekt előrehaladása vagy új üzleti lehetőségek kidolgozása. Ezt követheti egy adminisztrációs blokk, amikor a napi e-mailekre válaszolsz vagy a számlázással foglalkozol. A nap további részében ügyfélhívásokat ütemezhetsz, majd egy kreatív blokkban tartalomgyártással foglalkozhatsz.

Az időblokkok segítenek abban, hogy a napjaid strukturáltabbá váljanak, és minden tevékenységnek meglegyen a maga helye és ideje. Fontos, hogy ezekben az időszakokban minimalizáld a zavaró tényezőket. Kapcsold ki az értesítéseket, és figyelj arra, hogy csak az adott feladatra koncentrálj. Ha következetesen alkalmazod, az időblokkokkal nemcsak hatékonyabb, hanem nyugodtabb is lehetsz, hiszen tudod, hogy minden fontos teendőnek meglesz a maga ideje.

Nem csak napon belül, de héten belül is tudsz időblokkokat kialakítani. Például minden szerda tartalomfejlesztés, minden péntek cégfejlesztés/önfejlesztés, stb.

Munka-magánélet egyensúly

A vállalkozói lét egyik legnagyobb kihívása, hogy miként húzd meg a határt a munka és a magánélet között. Könnyű abba a csapdába esni, hogy a munkád minden percét kitölti az életed, hiszen vállalkozóként gyakran érzed úgy, hogy mindig van még egy teendő, amit el kellene végezned, ráadásul imádod a munkád. Ez azonban hosszú távon nemcsak a teljesítményedet, hanem az egészségedet és a kapcsolataidat is veszélyezteti.

A folyamatos munka könnyen vezethet kiégéshez, ami nemcsak a motivációd csökkenti, hanem akadályozza a kreatív gondolkodást és a problémamegoldást is. Ugyanakkor, ha nem állítasz fel határokat, az ügyfeleid is hozzászokhatnak ahhoz, hogy bármikor elérhető vagy, ami hosszú távon fenntarthatatlan helyzetet teremthet.

Fontos, hogy tudatosan húzd meg a határt a munka és a magánélet között. Ez lehet például egy pontos munkaidő kijelölése, amikor reggel elkezdted és délután vagy este lezárod a napi teendőidet. Emellett tervezz be rendszeres szüneteket, hogy új energiával térhess vissza a munkához. Egyértelmű szabályokat kell kialakítanod, például "este 6 után nem nézek e-maileket," és ezeket következetesen betartani.

Az egyensúly megteremtése nem luxus, hanem a hosszú távú siker alapfeltétele. Ha odafigyelsz erre, nemcsak hatékonyabb, hanem kiegyensúlyozottabb is leszel, ami a magánéletedre és a vállalkozásodra egyaránt pozitív hatással lesz.

- **Munkaidő meghatározása:** Húzz egy határt, például "este 6 után már nem nézek e-maileket."
- **Szünetek tervezése:** Egy rövid ebédszünet, és heti egy fix pihenőnap, amikor egyáltalán nem foglalkozol a vállalkozásoddal, csak feltöltödsz.
- **Mondj nemet:** Tanuld meg visszautasítani azokat a kéréseket, amelyek nem szolgálják a céljaidat.

Írd le, milyen konkrét határt szeretnél húzni a munkaidőd és a magánéleted között.

Írj egy listát azokról a dolgokról, amelyek boldoggá tesznek, feltöltenek, és tudatosan építsd be ezeket a heti időbeosztásodba.

Feltöltődési ötletek

A feltöltődés kulcsa, hogy olyan tevékenységeket válassz, amelyek nemcsak kikapcsolnak, hanem új energiát is adnak. Néhány saját ötlet:

- **Mozgás:** A napi 30 perc séta vagy egy könnyed jóga nemcsak a stresszt csökkenti, hanem segít tisztán gondolkodni.
- **Minőségi idő a szeretteiddel:** A közös programok, legyen az vacsora, játék vagy kirándulás, segítenek kizökkenni a munka világából, és erősítik a kapcsolataidat.
- **Énidő:** Szánj időt magadra. Olvass egy jó könyvet, hallgass zenét, vagy foglalkozz a kedvenc hobbiddal. Ezek az apró pillanatok feltöltik a lelkedet.
- **Digitális detox:** Tarts rendszeresen olyan időszakokat, amikor teljesen elzárkózol a digitális világ zajától. Kapcsold ki a telefonod, és élvezd a csendet vagy a természet közelségét.

Készíts egy "feltöltődési tervet" a következő hétre.

Például: napi 30 perc séta vagy heti 1 óra olvas

Az idő az, amit sosem kaphatsz vissza. Ezért fontos, hogy tudatosan és hatékonyan használd fel. Ha a napjaidat előre megtervezed, és a legfontosabb dolgokra összpontosítasz, nemcsak a munkádban leszel sikeresebb, hanem az életed is kiegyensúlyozottabbá válik.

