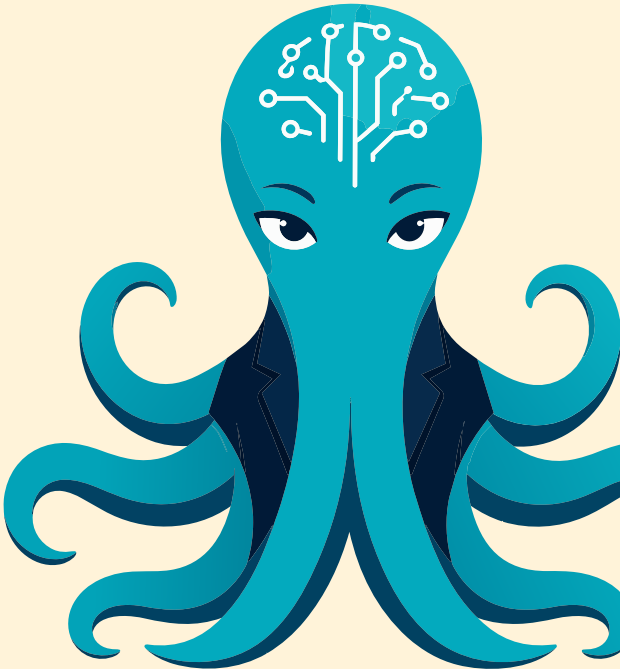
Gépésszel

GYAKORLATI ÚTMUTATÓ

AI kutatási útmutató

Sablonok, promptok és receptek négy szinten



Vállalkozóknak, akik már használják az AI-t, de érzik, hogy a „mélykutatás” gomb még csak a kezdet.

MIELŐTT BELEKEZDESZ

Hogyan használd ezt az útmutatót

Amikor megkérdeztem a hírlevél-feliratkozóimat, mi viszi el tőlük a legtöbb időt, a válaszadók 59%-a a kutatást, az utánajárást, az infógyűjtést jelölte meg. Ez állt a lista élén, minden adminisztráció, tartalomgyártás és ügyfélkezelés előtt.

Ez az útmutató erről az 59%-ról szól. A videóban végigmentünk a négy szinten, és megmutattam, hogyan néz ki mindegyik nálam. Ide az került, ami a képernyőn nem fér el: a sablonok, a kész promptok, a konnektor-lista és a receptek, amiket ki tudsz másolni és a saját helyzetedre alkalmazni.

Nem kapsz listát arról, hogy melyik a tizenkét AI eszköz, amit idén ismerned kell. Fél év múlva úgyis mást hívnának így. Fejlesztői útmutatót sem kapsz, mert én sem vagyok fejlesztő, és nem is kell annak lenni. Amit itt olvasol, azt a saját cégeimben csináltam meg, jellemzően úgy, hogy megmondtam, mire van szükségem, és mik az adatforrások.

Egy dolgot érdemes tisztázni, mielőtt belekezdesz. A kutatás akkor ér valamit, ha nem a fióknak készül. A videóban elmeséltem, hogyan lett egy tökéletes riportomból pontosan semmi, és nem a riporttal volt baj.

Ezért van ebben az anyagban minden fejezet végén egy tízperces lépés, és ezért egy kutatás-napló is. Ha egyetlen oldalt használsz belőle, az legyen az.

ÖNTESZT

Hol tartasz most?

Mind a négy szint önmagában is működik, és sokkal többet hoz, ha a következő fokra lépsz onnan, ahol most állsz, mint ha átugranál hármat. Fuss végig az állításokon, és jelöld, melyikre tudsz igennel válaszolni.

1. szint: Kézi mélykutatás a nyilvános weben

- [ ] Az elmúlt hónapban indítottam legalább egy mélykutatást.
- [ ] Amikor kutatást kérek, megmondom azt is, milyen döntéshez kell.
- [ ] A legutóbbi kutatásomból lett konkrét lépés is, nem csak egy dokumentum.

2. szint: Kutatás a saját adataid között, konnektorokkal

- [ ] Legalább egy konnektor be van kötve (levelezés, naptár, tárhely, projektkezelő).
- [ ] Kérdeztem már az AI-t úgy, hogy a saját adataimban keressen, ne a weben.
- [ ] Tudom, melyik konnektor hivatalos, melyik a szolgáltatóé, és melyik közösségi.

3. szint: Automatikus, magától elinduló kutatás

- [ ] Van legalább egy ütemezett futásom, amit nem nekem kell elindítanom.
- [ ] Van olyan utánajárás, amit hétről hétre nagyjából ugyanúgy csinálok végig.
- [ ] Le tudnám diktálni lépésről lépésre, mit nézek meg ilyenkor és hol.

