INTERNET HUNGARY 2026

Hány ügyfelet bír el az üzleted?



Ihász Ingrid · Gépésszel

Ihász Ingrid

9,5 év
Ügynökség
Arcus · Wavemaker · GroupM

6,5 év
Kiadó
Index.hu · HOPPex

8 éve
Saját vállalkozás
DreamWorld Photography
Kattanjki Klub · Gépésszel



Claude Certified Architect – Foundations

MA, NÁLUNK

Hány ügyfelet bír el egy kis csapat?

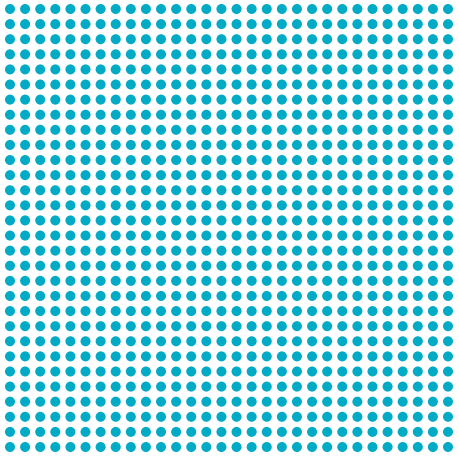
Claude

5 fő
a teljes csapatunk

Edina · ügyfélszolgálat

~900
ügyfél

egyedül, napi 6 órában



Én · marketing

3
márka

stratégiáját és marketingjét viszem

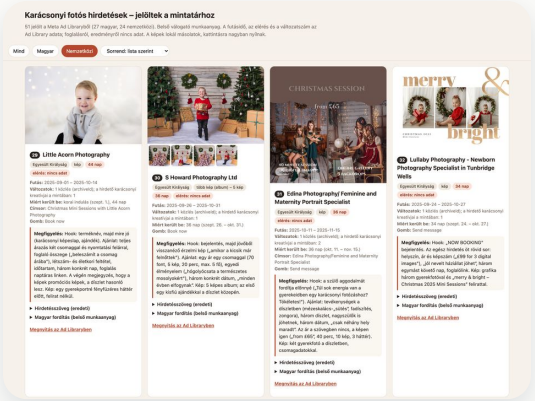
DWP

kattanjki KLUB

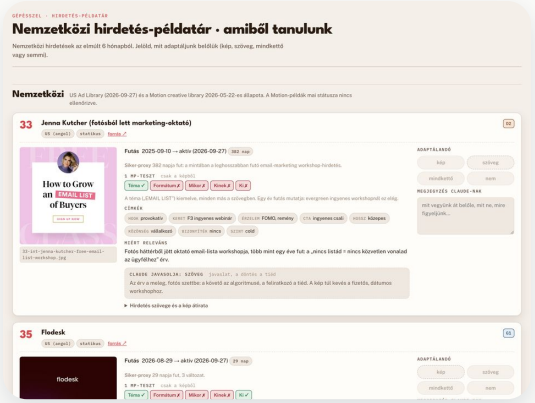
Gépésszel

MA: A PIAC

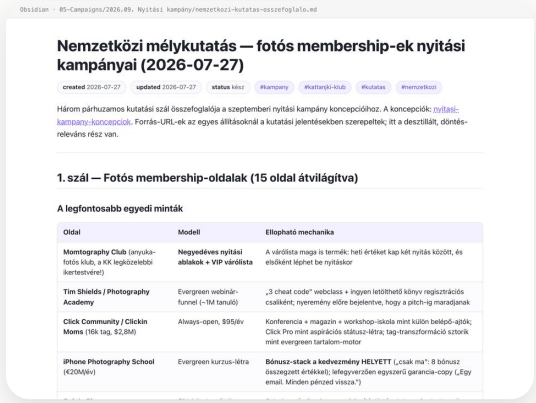
Mit tud ma egy kis cég a piacáról?