Gondold végig, mi az az egyetlen szokás, amit holnaptól megváltoztatsz, hogy jobban gazdálkodj az időddel. Írd le, hogyan fogod csinálni, és kezdj hozzá még ma!

III. NAP

Ideális ügyfél meghatározása

Az ideális ügyfelek meghatározása a sikeres vállalkozás egyik legfontosabb alappillére. Nem mindenkinek szólhat a terméked vagy szolgáltatásod, és ez rendben is van. A siker titka abban rejlik, hogy tudd, pontosan kinek tudsz segíteni, és kinek jelent valódi értéket, amit kínálsz. Ha pontosan meghatározod, ki az ideális ügyfeled, akkor nemcsak könnyebben éred el őket, hanem az idődet és energiádat is hatékonyabban tudod felhasználni.

Gondolj csak bele: ha egy arckrémot kínálsz, amit mindenki használhat, akkor valószínűleg nehezebben találsz olyan embereket, akik különösen érdeklődnek utána. De ha azt mondod, hogy a krémed kifejezetten kisgyermekes anyukáknak készült, akik a babájuk érzékeny bőrét szeretnék megóvni, akkor az üzenet még erősebben rezonál azokkal, akiknek pont ilyen termékre van szükségük. A specializálódás és a pontos célzás értéket teremt, és lehetővé teszi, hogy a megfelelő üzenetet a megfelelő emberekhez juttasd el.

Tehát az ideális ügyfél az egy személy vagy vállalkozás, akinek a problémájára a te terméked vagy szolgáltatásod nyújtja a legjobb megoldást.

Kezdsnek ezeket gondold végig:

1. Ki az, akinek a problémájára a te terméked vagy szolgáltatásod nyújtja a legjobb megoldást?
2. Hogyan tudod értékessé tenni az ajánlatodat számukra?

Hogyan határozd meg az ideális ügyfeledet?

Az ideális ügyfeled meghatározásához legegyszerűbb, ha ezt a táblázatot kitöltöd:

 Avatár tervező - sablon másolásra

Megnyitás után tudod másolni azonnal saját drivera.

Marketing tippek és stratégiák

Kezdsnek fontos tisztáznunk, hogy mik azok a landing oldalak.

Egy landing oldal speciálisan kialakított weboldal, amely egyetlen célt szolgál: a látogatók cselekvésre ösztönzését. Ez lehet vásárlás, regisztráció vagy egy letölthető tartalom

igénylése. A landing oldal kialakításának lényeges eleme, hogy NEM lehet róla elkattintani, ami segít a figyelem terelésében, ezáltal növelve a konverziót.

Miért fontos egy kezdő vállalkozásnak (de haladónak is)?

- **Költséghatékonyabb:** Egy landing oldal elkészítése olcsóbb, mint egy teljes brand oldal.
- **Célzottabb:** Csak egy dologra összpontosít: a vásárlásra vagy a feliratkozásra.

Egy brand oldal önmagában nem ad el. Ha van egy kapcsolat füled, rólad aloldal, lehet olvasni a szolgáltatásokról, megosztja a figyelmet. Helyette egy sales oldal csak a vásárlásra fókuszál, irányítja a figyelmet. Egy dolgot tud tenni a látogató - vásárol vagy kilép.

Legyél ott, ahol az ügyfeleid vannak:

Ahhoz, hogy hatékonyan elérd az ügyfeleidet, ott kell lenned, ahol ők is jelen vannak. Először is azonosítsd, mely platformokat használják gyakran – legyen az Facebook, Instagram, LinkedIn vagy más csatorna. Fontos, hogy az itt megosztott tartalmaid ne csak láthatók legyenek, hanem relevánsan szóljanak az ügyfeleid problémáiról és lehetséges kérdéseiről.

Példa: Ha egy kezdő vállalkozás tulajdonosa a célcsoportod, ossz meg olyan tartalmat, ami segít nekik az első lépésekben, mint például marketing tippek vagy bevétel generáló stratégiák.

Adj értéket előre:

Az értéknújtás az egyik legjobb módja annak, hogy bizalmat építs az ügyfeleid szemében. Készíts blogokat, videókat, ingyenes útmutatókat vagy tanácsokat, amelyek valódi segítséget nyújtanak a problémáikra.

Példa: Hozz létre egy ingyenesen letölthető e-bookot, amely részletesen kifejti az ideális ügyfeleid egy fontos problémáját, majd bemutatja a megoldását. Az ilyen tartalmak nemcsak értéket adnak, hanem segítenek abban is, hogy szakértőként tekintsenek rád a közösséged tagjai. Ráadásul hírlevél listát építesz általa.

És akkor jön is a kérdés...

Miért fontos hírlevél listát építeni?

A social media platformok valójában nem a tiéd. Bármikor letilthatják a profilodat, módosíthatják a szabályokat, vagy egyszerűen csökkenthetik az organikus elérésedet. Ha egy ilyen helyzet bekövetkezik, és nincs e-mail listád, minden erőfeszítést újra kell

kezdened, nulláról. Ezért létfontosságú egy stabil, saját tulajdonban lévő kommunikációs csatorna, mint amilyen az e-mail lista.