4. szint: Kutatás, ami beépül egy eszközbe és folyamatosan fut

- [ ] Van olyan kutatás, aminek az eredménye magától odakerül, ahol dolgozom.
- [ ] Több forrásból áll össze, és már megszűrve kapom kézhez.
- [ ] Akkor is fut, ha egy hétig rá sem nézek.

Hol kezdd?

Keresd meg az első szintet, ahol nemmel válaszoltál, és ott nyisd ki az útmutatót.

1. szint: 4. oldal 2. szint: 13. oldal 3. szint: 16. oldal 4. szint: 19. oldal

Egy lépés most. Karikázd be azt a szintet, ahol az első nem jött. Írd mellé egy mondatban, melyik konkrét utánajárás jut eszedbe róla a saját heteidből. Ez lesz az a feladat, amin a következő fejezetet ki fogod próbálni.

1. SZINT · KÉZI MÉLYKUTATÁS

A mélykutatás-indító sablon

A legtöbb mélykutatás így indul: „nézz körül ebben a témában”. És pontosan azt is kapod rá, amit kértél: húsz oldal masszát. Minden állítás igaz, minden bekezdés érdekes, és a végén semmit nem tudsz vele kezdeni. Öt dolgot érdemes tisztáznod, mielőtt elindítod.

1 **Milyen döntéshez kell**

Ha nincs mögötte döntés, nincs mérce sem, amihez a gép igazíthatná a választ. Példa: „El kell döntenem, melyik videóvágó eszközre építsek rendszert.”

2 **Kinek szól, milyen vállalkozásnak**

Egy háromfős magyar oktatóvállalkozásnak nem ugyanaz a jó lépés, mint egy nemzetközi ügynökségnek. Példa: „Egyszemélyes magyar vállalkozás, online oktatás, havi néhány videó.”

3 **Milyen formában kérem**

A forma megszabja, mennyi munka lesz utána a riportból cselekvést csinálni. Példa: „Táblázat eszközönként: mit tud, mibe kerül, mi a kockázat, a végén egy ajánlás indoklással.”

4 **Honnan dolgozzon**

Ha nem szűkíted, a gép a legkönnyebben elérhető marketinganyagot fogja visszaadni. Példa: „Gyártói dokumentáció és valódi felhasználói tapasztalatok az elmúlt egy évből, ne cégbemutató oldalak.”

5 **Mit szeretnék belőle adaptálni**

Ez fordítja át az információt lépésekké, e nélkül maradsz a leírásnál. Példa: „Olyan lépéseket keresek, amiket egy héten belül el tudok kezdeni fizetett hirdetés nélkül.”

MÁSOLD KI

A sablon

Ez az öt mező a sablon. Másold ki, töltsd ki, indítsd el.

```
Mélykutatást kérek az alábbi témában: [téma]

Döntés, amihez kell: [mit fogok eldönteni a riport alapján]
A vállalkozásom: [méret, terület, piac, jelenlegi helyzet]
Kimeneti forma: [táblázat / lépéslista / összehasonlítás + ajánlás]
Források: [milyen forrásokra támaszkodj, mit kerülj]
Amit adaptálni szeretnék: [milyen lépéseket keresek, milyen korláttal]

A riport végén sorold fel a konkrét, megtehető lépéseket,
és jelöld, melyik hozza a leggyorsabb eredményt.
```

Rossz kérés, jó kérés

Az öt mező elsőre soknak tűnik. Itt van három valós helyzet, ahogy a legtöbben kérdezik, és ahogy érdemes. A különbség nem a hosszban van, hanem abban, hogy van-e mögötte döntés.

Eszközválasztás

Így szokták kérdezni: „Milyen AI-eszközök vannak videóvágásra?"

Amit visszakapsz: húsz eszköz felsorolása, mindegyikről két bekezdés. Nem tudsz belőle választani, mert nem tudja, mi számít neked.

Így érdemes: „Milyen eszközökkel vágható videó AI-jal? Ez alapján választok eszközt és rendszert építek rá. Egyszemélyes vállalkozás vagyok, havi négy videó, magyar nyelvű felirattal. Táblázatot kérek: mit tud, ár, mennyi tanulás kell hozzá, mennyire automatizálható. A végén ajánlás és tesztelési sorrend."

Versenytárs

Így szokták kérdezni: „Elemezd ennek a cégnek a marketingjét."

