

# ÉNMÁRKA MESTERKURZUS MUNKAFÜZET

**ÖNAZONOS**

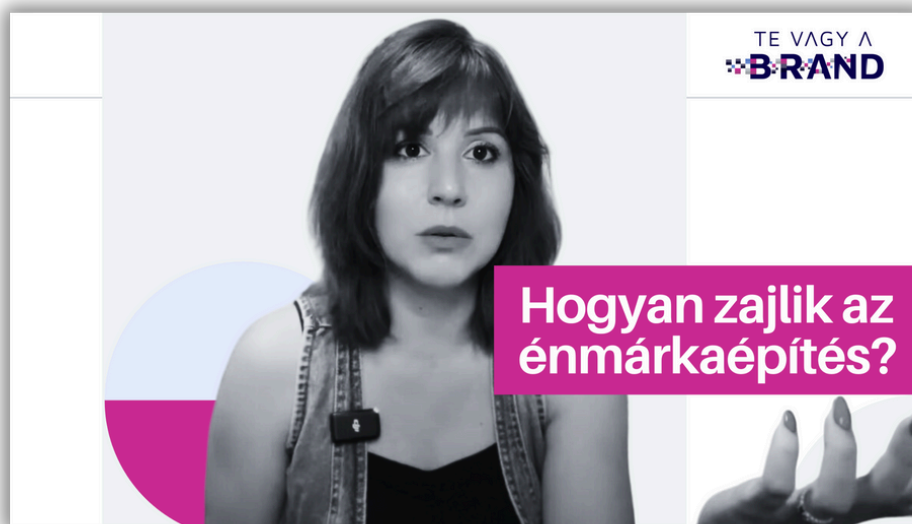
**HITELES**

**TE VAGY A BRAND**

# BEVEZETÉS

Bevezetésként nézd meg ezt az ingyenes anyagot, hogy jobban értsd, mit jelent az énmárkaépítés.

**Nézd meg ezt a YouTube videót a *Te vagy a brand* csatornáján!**



## HOGYAN HASZNÁLD A MUNKAFÜZETET?

Nyomtasd ki, és dolgozz benne.

Ez egy munkafüzet, ami azt jelenti, hogy kevés magyarázatot és elméleti információt tartalmaz. Ahhoz, hogy a stratégiaépítés teljes mélységét megértsük, **mindig javaslunk tanfolyamokat is.**

## TARTALMA

- Énmárka Mesterkurzus tanfolyam listát
- Ajánlott videókat és tanfolyamokat
- Egy kevés olvasnivalót
- Kidolgozandó feladatokat



# ÉNMÁRKA MESTERKURZUS TAFOLYAMOK SORRENDJÉN

Tanfolyam címe	Link	Megvan
ÉNMÁRKA ALAPKURZUS	<a href="https://tevagyabrand.hu/enmarka-alapkurzus/">tevagyabrand.hu/enmarka-alapkurzus/</a>	
VÁLLALD FEL MAGAD! – LENDÜLET ÉNMÁRKA- ÉPÍTÉSHEZ	<a href="https://tevagyabrand.hu/lendulet-enmarkaepiteshez-eloadas/">tevagyabrand.hu/lendulet-enmarkaepiteshez-eloadas/</a>	
TUDATOS ÉNMÁRKAÉPÍTÉS AZ ALAPOKTÓL	<a href="https://tevagyabrand.hu/workshop/">tevagyabrand.hu/workshop/</a>	
STRATÉGIAALKOTÓ WORKSHOP	<a href="https://tevagyabrand.hu/strategia/">tevagyabrand.hu/strategia/</a>	
A TÖKÉLETES ÜGYFÉLKÖR MEGTALÁLÁSA	<a href="https://tevagyabrand.hu/ki-a-te-celcsoportod/">tevagyabrand.hu/ki-a-te-celcsoportod/</a>	
ONLINE MARKETINGSTRATÉGIA NETWORKEREKNEK	<a href="https://tevagyabrand.hu/online-marketing-strategia-networkereknek/">tevagyabrand.hu/online-marketing-strategia-networkereknek/</a>	
LEGYEN EGY ÁTÜTŐ BRAND SZTORID	<a href="https://tevagyabrand.hu/legyen-egy-atuto-brand-sztorid/">tevagyabrand.hu/legyen-egy-atuto-brand-sztorid/</a>	
TARTALOMSTRATÉGIA – MEGOLDÁS AZ ÖTLET- ÉS IDŐHIÁNYRA	<a href="https://tevagyabrand.hu/tartalomstrategia-workshop/">tevagyabrand.hu/tartalomstrategia-workshop/</a>	
ÉRDEKLŐDŐBŐL ÜGYFÉL	<a href="https://tevagyabrand.hu/erdeklobol-ugyfel/">https://tevagyabrand.hu/erdeklobol-ugyfel/</a>	
CONTENTPRO	<a href="https://tevagyabrand.hu/contentpro/">tevagyabrand.hu/contentpro/</a>	