Egy hírlevél lista stabil alapot nyújt, amivel közvetlenül kommunikálhatsz az ügyfeleiddel. Az e-mail listád segítségével bármikor elérheted a közönségedet, függetlenül attól, hogy mi történik a közösségi médiában. Ez egy olyan eszköz, amely nemcsak a marketinget támogatja, hanem hosszú távú kapcsolatot épít ki az ügyfelekkel. Az e-mailek révén értékes tartalmakat oszthatsz meg, promóciókat kommunikálhatsz, és hatékonyan értesítheted őket bármilyen újdonságról vagy határidőről. Ráadásul egy jól felépített hírlevél listával újra és újra megszólíthatod a már érdeklődő ügyfeleket, anélkül, hogy újra "meg kellene vásárolnod" a figyelmüket.

Kérdezheted, hogy ki olvas manapság e-mailt?! A válasz: SOKAN. De még ha te nem is tartozol közéjük, ne ess abba a hibába, hogy magadból indulsz ki. Mindig a célközönség fejével kell gondolkodnod.

Mennyiszer kommunikáljak egy hírlevél listán?

Ha most kezded akkor ez könnyű válasz. 1-2 hetente 1x. Csak kezd el, hogy legyen egy rutinod, folyamatos kommunikáció. Amikor kampányban vagy, viszont kommunikálj aktívan. Ha mondjuk egy hetes kampányt csinálsz, akkor egy héten kiküldhetsz akár 4-5 levelet is. Hiszen az ő érdekük is, hogy tudjanak róla, ha valamilyen kedvezményt vehetnek igénybe, vagy megnyitottál egy jelentkezést ahova csak néhány hely maradt. Nehogy lemaradjanak!

Fogalmazd meg három hírlevél listára kiküldhető értékadó tartalom ötletet!

Használj értékesítési tölcséreket!

Az értékesítési tölcsér lényegében egy tudatosan felépített folyamat, aminek célja, hogy az érdeklődőkből fokozatosan elégedett vásárlók váljanak. Egy ilyen tölcsér lehetővé teszi, hogy lépésről lépésre közelebb vidd az ügyfeleket a döntéshozáshoz, miközben folyamatosan értéket nyújtasz nekik. Az előnyük abban rejlik, hogy strukturáltan, mérhetően és hatékonyan tudod kezelni az érdeklődőket a kapcsolat első pillanatától a vásárlásig.

Az értékesítési tölcsér segít abban, hogy ne akarj azonnal egy magas árú terméket eladni olyan érdeklődőknek, akik még nem ismerik eléggé a márkádat vagy a termékedet. Ehelyett lehetőséget ad, hogy kisebb, egyszerűbb ajánlatokon keresztül bizalmat építs, miközben megismerteted őket az értékeiddel.

Az elnevezés onnan származik, hogy a tölcsér elején szélesebb a célközönség amit elérsz, mint egy tölcsér szája, majd a különböző lépések hatására a látogatók egy része lemorzsolódik és csak a legmotiváltabb ügyfelek jutnak el a végéig, a vásárlásig.

A tölcsér elején feliratkoztatjuk őket valamilyen értékadó tartalomra, amiben edukálsz őket, megoldást kínálsz az egyik problémájukra, majd felajánlász nekik valamilyen szolgáltatást vagy terméket.

Példák a tölcsér elejére, ahol feliratkozathatod a látogatókat a hírlevél listára:

- **Fitness és egészség:**
 - "3 napos edzésterv kezdőknek."
 - "Hogyan kezdj el jógázni? Ingyenes videós útmutató."
 - "Ingyenes étrend sablon kezdőknek."
 - "Hogyan csökkentsd a stresszt napi 10 perc mozgással?"
- **Szépségápolás és wellness:**
 - "10 lépéses reggeli bőrápolási rutin ingyenes PDF-ben."
 - "Ingyenes teszt: Milyen típusú a bőröd?"
 - "Hogyan válaszd ki a tökéletes arckrémeket? Letölthető útmutató."
- **Üzletfejlesztés és marketing:**
 - "Ingyenes social media poszt sablonok Canva-hoz."
 - "Letölthető marketing terv sablon kisvállalkozásoknak."
 - "10 egyszerű lépés az ügyfélszerzéshez."
 - "Próbáld ki a CRM rendszerünket 14 napig ingyen."
- **Kreatív szakmák és dizájn:**
 - "Ingyenes logótervezési sablon kezdőknek."
 - "5 ingyenes stock fotó kreatív projektekhez."
 - "Hogyan tervezz minimalista weboldalt? Ingyenes oktatóanyag."