Amit visszakapsz: egy tisztes leírás arról, mit csinál a cég. Érdekes olvasmány, de a te cégedről egy szó sincs benne.

Így érdemes: „Nézd meg, hogyan gyűjt ez a cég feliratkozókat, és mondj tíz konkrét lépést, amit egy egyszemélyes magyar vállalkozás hirdetési keret nélkül át tud venni belőle. Mindegyiknél írd oda, mennyi munka."

Piac és ügyfélkör

Így szokták kérdezni: „Mi a trend most ebben az iparágban?"

Amit visszakapsz: általános piaci körkép, olyan mondatokkal, amiket bármelyik konferencián hallottál már.

Így érdemes: „Milyen problémákról beszélnek nyilvánosan [ez a célcsoport], és milyen szavakkal fogalmazzák meg? Ez alapján döntöm el, milyen üzenettel megyek eléjük a következő fél évben. Az öt leggyakoribb problémát kérem, mindegyikhez a saját szavaikkal megfogalmazott mondattal."

EGY LÉPÉS MOST



Vedd elő a legutóbbi kérésedet, amit AI-nak írtál, és nézd meg, benne volt-e, hogy milyen döntéshez kell. Ha nem, írd bele, és indítsd újra. Ugyanaz a téma, más válasz.

MÁSOLD KI

Öt kész prompt, amit használhatsz

Cseréld ki a szögletes zárójeles részeket, a többit hagyd úgy.

1. Versenytárs marketingjének kutatása

Akkor jó, ha van egy vállalkozás, aki láthatóan jól csinálja, és szeretnéd megérteni, mit lehet ebből a te méretedben átvenni. Nem másolni, adaptálni.

```
Mélykutatást kérek erről a vállalkozásról: [név vagy weboldal]

Döntés: a következő negyedéves marketingtervemet erre alapozom.
A vállalkozásom: [méret, terület, piac], a jelenlegi
lead-gyűjtésem: [amit most csinálsz].

Nézd meg, hogyan gyűjtenek feliratkozókat, milyen ingyenes
tartalmaik és eseményeik vannak, hogyan vezetik el az érdeklődőt
a fizetős ajánlatig, és milyen csatornákon vannak jelen.

Kimenet: 10 konkrét, megtehető lépés, mindegyiknél írd oda,
mennyi munka és mennyi pénz kell hozzá, és mit várhatok tőle.
Ne írj olyat, amihez csapat vagy nagy hirdetési keret kell.
```

2. Eszközválasztás döntés előtt

Akkor jó, ha valamit meg akarsz oldani, de nem tudod, milyen eszközök léteznek rá. Ez a leggyorsabban megtérülő kutatástípus, mert konkrét vásárlási vagy építési döntést előz meg.

```
Mélykutatást kérek: milyen eszközökkel oldható meg ma
[a feladat, amit automatizálni vagy megoldani akarsz].

Döntés: ez alapján választok eszközt, és rendszert építek rá.
Amit szeretnék: [mit csináljon a rendszer, milyen bemenetből
milyen kimenetet]. Korlátok: [havi keret, technikai szint,
mennyi időt szánsz rá].

Kimenet: táblázat eszközönként (mit tud, ár, tanulási görbe,
mennyire lehet automatizálni, mi a kockázat), utána egy ajánlás
és egy tesztelési sorrend. A tapasztalatok legyenek frissek.
```

MÁSOLD KI

Öt kész prompt · folytatás

3. A saját piacod vagy ügyfélköröd kutatása

Akkor jó, ha érzed, hogy változik valami az ügyfeleidnél, de csak sejtésed van róla. Itt a lényeg, hogy a kutatás a te ajánlatodhoz kapcsolódjon, ne általános piaci körkép legyen.

```
Mélykutatást kérek erről a célcsoportról: [kik ők, mivel
foglalkoznak, milyen piacon].

Döntés: eldöntöm, milyen ajánlattal és milyen üzenettel
menjek eléjük a következő fél évben.
Amit ma kínálok: [terméked vagy szolgáltatásod egy mondatban].

Nézd meg, milyen problémákról beszélnek nyilvánosan, milyen
megoldásokat próbáltak már, mire panaszkodnak a meglévő
szolgáltatókkal kapcsolatban, és milyen szavakat használnak
minderre.

Kimenet: az öt leggyakoribb probléma, mindegyikhez a saját
szavaikkal megfogalmazott idézetszerű mondat, és öt javaslat,
hogyan igazítsam ehhez az ajánlatomat.
```

A negyedik és az ötödik prompt a következő két oldalon jön: a terepfelmérés, ha még nem vagy otthon a témában, és a tartalom-téma kutatása.