# ÉN M Á R K A - S T R A T É G I A

## Hogyan építsd fel az énmárka-stratégiád?

Amikor interjút készítek egy-egy eredményes ügyfelünkkel, mindig két dologra vezetik vissza a siker kulcsát: **tisztánlátás és a megfelelő stratégia kialakítása.**

Néha már úgy érzem magam, mint egy beakadt lemez, ami 6 éve, több száz egyéni mentorálás és több ezer oktató tanuló után is ugyanazt ismételteti: *a sikeres énmárkaépítés titka a megfelelő stratégia megtalálásában és alkalmazásában rejlik.*

### **“Amíg a fejedben nincs rend, addig nem lesz brand”**

Az ember cselekvőségét lebénítja a döntésképtelenség: mit szeretnék mondani, kinek szeretném mondani, mi lesz a lényeg, mire fókuszáljunk? Amíg ezekre a kérdésekre nem tudsz kristálytiszta választ adni, addig egyfajta benuhátságot fogsz érezni a kommunikációban. A fejedben uralkodó káosz és döntésképtelenség lebénítja az elindulásban.

## **Mi az a stratégia?**

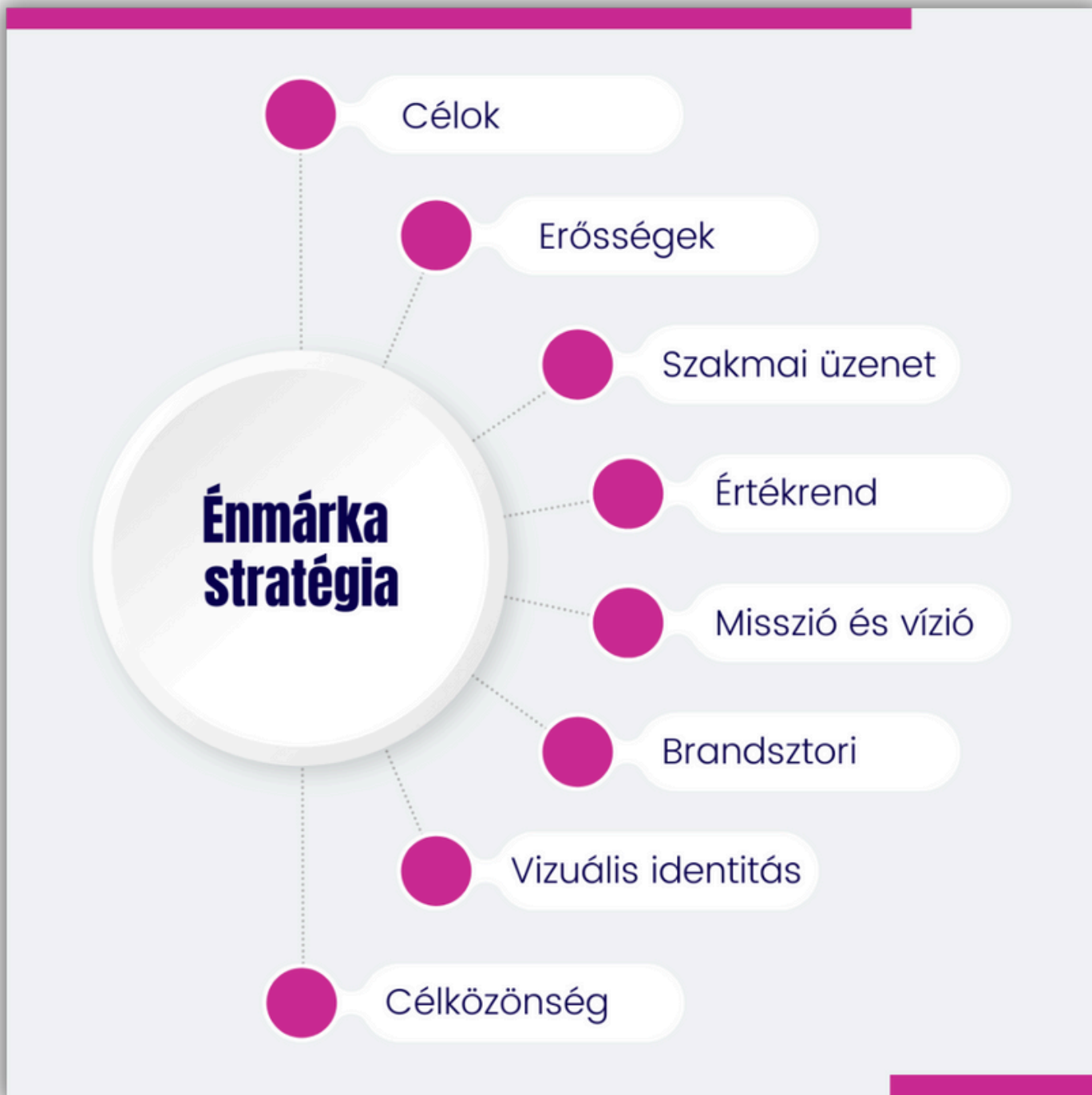
Stratégia – azaz egy gondos terv; alaposan megtervezett, hosszabb, átfogó cselekvéssorozat egy cél elérésére, bármilyen akadály ellenére. Egy általános terv kidolgozása és végrehajtása a siker érdekében. (Wikiszótár)

## **De miből áll egy gondos terv egy énmárka esetén?**

Egy igazán sikeres énmárka azt csinálja, amit szeret, amiben igazán jó, amire van igény a piacon, és amit hajlandóak megfizetni. Tehát először is, meg kell találnunk, miben vagyunk igazán jók!