- **Pénzügyi tanácsadás és eszközök:**
 - "Letölthető pénzügyi költségvetés sablon kisvállalkozásoknak."
 - "Mennyire hatékony a költségtervezésed? Ingyenes teszt eredményekkel."
 - "5 lépés a személyes pénzügyi céljaid eléréséhez."
- **Oktatás és önfejlesztés:**
 - "Ingyenes 30 perces konzultáció: Hogyan érheted el az első céljaidat?"
 - "Tanulási tippek elfoglalt felnőtteknek: Letölthető útmutató."
 - "7 napos időmenedzsment kihívás."
- **DIY és otthoni projektek:**
 - "Hogyan készíts minimalista faldekorációt otthon? Ingyenes leírás."
 - "DIY projektek kezdőknek: Ingyenes eszközlista és sablonok."
- **E-kereskedelem és termékértékesítés:**
 - "Ingyenes szállítás kupon első vásárlásodra."
 - "Termékminta igénylés: Próbáld ki most ingyen."
 - "Regisztrálj most, és kapj 10% kedvezményt a következő rendelésedre."

Tippek az értékesítési tölcser elejére:

- **Jó értékajánlat:** Azonnali, könnyen használható megoldást adjon az érdeklődők problémájára.
- **Célzott:** Pontosan illeszkedjen az ideális ügyfélhez.
- **Egyszerű:** Legyen könnyen hozzáférhető és gyorsan feldolgozható.

Ennyinél ne állj meg, mindig legyen egy utánkövetés ahol a szolgáltatásodat, termékedet értékesíteni tudod az érdeklődőnek.

- Sales oldal: ahol csak az ajánlatról tud olvasni, semmi nem tereli el a figyelmét, csak az a cél, hogy tovább vigyük és vásárló legyen belőle. Ez egy részletes termék/szolgáltatás bemutató oldal.
- Limitált idejű ajánlatok: Pl. időszakos kedvezmények, bónuszok. ezek tudják sürgetni a döntést, mert lemaradás érzést kelt bennük

Az értékesítési tölcser folyamata

Feliratkozás → Utánkövető levelek (bizalomépítés) → Limitált idejű ajánlat (első értékesítés) → Utánkövetés → Visszajáró vásárló

Miután vásárlóvá vált, folytasd az utánkövetést, hogy újra vásároljon. A meglévő elégedett ügyfeleket sokkal könnyebb és olcsóbb is újra vásárlásra ösztönözni, mint egy új ügyfelet megszerezni első vásárlással.

Értékesítési tölcser példák

72 órás funnel

1. Ingyenes videó promóciója (partnerek, PPC hirdetések, tartalommarketing, e-mail kampány)
2. Feliratkozó oldal
3. Köszönő oldal (beágyazott videó, sales átvezetés)
4. Utánkövető e-mailek (határidős kommunikáció)
5. Sales oldal (limitált ajánlat)
6. További értékadó tartalmak

Webinar funnel

1. Ingyenes előadás promóciója (partnerek, PPC hirdetések, tartalommarketing, e-mail kampány)
2. Feliratkozó oldal
3. Köszönő oldal
4. Webinar előtti e-mailek
5. Webinar megtartása (sales az előadás végén)
6. Sales oldal (limitált ajánlat)
7. Utánkövető e-mailek (határidős kommunikáció)
8. Sales oldal (limitált ajánlat)
9. További értékadó tartalmak

Miért hatékony az értékesítési tölcser?

1. **Fókuszált marketing:** Az értékesítési tölcser segít abban, hogy minden szakaszban célzott tartalommal és üzenettel szólítsd meg az érdeklődőidet. Az elején oktató vagy inspiráló anyagokat nyújtasz, majd egyre inkább az eladás felé tereled őket.
2. **Automatizálható:** Sok elemét automatizálhatod (pl. e-mail sorozatok, vásárlás, számlázás), így időt takaríthatsz meg, miközben hatékonyan tartod fenn a kapcsolatot az ügyfelekkel.
3. **Mérhetőség:** Az egyes szakaszokban pontosan láthatod, hogy hány érdeklődő lépett tovább, hol akad el a folyamat, és mivel tudnád javítani a hatékonyságot.
4. **Hosszú távú ügyfélkapcsolatok:** Az értékesítési tölcser nemcsak a vásárlásra koncentrál, hanem segít az ügyfelek megtartásában is. Azok, akik már érdeklődnek és vásároltak, szívesebben térnek vissza, ha további értéket adsz nekik.
5. **Bizalomépítés:** Az első lépésekben adott érték, mint egy ingyenes e-book vagy tanács, bizalmat épít, és megmutatja az ügyfeleknek, hogy szakértő vagy a területeden.

Tervezd meg az első értékesítési tölcsered folyamatát!

Ajánlások ereje

Az ajánlások egy vállalkozás egyik legerősebb marketingeszközei, hiszen az elégedett ügyfelek véleménye sokkal hitelesebb, mint bármelyik reklám. Az emberek hajlamosak bízni mások tapasztalataiban, különösen akkor, ha az a problémájukra kínál megoldást. Kérj véleményeket és ajánlásokat az elégedett ügyfeleidtől, és ezeket rakd ki mindenhova. A weboldaladra, közösségi média felületekre és kommunikálj róla a kampányaidban.