Apify
nemzetközi hirdetések és posztok lehúzva



A példatár
felcímkézett minták



Kutatási riport
KK nemzetközi összehasonlítás

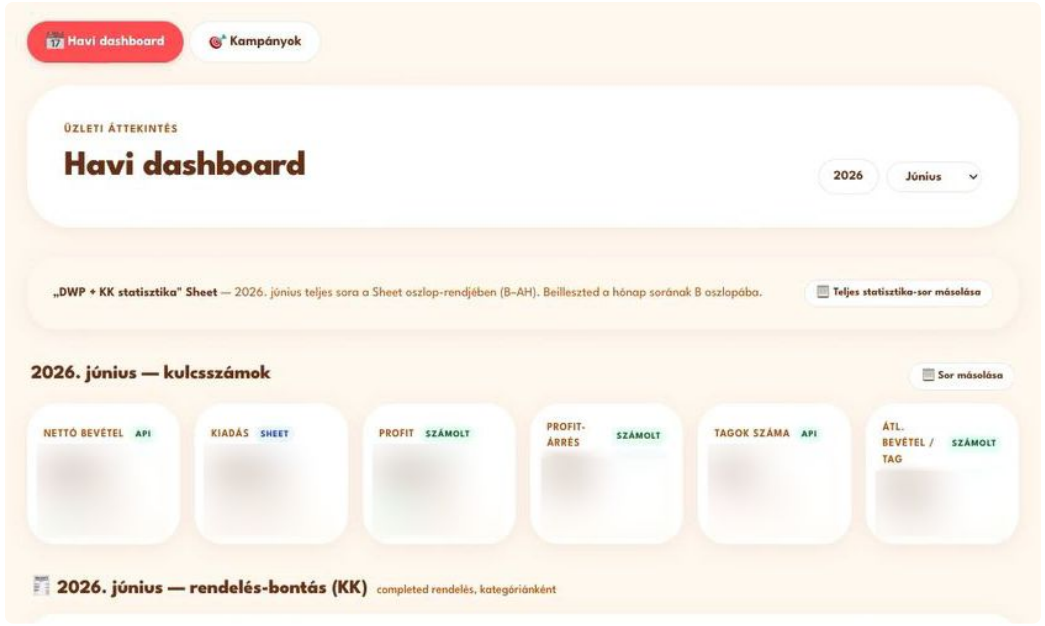
~1 óra

és pár dollár

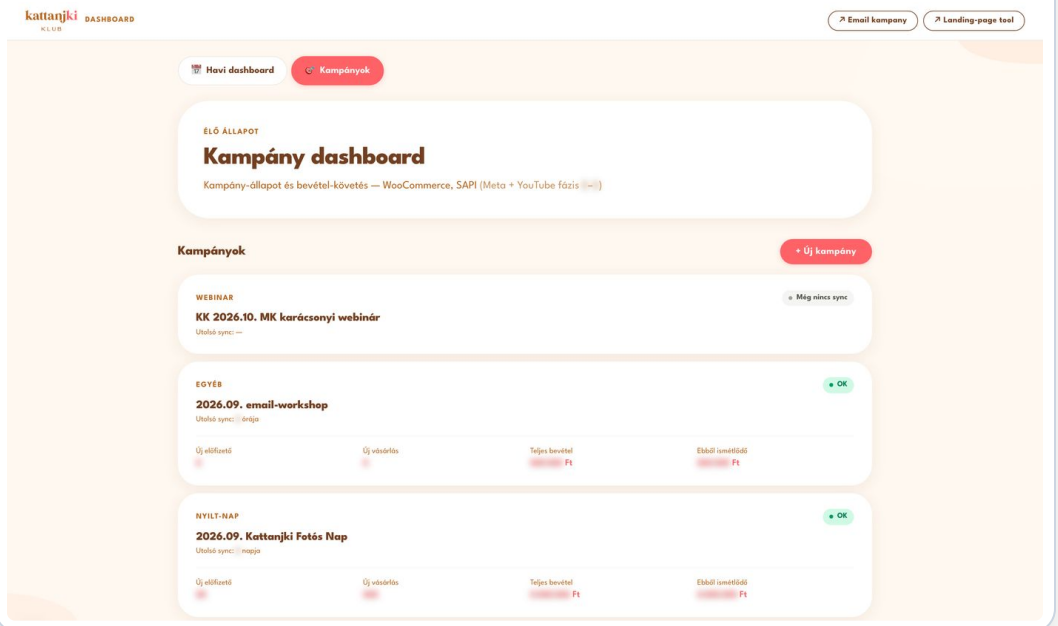
Apify kb. 0,1 $ futásonként · a hirdetések felcímkézése kb. 2 $