MÁSOLD KI

4. Terepfelmérés, mielőtt mélyre mennél

Van egy eset, amikor a jó prompt sem segít: amikor még annyira sem vagy otthon a témában, hogy tudd, mit kellene kérdezned. Ilyenkor a hiányzó szakszavak miatt a kutatás pont a lényeget kerüli el, te meg azt hiszed, hogy az AI nem tud eleget. Bontsd két körre. Ez itt az első kör, néhány perc az egész, és a válaszból nyered ki a szavakat a mélykutatáshoz.

```
Még nem vagyok otthon ebben a témában: [téma egy mondatban].
Mielőtt mélykutatást indítok, segíts felmérni a terepet.

Mondd el, milyen megközelítések léteznek erre, milyen
szakkifejezéseket használnak azok, akik ezzel foglalkoznak,
milyen eszközkategóriák vannak, és mi az a három–négy kérdés,
amit egy hozzáértő feltenne a helyemben.

Röviden írd, ne részletezz. A szakkifejezéseket külön
listázd, mert azokkal fogom indítani a következő kutatást.
```

Ez egyben azt is jelenti, hogy egy témában nem egyszer kutatsz. A második kutatásod jobb lesz az elsőnél, a harmadik a másodiknál. Aki egy kör után leteszi, az a saját tanulási görbéje legaljáról ítéli meg az egész eszközt.

MÁSOLD KI

5. Tartalom-téma: mi van már kint, és mi hiányzik

Akkor jó, ha van egy témád, amiről írnál vagy videóznál, de nem akarod ugyanazt elmondani, amit már mindenki. Ez a legolcsóbb módja annak, hogy ne a tizedik ugyanolyan anyagot gyártsd le.

```
Mélykutatást kérek erről a témáról: [téma].

Döntés: eldöntöm, milyen szögből készítsem el a következő
[blogposztomat / videómat / hírlevelemet] róla.
A közönségem: [kik ők, mit tudnak már a témáról].

Nézd meg, mi van már kint erről magyarul és angolul, milyen
szögekből dolgozták fel, és mi az, amiről feltűnően kevés szó
esik. Külön jelöld, ha valamiben ellentmondanak egymásnak
a források.

Kimenet: öt lehetséges szög, mindegyiknél egy mondat arról,
kinek szólna és miért nem unalmas. A végén jelöld, melyik
a legkevésbé lefedett.
```

EGY LÉPÉS MOST

Válaszd ki az ötből azt, amelyik a mai helyzetedre a legjobban illik, töltsd ki a szögletes zárójeles részeket, és indítsd el. Amíg fut, olvass tovább, mire a következő oldal végére érsz, kész lesz.

Ami a riport után jön

Itt bukik el a legtöbb kutatás. Nem a rossz kérdésen, nem a gyenge riporton. Azon, hogy a listából soha nem lesz cselekvés. A jó riport ugyanolyan könnyen kerül a fiókba, mint a rossz, sőt a jó veszélyesebb, mert a tíz remek lépés látványa maga is olyan érzést ad, mintha már csináltál volna valamit.

Ha egyetlen dolgot viszel el ebből az útmutatóból, ez legyen az: a riport után még aznap tegyél meg egy konkrét lépést. Nem holnap, nem a jövő héten. Aznap, akkor is, ha kicsi.

A cél nem az eredmény, hanem az, hogy a kutatás átlépjen az olvasásból a csinálásba.

Hogyan válaszd ki azt az egy lépést

Ne a leghasznosabbat keresd a listából, mert az általában a legnagyobb is. Azt válaszd, amelyik mind a három feltételnek megfelel:

1. **Ma el tudod kezdeni.**
2. **Nem kell hozzá senki más jóváhagyása vagy közreműködése.**
3. **Nem igényel új eszközt vagy új költést.**

Ha ilyen nincs a listán, vedd a legnagyobb tételt, és vágd le belőle az első fél órát. Egy versenytárs-kutatásnál ez lehet egyetlen feliratkozás a hírlevelükre. Egy eszközkutatásnál egyetlen próbafiók megnyitása. Egy piackutatásnál egyetlen mondat átírása az ajánlatodban.

A maradék kilenc lépéssel is kezdened kell valamit, különben pont oda kerül, ahonnan ki akartuk menteni. Ne dokumentumként tedd el őket, hanem feladatként, oda, ahol a munkádat amúgy is nézed, dátummal. Ami dátum nélkül marad, az nem terv, csak emlék egy jó ötletről.