Példa:

- "Ha elégedett voltál a szolgáltatásommal, kérlek, oszd meg másokkal is!"
- Egy automatikus üzenet is lehet, amit a vásárlás után kapnak, például: "Nagyon örülnénk, ha megosztanád velünk a véleményedet!"

A vélemények és értékelések nemcsak a bizalmat építik az új érdeklődőkben, hanem segítenek a márka hitelességének növelésében is. Gondoskodj róla, hogy minél több Google-értékelést gyűjts, és ezeket jól látható helyen jelenítsd meg.

Közösségépítés

Egy erős, elkötelezett közösség hosszú távon támogathatja a vállalkozásodat. A közösségi terek lehetőséget biztosítanak az ügyfeleid számára, hogy kapcsolódjanak hozzád és egymáshoz, miközben a márkád köré egy pozitív, támogató környezet alakul ki.

Hogyan építs közösséget?

- **Facebook csoport:** Hozz létre egy tematikus csoportot, ahol az ügyfeleid megoszthatják tapasztalataikat, kérdéseiket és sikereiket. Légy aktív, válaszolj a kérdésekre, indíts beszélgetéseket, és tarts élő bejelentkezéseket.
- **Közösségi média aktivitás:** Rendszeresen posztolj értékes tartalmakat, indíts szavazásokat, és ösztönözd az interakciókat.
- **Események szervezése:** Online workshopok, kihívások vagy közös projektek segíthetnek a közösség megerősítésében.

A közösségépítés nemcsak a márkád iránti lojalitást növeli, hanem a vásárlási hajlandóságot is erősíti. Egy támogató közösség tagjai szívesebben ajánlják a termékeidet másoknak is, és hosszabb távon is hűségesek maradnak.

Tartalomstratégia

A tartalom hosszú távú ügyfélszerzés egyik legerősebb eszköze. Ez nem csupán a láthatóságot növeli, hanem lehetőséget ad arra is, hogy mélyebb kapcsolatot alakíts ki a célközönségeddel. Egy értékalapú tartalom nemcsak felkelti az érdeklődést, hanem edukálja és inspirálja is az embereket. Ha rendszeresen minőségi tartalmat nyújtasz, akkor szakértőként fognak rád tekinteni, ami hosszú távú bizalmat és előteleződést épít.

Hogyan építsd fel a stratégiád?

A tartalomstratégia alapja, hogy célzottan és rendszeresen kommunikálj a közönségeddel. A jó stratégia nemcsak a láthatóságot növeli, hanem segít abban is, hogy hosszú távú kapcsolatot alakíts ki az ügyfeleiddel. Az alábbi lépések segítenek felépíteni a saját tartalomstratégiádat:

1. **Határozd meg a céljaidat:** Gondold át, mit szeretnél elérni a tartalmakkal. Legyen szó ügyfélszerzésről, márkáépítésről vagy közösségépítésről, mindig legyen világos célkitűzésed.
2. **Kommunikálj az ideális ügyfelednek:** Úgy gyárts tartalmat, mintha mindig neki kommunikálnál.
3. **Fókuszálj az ügyfélproblémákra:** Gyűjtsd össze a célközönséged leggyakoribb problémáit vagy kérdéseit és azokról készíts tartalmat.

Írd le, mi az a három leggyakoribb probléma, amivel az ügyfeleid szembesülnek és értékes tartalmat lehetne nekik készíteni?

4. **Határozd meg a tartalom típusait és csatornáit:** Azokon a felületeken kommunikálj ahol tudod hogy a célközönséged az ideje nagy részét tölti. Olyan tartalmakat készíts amiket szeretnek fogyasztani.

Tartalomtípusok:

- **Blogcikkek:** Hosszabb formátumú tartalmak, amelyek mélyebb betekintést adnak egy adott témába.
- **Videók:** Oktatóanyagok, termékbemutatók vagy személyes történetek.
- **Infografikák:** Látványos és könnyen emészthető vizuális tartalmak, amelyek adatokat vagy folyamatokat mutatnak be.
- **Podcastok:** Szakmai beszélgetések, tippek és trendek.
- **Hírlevelek:** Rendszeres e-mail kommunikáció, amely értékes információkat oszt meg az előfizetőkkel.

Ugyanazt az üzenetet több formátumban is megoszthatod, hogy különböző platformokon és igények szerint elérd az ügyfeleket.

Tartalomcsatornák:

- **Közösségi média:** Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube.
- **Saját platformok:** Weboldal, blog, e-mail lista.
- **Harmadik fél platformjai:** Vendégblogolás, partneri megjelenések, online fórumok.

Készíts tartalom naptárat

A tartalomnaptár segít abban, hogy strukturált és következetes maradj a kommunikációdban.