Látod a saját számaidat?

Havi üzleti nézet



Kampányonként egy oldal



11 adatforrás egy helyen + összefüggések.

Kis cégként ez korábban szinte lehetetlen volt.

Hová kerül a kampány tanulsága?

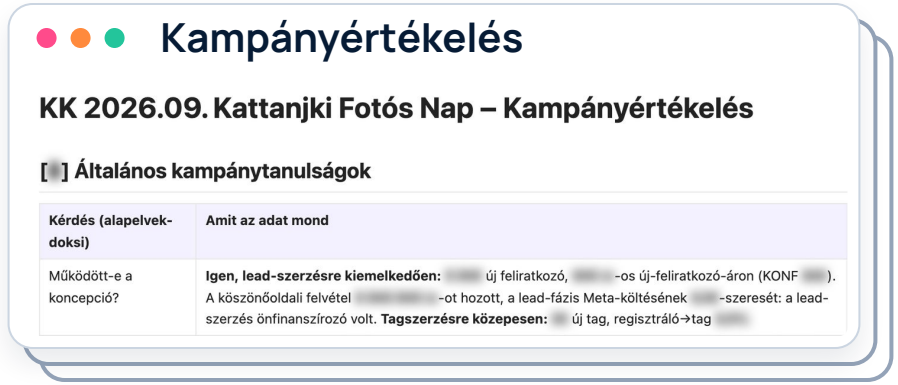
Régen



- one-pager, post-buy riport, Excelek, szétszórva
- egy új kampány előtt nehéz volt előásni és felhasználni

Ma

Obsidian



- minden kampány értékelése egy katalógusba kerül
- a következő terv ebből indul

A FOLYAMAT

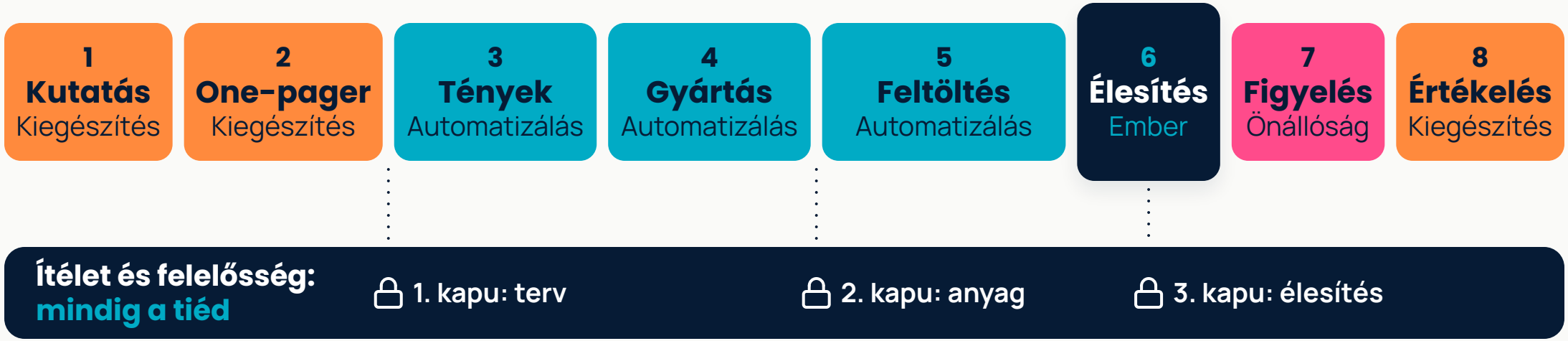
Mit adsz oda a gépnek, és mit nem?