MUNKALAP

Kutatás-napló

Ez az egy oldal az, ami miatt ez az útmutató nem lesz maga is fióklakó. Nyomtasd ki, vagy másold be oda, ahol dolgozol, és minden kutatás után töltsd ki egy sorral.

Dátum	Mit kutattam	Milyen döntéshez kellett	Az egy lépés, amit aznap megtettem	A többi lépés hova és mikorra került

Ha egy hónap múlva visszanézel rá, és a negyedik oszlop üresen maradt, akkor nem az AI-val van a baj.

Egy lépés most. Vedd elő a legutóbbi kutatásodat, azt is, ami hetek óta olvasatlanul áll. Húzz ki belőle egy lépést, amit ma el tudsz kezdeni, és kezdd is el. Írd be az első sorba.

A konnektor-tábla

A nyilvános webről bármilyen jó riportot kapsz, ugyanazt a riportot a versenytársad is le tudja kérni. Ugyanazokból a forrásokból, öt perc alatt. Amiben viszont nincs versenytársad, az a saját adatod. Csak szét van szórva tíz rendszerben, és pont ezért nem használja senki.

A konnektor az a kötés, amivel az AI ránéz ezekre a rendszerekre. Három csoportban érdemes gondolkodni:

Hivatalos konnektor

A Claude-ban készen van egy csomó. Én mindegyikhez csatlakoztam, ahol van fiókom.

Szolgáltatói konnektor

Ha valamihez nincs hivatalos, attól még lehet, hogy maga a szolgáltató adott ki sajátot. Mindig ellenőrizd, mielőtt lemondanál róla.

Közösségi konnektor

Valaki más írta. Nézd meg, ki az, mielőtt hozzáengeded az adataidhoz. Ha most kezded, maradj az első kettőnél, bőven lesz velük dolgod hónapokig.

Amit én használok, és amit érdemes kérdezni tőlük

A következő oldalon ott a tábla. A jobb oldali oszlop a lényeg: nem az a nehéz, hogy bekösd a konnektort, hanem hogy eszedbe jusson, mit kérdezz tőle.

2. SZINT · A SAJÁT ADATAID

Amit én használok, és amit érdemes kérdezni tőlük

Konnektor	Mi van benne, amiről elfeledkezel	Kérdezd meg tőle ezt
Levelezés (Gmail)	Minden ígéret, amit ügyfélnek tettél, és minden kérdés, amit már megválaszoltál	„Nézd át az elmúlt fél év leveleit, és mondd meg, milyen kérdés jött vissza a legtöbbször ügyfelektől.”
Tárhely (Drive)	A saját anyagaid, amikről már azt sem tudod, hogy megvannak	„Van már anyagom erről a témáról? Ha igen, hol, és mikor készült?”
Naptár	Kivel mikor beszéltél, és milyen ritmusban	„Kivel találkoztam az elmúlt három hónapban többször is, és mi volt a téma?”
Tervező (Canva)	A kész vizuális anyagaid és sablonjaid	„Milyen sablonom van már, amit ehhez a kampányhoz újra tudok használni?”
Projektkezelő (ClickUp)	Amit felvettél, és azóta sem mozdult	„Mi az a feladat, ami több mint egy hónapja nyitva áll, és senkihez nincs rendelve?”

És ahol ebből tényleg időmegtakarítás lesz. Amíg egyesével kérdezgeted a rendszereidet, addig ez kényelem. Az igazi ugrás ott van, amikor olyan skillt készítesz, ami több forrásból húzza össze az adatot egyetlen kérdésre. A videóban ezt mutattam meg az ügyfél-áttekintő skillel: egy ügyfélnél a kattintgatás még csak bosszantó, tíz-húsz ügyfélnél már számottevő idő, amit senki nem tervez be, mégis minden nap elmegy rá.

EGY LÉPÉS MOST

Köss be egyet abból, amiben a legtöbb munkád áll: a levelezésedet vagy a fájlkezelődet. Utána tedd fel neki a táblázatból a hozzá tartozó kérdést, szó szerint. Ha értelmes választ ad, megvan a második szinted.

2. SZINT · BIZTONSÁG

Mielőtt hozzáférést adsz

Ez az a rész, amit a lelkes AI-tartalmak általában kihagynak. A saját rendszereidhez adott hozzáférés más súlyú döntés, mint egy webes keresés, és nem attól leszel profi, hogy gyorsan rábólintasz mindenre. Fuss végig ezen a négy ponton, mielőtt bekötöd az elsőt.