1. **Határozd meg az időkeretet:** Döntsd el, milyen hosszú időszakra tervezel. Például készíthetsz heti, havi vagy negyedéves naptárat.
2. **Ütemezd a tartalmakat:** Tervezd meg, hogy melyik nap milyen tartalmat fogsz publikálni, és melyik csatornán.

3. **Kapcsolj minden tartalomhoz célt:** Minden tartalomnak legyen egyértelmű célja, például edukálás, figyelemfelkeltés vagy eladás.
4. **Határozd meg a témákat:** Előre határozd meg a beütemezett posztok témáját, ez segít elkerülni azt, hogy hirtelen kelljen egy témát kitalálni.
5. **Nevezd ki tartalomgyártó blokkot:** Egy teljes napot vagy napszakot foglalj le a naptáradban, amikor elkészíted előre a tartalmakat.
6. **Időzítsd be a tartalmakat:** Időzítsd be előre a tartalmakat, hogy biztosan ne maradjon el a posztolás.
7. **Monitorozd az eredményeket:** Rendszeresen ellenőrizd, hogyan teljesítenek a tartalmaid, és ennek megfelelően finomhangold a stratégiát.

Készíts egy tartalomnaptárt a következő 2 hétre! Tervezd meg, milyen tartalmakat osztasz meg, melyik csatornán, és milyen céllal.

Kezdheted azzal, hogy először ide felírod a témákat, később pedig egy excelbe rendezed a jobb átláthatóság miatt. Ha úgy érzed ez már könnyen megy, tervezd meg hosszabb időszakokat.

IV. NAP

SZIKLÁK

A tervek megvalósítása

A tervek álmódosítások maradnak, ha nincsenek konkrét lépések, amelyek alapján megvalósítjuk őket. Az utolsó rész célja, hogy az elképzeléseidet kézzelfogható, mérhető lépésekre bontsd, amelyek segítenek a szintlépésben.

Elkezdeni - Abbahagyni - Folytatni

Gondold végig azt hogy ebből a kihívásból miket tanultál, milyen felismeréseid voltak, ami kapcsán válaszold meg a következő kérdéseket.

ELKEZDENI - Mit kell elkezdened, amit eddig nem csináltál de szükséges a céljaid eléréséhez?

ABBAHAGYNI - Mit kell abbahagynod, ami nem működött eddig?

FOLYTATNI - Mi az amit eddig is csináltál, jól működött és folytatni kell?

Fontos, de nem sürgős feladatok

Arra kérek lapozz vissza arra a részre, amikor az Eisenhower-mátrixot vettük. Nézd meg, milyen tevékenységeket, feladatokat írtál a Fontos, de nem sürgős oszlopba.

Miért kell ezzel a résszel foglalkoznunk?

A fontos, de nem sürgős feladatok azok, amelyek hosszú távú sikereink kulcsai, mégis gyakran halogatjuk őket a napi teendők miatt, mivel az időnk jelentős részét a Sürgős, de nem fontos zónában töltjük, tűzoltással.

- **Eisenhower-mátrix:**

- **Fontos és sürgős:** Azonnali figyelmet igényel.
- **Fontos, de nem sürgős:** Hosszú távú céljainkat támogatja.
- **Nem fontos, de sürgős:** Delegáld vagy minimalizáld.
- **Nem fontos és nem sürgős:** Kerüld el.

Vizsgáld át az Eisenhower-mátrixodat, és írd ide össze azokat a feladatokat, amelyeket a **Fontos, de nem sürgős** kategóriába soroltál.

Amikor megtervezzük a következő időszakot érdemes ezekre a célokra kiemelten fókuszálni.