Automatizálás
utasításra elvégez egy feladatot

Kiegészítés
gondolkodótárs, együtt dolgoztok

Önállóság
beállítod, és a nevedben dolgozik

\+ **Ember:** a döntés



Keret: *The AI Fluency Framework*, © 2025 Rick Dakan, Joseph Feller, Anthropic, CC BY-NC-SA 4.0.
A besorolás és az Ember-sáv saját adaptáció.

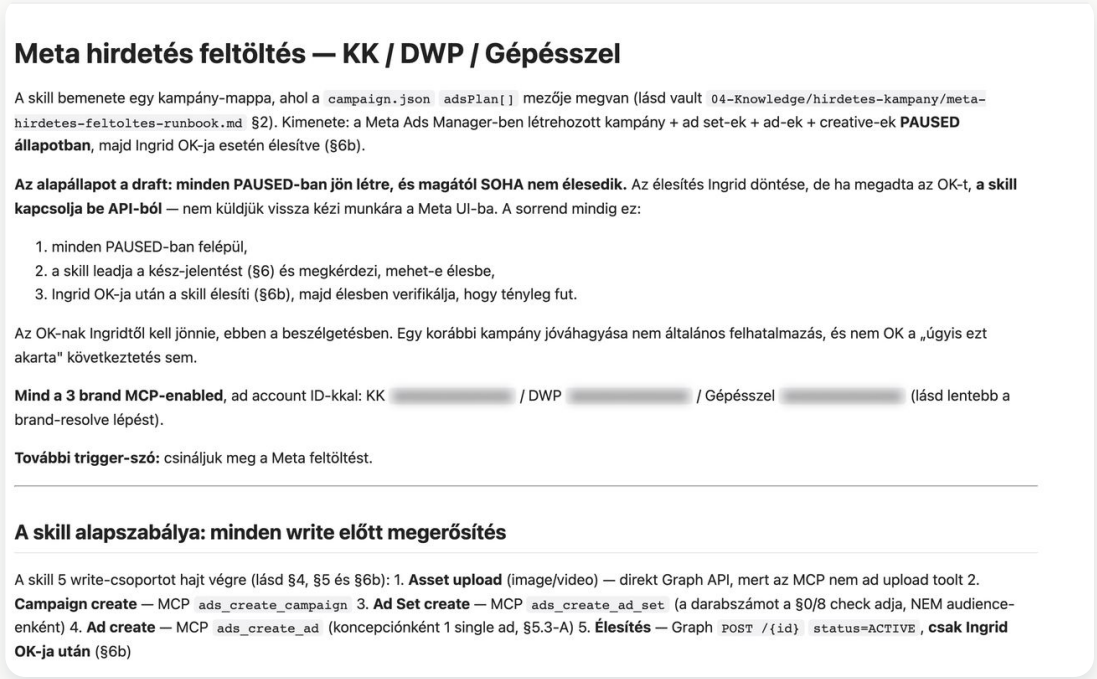
RÉGEN / MA

Mennyi ideig tart egy kampányfeltöltés?

~~2,8 óra~~

→ ~5 perc

Forrás: ClickUp időmérés, 1-5,5 óra között



Meta hirdetés feltöltés — KK / DWP / Gépésszel

A skill bemenete egy kampány-mappa, ahol a `campaign.json` `adsPlan[]` mezője megvan (lásd vault `04-Knowledge/hirdetes-kampany/meta-hirdetes-feltoltes-runbook.md` §2). Kimenete: a Meta Ads Manager-ben létrehozott kampány + ad set-ek + ad-ek + creative-ek **PAUSED állapotban**, majd Ingrid OK-ja esetén élesítve (§6b).