1. A kutatás olvasson, ne írjon.

Az alapállás az, hogy az AI csak olvassa az adataidat. Ne módosítson, ne töröljön, és főleg ne küldjön ki magától semmit. Ha valamit tényleg el kell küldeni, az külön, explicit jóváhagyással történjen, ugyanúgy, ahogy egy új kollégának sem adsz első nap küldési jogot a céges postafiókhoz. Ez nem bizalmatlanság, hanem munkarend.

2. Érzékeny adatnál állj meg.

Ha olyan adattal dolgozol, ami különleges védelmet élvez, például személyes adattal, ott sokkal óvatosabban kell eljárni. Ez itt nem jogi tanácsadás, és nem is helyettesíti azt: egyeztess jogásszal vagy ügyvéddel, és csak utána engedd rá az AI-t a rendszereidre. Nem izgalmas lépés, de olcsóbb, mint utólag rendezni.

3. Közösségi konnektornál nézd meg a forrást.

Ha nem hivatalos és nem a szolgáltató adta ki, akkor valaki más írta. Járj utána, ki az.

4. Ha többen dolgoztok, gondold végig, ki mit lásson.

Nem mindenkinek kell mindent látnia, és ez nem bizalmi kérdés, hanem józan ész. Ha egyedül vállalkozol, ez a pont kimarad, neked elég a konnektorokat összekötni. Ha van csapatod, ezt jobb az elején végiggondolni, mint akkor, amikor már mindenki mindent lát.

A lényeg: a hozzáférés nem egy „mindent vagy semmit” kapcsoló. Rétegekben adod, felülről nézed, és bármikor visszaveheted.

Egy lépés most. Írd össze három percben, mely rendszereidben van olyan adat, amit külsősnek nem mutatnál meg. Ez a lista lesz a határvonal: minden más mehet be a kutatásba, ezekről pedig külön döntesz.

Rendszer	Mi van benne, ami érzékeny	Bemehet a kutatásba?

Az ütemezett futás receptje

A harmadik szinten nem te mész a kutatásért, hanem a kutatás vár rád, készen, amikor leülsz. A videóban a hétfő reggeli meeting agendámon mutattam meg, hogy néz ki ez élesben. Egyszer lediktáltam a Claude-nak, mit szoktam megnézni a meeting előtt, és abból lett egy visszatérő lépéssor. Itt van ugyanez receptként, hogy a saját rutinodra rá tudd húzni.

1. **Válassz egy rutint,**
   amit rendszeresen, kézzel nézel át. Heti összegzés, havi számla-ellenőrzés, hétfő reggeli körkép. Olyat, ami tényleg ismétlődik, nem olyat, ami egyszer volt.

2. **Mondd el pontosan, mit nézel meg és milyen sorrendben.**
   Ne fogalmazz általánosan. Melyik rendszert nyitod meg elsőnek, ott mit keresel, mi az, ami érdekel, és mi az, ami sosem. A sorrend is információ.

3. **Mondd meg, hova kerüljön az eredmény.**
   Piszkozatba, dokumentumba, üzenetbe. Oda, ahol egyébként is dolgozol, különben nem fogod elolvasni.

4. **Állítsd be, mikor fusson.**
   Akkorra, amikor egyébként is nekiülnél.

5. **Az első pár futást nézd át és pontosíts.**
   Az elsőre kapott anyag nem lesz tökéletes, és nem is baj. Amit hiányolsz belőle, azt mondd meg, amit feleslegesen hoz, azt hagyasd el. Két-három kör után beáll.

MÁSOLD KI

A diktáláshoz használható váz

A második lépés a nehéz, mert általánosságban szoktunk beszélni arról, amit rutinból csinálunk. Ez a váz segít pontosnak maradni.

```
Van egy visszatérő feladatom, amit eddig kézzel csináltam.
Szeretném, ha ezt te futtatnád le helyettem [mikor].

Amit ilyenkor megnézek, sorrendben:
1. [melyik rendszer, ott pontosan mit keresek]
2. [melyik rendszer, ott pontosan mit keresek]
3. [melyik rendszer, ott pontosan mit keresek]

Ami érdekel: [mire figyelek, mi számít fontosnak]
Ami sosem érdekel: [mit hagyj ki, még ha odakerül is]
Az eredmény formája: [lista / rövid összefoglaló / táblázat]
Az eredmény helye: [piszkozat, dokumentum, üzenet]

Először mutasd meg, hogy értetted-e a lépéssort, és csak
utána futtasd le.
```

EGY LÉPÉS MOST

Válaszd ki azt az egy rutint, amit a legutóbbi három hétben mindhárom héten kézzel átnéztél, és töltsd ki vele a fenti vázat. Ez a leírás lesz maga a recept.