SZIKLÁK – 90 Napos prioritások

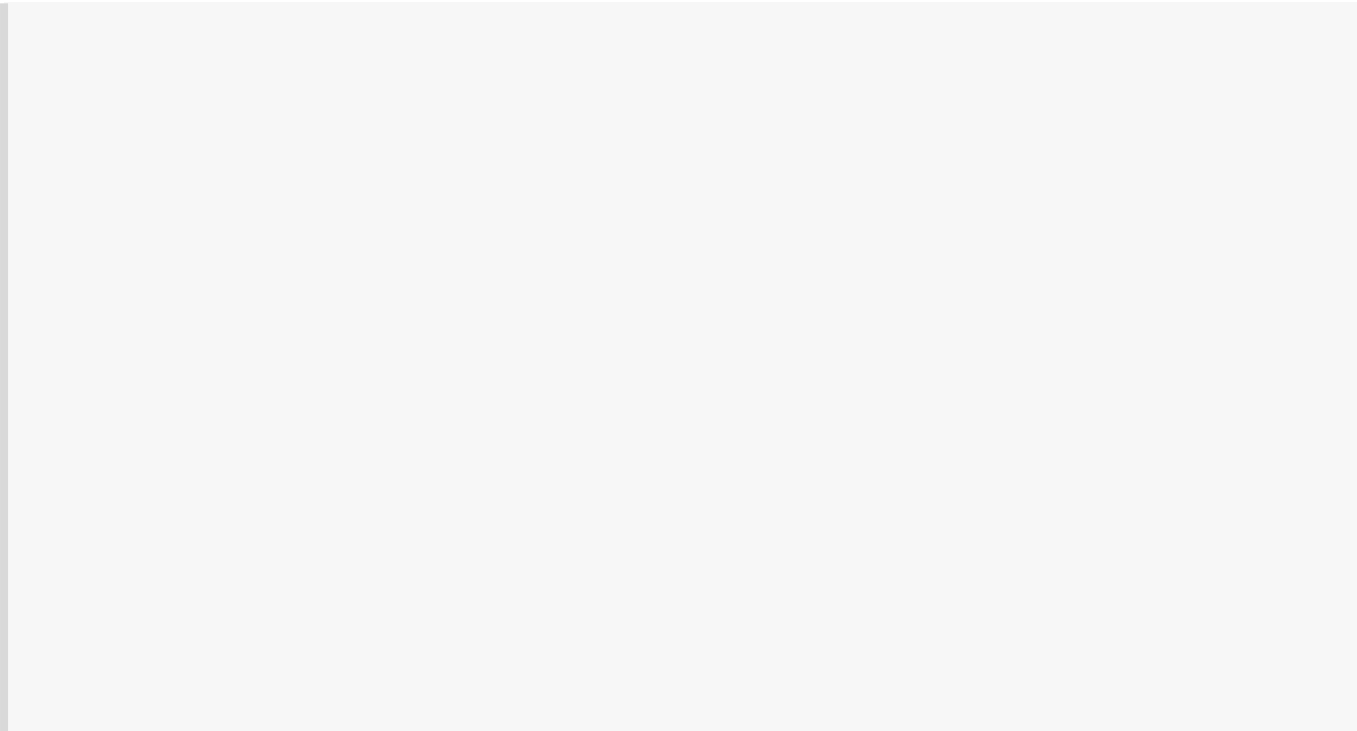
Erről a módszerről többet is megtudhatsz a *Vedd kezedbe a vállalkozásod* című könyvből, ami a Pongor Group gondozásában jelent meg.

A sziklák a vállalkozásod legfontosabb prioritásait jelentik. Ezek azok a 3-7 legfontosabb feladatok, amelyeket a következő 90 napban el kell végezned ahhoz, hogy haladj a céljaid felé. A sziklák módszere segít abban, hogy a hosszú távú céljaidat kisebb, kezelhetőbb részekre bontsd, és a napi teendők mellett is megtartsd a fókuszt.

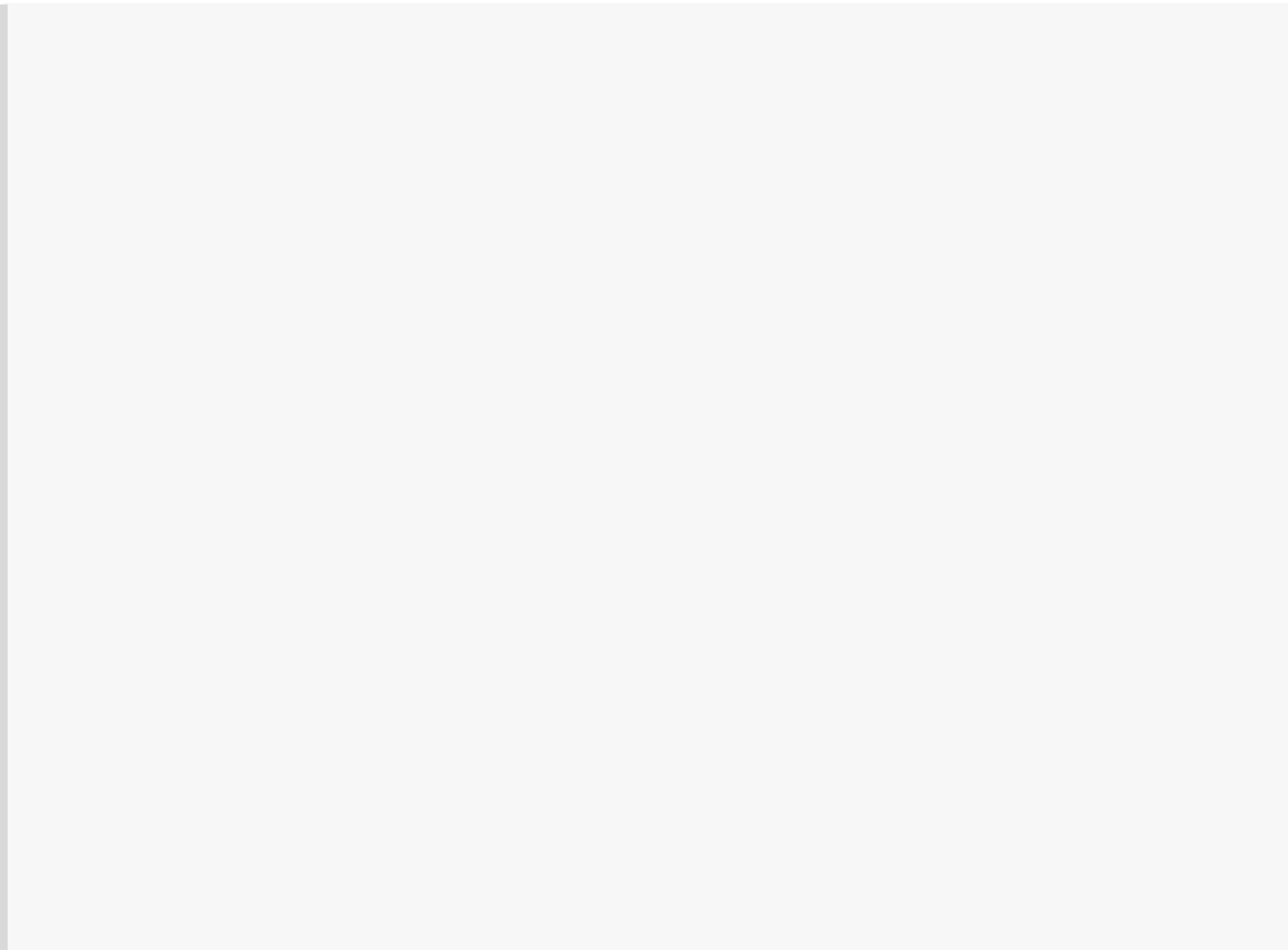
Hogyan határozd meg a sziklákat?