Az alapállapot a draft: minden PAUSED-ban jön létre, és magától SOHA nem élesedik. Az élesítés Ingrid döntése, de ha megadta az OK-t, **a skill kapcsolja be API-ból** — nem küldjük vissza kézi munkára a Meta UI-ba. A sorrend mindig ez:

1. minden PAUSED-ban felépül,
2. a skill leadja a kész-jelentést (§6) és megkérdezi, mehet-e élesbe,
3. Ingrid OK-ja után a skill élesíti (§6b), majd élesben verifikálja, hogy tényleg fut.

Az OK-nak Ingridtől kell jönnie, ebben a beszélgetésben. Egy korábbi kampány jóváhagyása nem általános felhatalmazás, és nem OK a „úgyis ezt akarta" következtetés sem.

Mind a 3 brand MCP-enabled, ad account ID-kkal: KK [redacted] / DWP [redacted] / Gépésszel [redacted] (lásd lentebb a brand-resolve lépést).

További trigger-szó: csináljuk meg a Meta feltöltést.

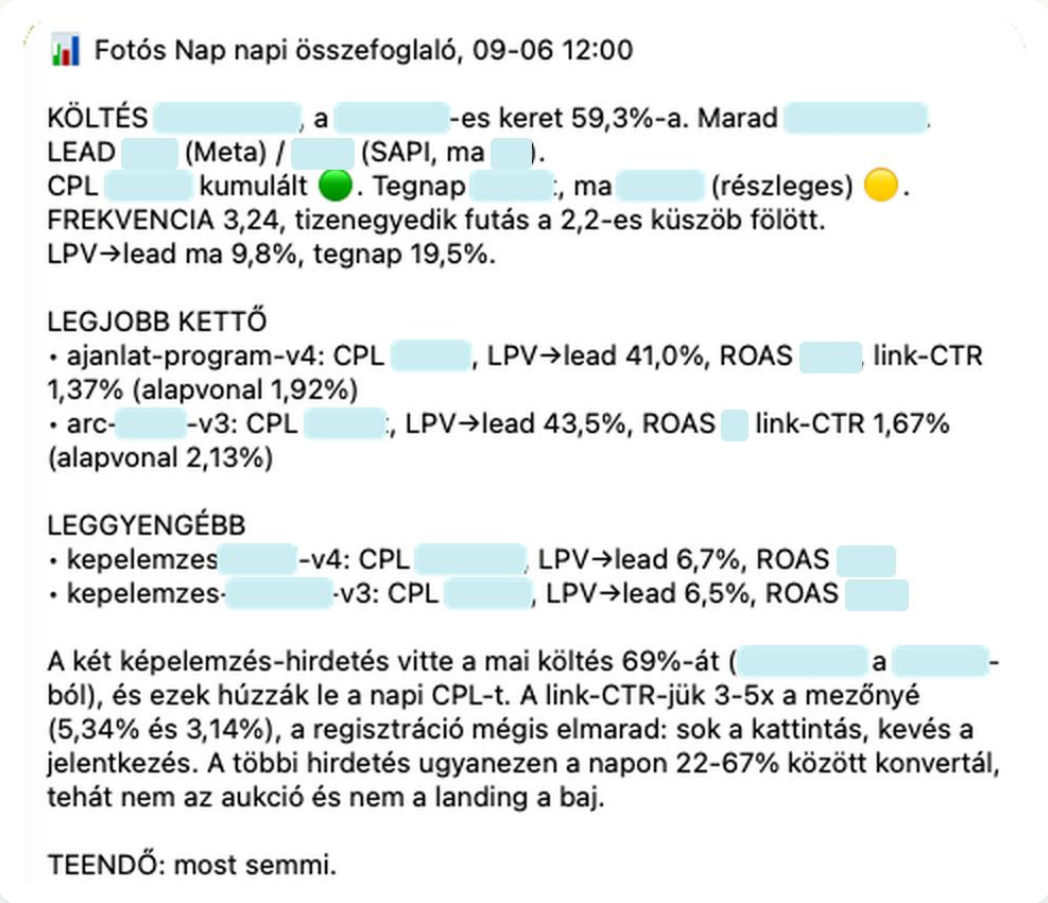
A skill alapszabálya: minden write előtt megerősítés