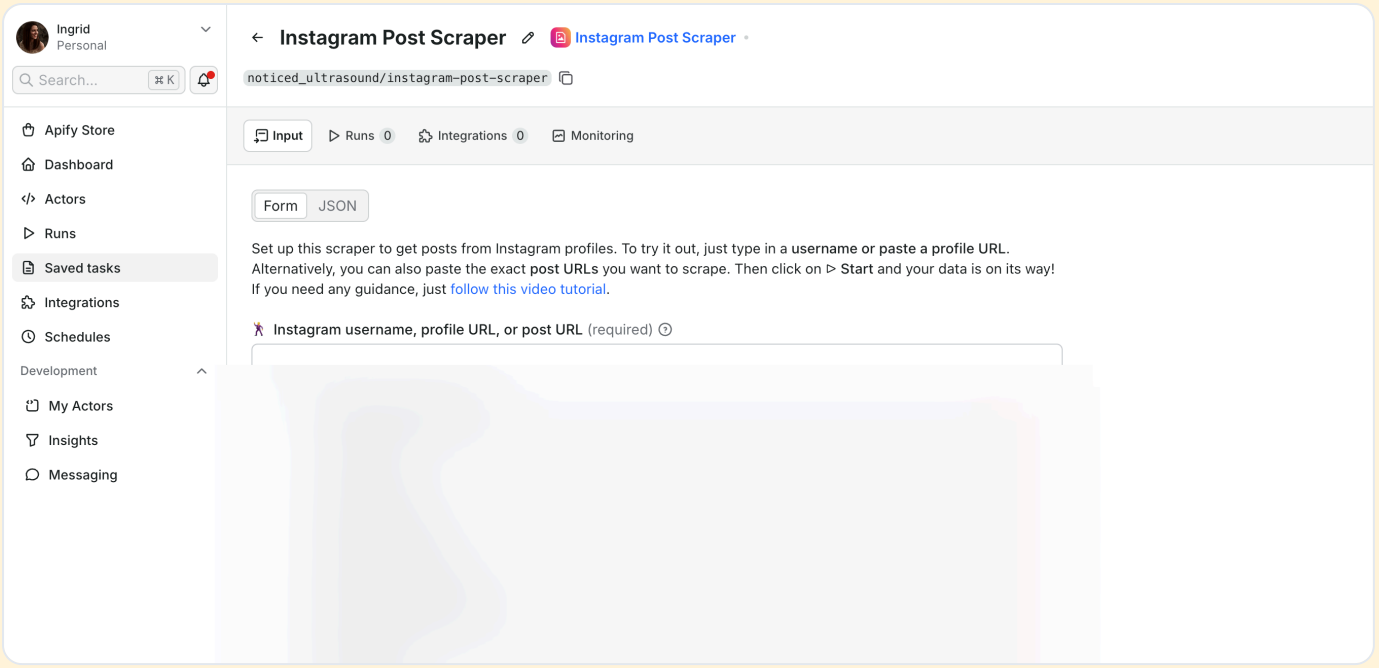
Mi indíthatja el?

Az első ütemezett futásod után a második már könnyebb lesz, csak azt kell megtalálnod, hol csinálod meg ugyanazt az utánajárást újra meg újra. A trigger mindig egy esemény vagy egy időpont, a kutatás pedig az, amit ilyenkor amúgy is kézzel összekapargatnál.

Kinek	Mi indítja el	Mit kutasson
Szolgáltató, tanácsadó	Beérkezik egy ajánlatkérés	Mivel foglalkozik a cég, mekkora, mi látszik róluk kívülről, mielőtt visszahívod
Szolgáltató, tanácsadó	Aláírt szerződés, indul egy új ügyfél	Rövid háttéranyag az iparágáról, a tipikus szűk keresztmetszetekkel
Szolgáltató, tanácsadó	Minden hónap elseje	Mi látszik kívülről a piacon az árazásból, és hol állsz ehhez képest
Webshop, termék	Egy termék készlete a küszöb alá esik	Hol kapható még ugyanez, milyen áron, mi változott a kínálatban
Webshop, termék	Hat héttel a szezon indulása előtt	Mit kommunikálnak a nagyobb szereplők, milyen anyagok jelentek meg a témában
Webshop, termék	Hétfő reggel	Az előző heti visszaküldések indoklásai, ismétlődő okokra összesítve
Oktatás, tartalom	Eltelt két hét egy publikált anyag óta	Mit kérdeztek rá a kommentekben, és mi az, ami válasz nélkül maradt
Oktatás, tartalom	Felmerül egy új téma, amiben gondolkodsz	Mi van már kint róla magyarul és angolul, és mi az, ami sehol nem szerepel
Oktatás, tartalom	Hónap vége	Milyen kérdések jöttek vissza a közönségtől, miből lehetne a következő tananyag
Mindenki	Negyedév vége	Melyik ügyfeleddel nem beszéltél három hónapja, pedig aktív volt korábban
Mindenki	Számlázási határidő előtt egy héttel	Mely kimenő számlák nincsenek még kiegyenlítve, és mióta