1. **Gyűjts ötleteket:** Írj össze minden fontos feladatot, amelyet az előző napok alapján meg kellene valósítani. Különös tekintettel a Fontos, de nem sürgős kategóriára.
2. **Prioritások felállítása:** Válassz ki 3-7 feladatot, amelyek a legfontosabbak a következő 90 napra. Ezek legyenek konkrét, mérhető és reális célok.
3. **Használd a SMART módszert a megfogalmazáshoz:**
 - S – Specifikus: Pontosan meghatározott cél.
 - M – Mérhető: Könnyen ellenőrizhető.
 - A – Elérhető: Reálisan teljesíthető.
 - R – Releváns: Kapcsolódik a hosszú távú céljaidhoz.
 - T – Időhöz kötött: Határidővel ellátott.
4. **Rendelj hozzá felelősöket:** Ha nem egyedül dolgozol, adhatsz a kollégáknak is sziklákat, viszont fontos, hogy egy sziklának csak egy felelőse lehet! Persze segítséget lehet kérni másoktól a megvalósításban, de egy emberen tudjuk csak számon kérni azt, hogy elkészült-e.

Gondold végig a fentieket, majd írd le a 3-7 legfontosabb Szikládát!



Menj tovább és most kezd el apró feladatokra bontani az egyes Sziklákat, hogy lásd, milyen feladatokat kell elvégezned ahhoz, hogy a sziklák megvalósulhassanak.



Hogyan tartsd fókuszban a sziklákat?

A sziklák megvalósításához fontos, hogy rendszeresen nyomon kövesd a haladásodat. Ehhez javasolt heti és havi áttekintést tartani.

1. Heti áttekintés:

- Ellenőrizd, hogyan haladsz a sziklákkal.
- Azonosítsd az esetleges akadályokat.
- Tűzz ki kisebb, heti célokat a sziklákhöz kapcsolódóan.

2. Havi áttekintés:

- Értékelj az előrehaladást.
- Vizsgáld meg, hogy van-e szükség korrekcióra.
- Tarts csapatmegbeszélést, ha nem egyedül dolgozol.

ZÁRÓ GONDOLATOK

Gratulálok, hogy végigcsináltad a 4 napos kihívást! Ez már önmagában is egy hatalmas lépés a céljaid és az álmaid megvalósítása felé.

Remélem, hogy a feladatok során rengeteg felismerést és hasznos eszközt kaptál, amelyek segítenek abban, hogy továbblépj, és fókuszáltabban haladj a vállalkozásod fejlesztésében.

Nagyon köszönöm a figyelmedet és az elköteleződésedet. Az, hogy időt szántál magadra és a terveidre, máris megkülönböztet téged sokaktól. A változás és a siker alapja mindig az, hogy cselekszünk, és te már megtetted az első lépéseket.

Bízom benne, hogy találkozunk személyesen a Női Vállalkozók Napján, ahol folytathatjuk az inspiráció és kapcsolatépítés útját, vagy csatlakozol a Női Vállalkozók Klubjához, hogy hosszú távon is támogathassuk egymást.

Kívánom, hogy minden sziklád megvalósuljon, és a terveidből sikeres projektek szülessenek!

Találkozzunk hamarosan! 😊

Szeretettel,
Gyöngyvér