A skill 5 write-csoportot hajt végre (lásd §4, §5 és §6b): 1. **Asset upload** (image/video) — direkt Graph API, mert az MCP nem ad upload toolt 2. **Campaign create** — MCP `ads_create_campaign` 3. **Ad Set create** — MCP `ads_create_ad_set` (a darabszámot a §0/8 check adja, NEM audience-enként) 4. **Ad create** — MCP `ads_create_ad` (koncepciónként 1 single ad, §5.3-A) 5. **Élesítés** — Graph `POST /{id}` `status=ACTIVE`, **csak Ingrid OK-ja után** (§6b)

1 One-pager → 2 Feltöltés a géppel → **3 Meta, szüneteltetve** → 4 Jelentés Telegramon

RÉGEN / MA

Ki figyeli a kampányodat, amíg alszol?



Fotós Nap napi összefoglaló, 09-06 12:00

KÖLTÉS , a -es keret 59,3%-a. Marad .
LEAD (Meta) / (SAPI, ma).
CPL kumulált 🟢. Tegnap :, ma (részleges) 🟡.
FREKVENCIA 3,24, tizenegyedik futás a 2,2-es küszöb fölött.
LPV→lead ma 9,8%, tegnap 19,5%.

LEGJOBB KETTŐ
• ajanlat-program-v4: CPL , LPV→lead 41,0%, ROAS , link-CTR 1,37% (alapvonal 1,92%)
• arc--v3: CPL :, LPV→lead 43,5%, ROAS link-CTR 1,67% (alapvonal 2,13%)

LEGGYENGÉBB
• kepelemzes -v4: CPL , LPV→lead 6,7%, ROAS
• kepelemzes- -v3: CPL , LPV→lead 6,5%, ROAS

A két képelemzés-hirdetés vitte a mai költés 69%-át (a -ból), és ezek húzzák le a napi CPL-t. A link-CTR-jük 3-5x a mezőnyé (5,34% és 3,14%), a regisztráció mégis elmarad: sok a kattintás, kevés a jelentkezés. A többi hirdetés ugyanezen a napon 22-67% között konvertál, tehát nem az aukció és nem a landing a baj.