Egy tanács a végére: egyszerre egyet vezess be. Ha három indul el egy héten, egyiket sem nézed meg rendesen, és két hét múlva mind a három olvasatlanul termelődik tovább. Egy futás, két hét használat, aztán jöhet a következő.

Egy lépés most. Nézd végig a táblázatot, és jelöld be azt az egy sort, ami nálad hetente legalább kétszer előfordul. Írd le egy mondatban, mi indítja el és mit kell kutatnia. Ez a következő futásod briefje.



1. ábra · így néz ki, amikor beállítod, kiket figyeljen. A figyelt fiókok listája kitakarva.

4. SZINT · BEÉPÍTVE

Az Apify, és a következő fok

A negyedik szinten a kutatás egy eszköz része lesz: ott fut a rendszerben, folyamatosan gyűjt, és a riport akkor is elkészül, ha te éppen mással foglalkozol. A videóban a tartalomgyáram radar fülét mutattam meg, ami mögött egy Apify nevű szolgáltatás dolgozik. Így néz ki, amikor beállítod, kiket figyeljen:

Mire jó

Az Apify weboldalakról és közösségi felületekről gyűjt adatot, kész gyűjtőkkel, amiket be tudsz állítani magadnak. Piac-, versenytárs- és hirdetésfigyelésre kifejezetten jó, mert azt a részt veszi le rólad, ami amúgy tényleg csak kattintgatás. Megadhatsz konkrét kreátorokat, akiket figyeljen, és kulcsszavas kereséseket is.

Mire nem jó

Nem dönt helyetted, és nem tudja, mi számít nálad. Nyers adatot ad, a szűrés és az értelmezés utána jön. Ha nincs pontosan megfogalmazva, mit keresel és minek a segítségére, akkor nem kutatást kapsz, hanem sok adatot, amit senki nem néz meg.

ÉS EGY ŐSZINTE FIGYELMEZTETÉS

Ha az első három szinten nem futsz rendesen, ez a szint korai. Ha a kézi mélykutatásaidból sem lett cselekvés, akkor a heti automata riport pontosan ugyanúgy olvasatlan marad, csak most már magától termelődik hozzá. Ráadásul már költsége is lesz. Egy hetente érkező riport akkor ér valamit, ha van egy kialakult szokásod arra, hogy mit kezdesz vele.

Egy lépés most. Számold össze, hány ütemezett futásod van, és hányat nyitottál meg belőlük az elmúlt két hétben. Ha kevesebb mint a felét, akkor nem újabb rendszer kell, hanem a meglévőt használd ki.

HOL LÉPJ TOVÁBB?

Nem kell a negyedik szinten kezdened.

Elég, ha a következő fokra lépsz onnan, ahol most állsz. Ha eddig csak beírtad a kérdést, akkor a következő lépés egy rendes, döntéshez kötött mélykutatás az ötödik oldal sablonjával. Ha ezt már csinálod, akkor a konnektorok. Ha az is megy, akkor az első ütemezett futás.

Onnantól, hogy meg tudod fogalmazni, mire van szükséged és honnan jöjjenek hozzá az adatok, meglepően sok minden építhető. A nehezebb rész nem a technika, hanem az, hogy pontosan tudd, mit akarsz kérdezni. Ez az útmutató végig erről szólt.

Ha élőben is megcsinálnád

Ha ezt élőben, a saját cégeden, gyakorlatban is meg szeretnéd csinálni, nézd meg a Gépésszel gyakorlati AI workshopjait. Nem látványos demókat nézünk, hanem együtt építjük fel azt, amit utána tényleg használni fogsz.

gepesszel.hu



Gépésszel

© 2026 Gépésszel · Kapcsolj gépészre, ép ésszel!