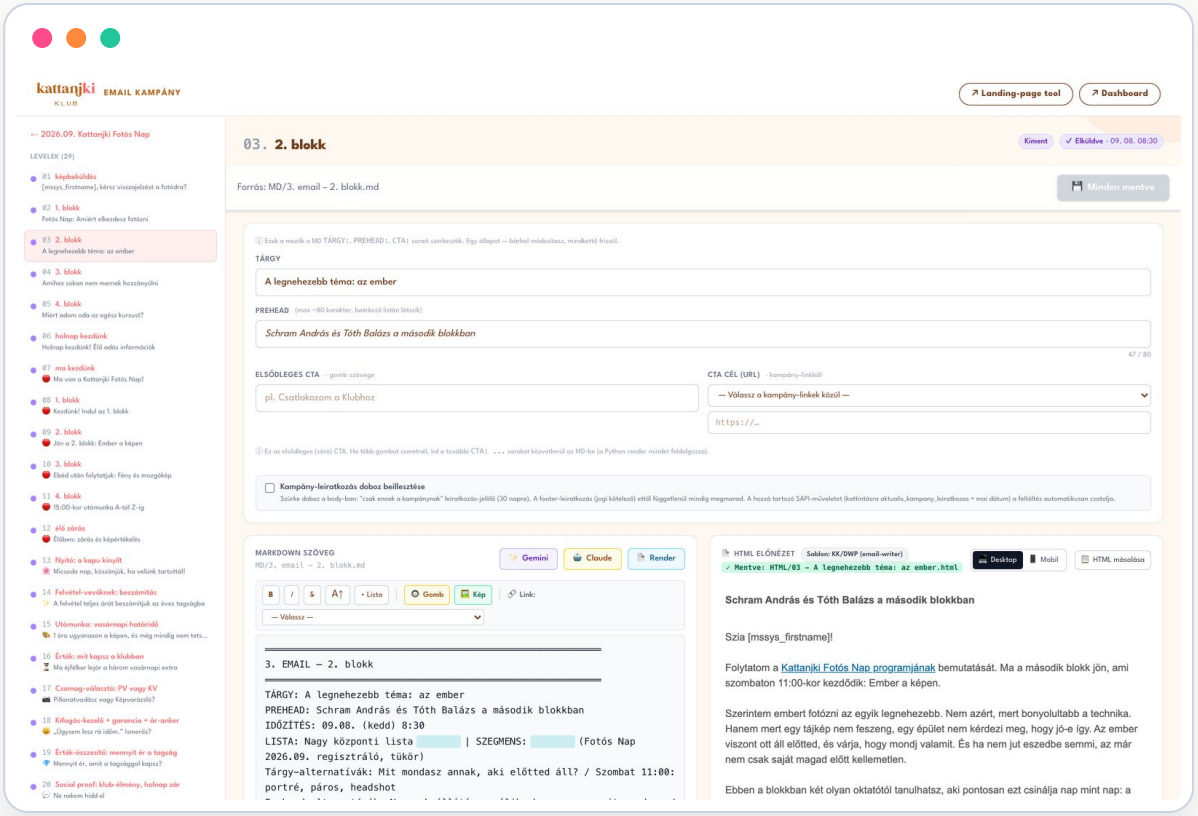
TEENDŐ: most semmi.

- **Régen:** akkor néztem rá, ha belefért
- **Ma:** 4 óránként egy kör, hirdetés, bolt, levelek, landing
- Telegramon napi összefoglaló, riasztás csak akkor, ha baj van
- **Jelenleg csak jelez:** a hirdetési fiókhoz nem nyúl

RÉGEN / MA

Kire bízod a kampány leveleit?

- A legfontosabb csatorna
- **Régen:** 2 munkanap, egy nap megírni, egy nap feltölteni (másolgatva)
- **Ma:** 30 perc, átfutom és API-n mennek fel, az aktiválás külön utasításra



Ahol a csatorna azonosítható volt, a legtöbb kampányban az e-mail hozta a legtöbb bevételt (9 kampányértékelés).

RÉGEN / MA

Hány programot nyitsz meg egy nap?

Régen

- Meta Ads Manager
- Canva
- WordPress
- SalesAutopilot
- Google Táblázatok
- Google Drive
- GA4
- Számlázz.hu
- Metricool
- ClickUp

Ma

- Claude
- Telegram

> A gép API-n éri el őket, neked nem kell megnyitnod.

Mi az új szűk keresztmetszet?



Leginkább én.

Egy nap kész lett minden anyag, a feltöltés mégsem indult el, mert a jóváhagyás nálam várt.

Mivel töltöd a felszabaduló időt?



Több ügyfél

ugyanazzal a csapattal

Mélyebb munka

ugyanannak az ügyfélnek, több teszt, beárazva

Idő magadra

pihenés, stratégia, új ötlet

Hol kezdd el most?

1 Ismétlődő feladatok automatizálása

Pl. kampányfeltöltés skill

2,8 óra → ~5 perc

2 Tudásbázis építése

Napi munka, tanulságok, eredmények

Claude + Obsidian



GÉPÉSSZEL

Ihász Ingrid

- ingrid@gepesszel.hu
- @gep.esszel
- gepesszel.hu