# ÉNMÁRKA-STRATÉGIA ELEMEI



# AJÁNLOTT TANANYAG

## ÉN Márka

## ALAPKURZUS



Ez a tanfolyamot, alapjában teszi rendbe az énmárkaépítés témakörét.

Nagyon jó anyag egy kezdő számára, aki most akar belevágni az énmárkaépítésbe, és először szeretne róla egy átfogó képet kapni. Nagyon hasznos annak is, aki eddig többé-kevésbé zsigeri szinten építette az énmárkáját, de szeretné tudatosabban tenni azt, visszacsatolásokat és megerősítéseket, illetve új ötleteket kapni a finomhangoláshoz.

AZT CSINÁLNI, AMIT SZERETSZ, AMIBEN JÓ VAGY, ÉNMÁRKÁT ÉPÍTENI ÖN AZONOSAN, FELVÁLLALNI MAGAD, ÉRTÉKET TEREMTENI, MINDEKÖZBEN ELÉRNI AZ ANYAGI CÉLJAIT – ez a Te vagy a brand küldetése. Többek között ezt a filozófiát és az önazonos énmárkastratégia és -kommunikáció alapjait vesszük át ebben a kurzusban.

Ez egy orientációs tanfolyam. Ha tanultál már nálunk, akkor tudod, milyenek a képzéseink. Ha még nem tanultál nálunk, akkor tudd: ügyfeleink azt szokták mondani, hogy ezek a leghasznosabb, leggyakorlatiasabb és legérthetőbb tanfolyamok az énmárkaépítés témájában a piacon.

Ezt a tanfolyamot orientációs célra terveztem, hogy képet adjak róla, mi vár rád, és hogyan kell az énmárkaépítést helyesen csinálni.



# KIDOLGOZÁS

## CÉLOK

**Mi a célom az énmárkaépítéssel?  
Érdemes felírni az eszmei és üzleti célokat is.**

Első lépésként írjuk le, mi a célunk az énmárkaépítéssel, egyáltalán miért akarjuk felépíteni a hírnevünket. Ilyenkor érdemes az eszmei célokat és az üzleti célokat is összeszedni. Lássuk, hogy voltaképpen mi felé dolgozunk.



# AJÁNLOTT TANANYAG

## VÁLLALD FEL MAGAD - LENDÜLET ÉN MárKAÉPÍTÉSHEZ



Mit fognak gondolni rólam?  
Nem merem felvállalni magam.  
Mi van, ha senkit sem érdekel, amit csinállok?  
Mi van ha beszólnak?  
Nem vagyok szép, nem vagyok fiatal!  
Nem tudok eleget!  
Nincs elég önbizalmam!  
Nem vagyok elég szakértő!  
Nincs elég tapasztalatom!  
Mi van, ha szakmailag megkérdőjeleznek?  
Sok követőt kell gyűjteni?  
Mindenhol jelen kell lenni?  
Nem értek az internethez és a közösségi médiához.  
Mindent meg kell mutatni, mindent meg kell osztani magamról?  
Nem tudok jól írni!  
Nem vagyok elég motivált!

**Ezen tanfolyamon mindezekre a kérésekre megkapod a választ.**



Elmondom, én hogyan edzettem magamat, és hogyan edzettem ügyfeleimet, hogy megtalálják a hangjukat, és magabiztosan, önazonosan tudjanak kommunikálni.



# KIDOLGOZÁS

# VÍZIÓTÁBLA

**Dolgozd ki a víziótábládat! Használd egy parafa-  
vagy mágnestáblát erre a célra.**

Amit érdemes feltüntetni rajta:

- Ideális külsőd, megjelenésed
- Szakmai díjak, amiket szeretnél megkapni
- Szakmai toplisták, amikre fel akarsz kerülni
- Színpadok, ahol szerepelni szeretnél
- Szakmai kiállítások, ahol szerepelni szeretnél
- Példaképek, akiknek a munkássága, és amit elérték inspirál
- Álom márkák, akikkel dolgozni akarsz
- Álom emberek, akikkel dolgozni akarsz
- Nagyobb célok például: könyvírás, saját műsor, podcast
- Mennyi követőt szeretnél a különböző felületeken
- Milyen média, sajtó szerepléseket szeretnél
- Cél árbevétel
- Álom Iroda, üzlethelyiség



# AJÁNLOTT TANANYAG

## TUDATOS ÉN MárKAÉPÍTÉS AZ ALAPOKTÓL



Azon évek alatt, míg több száz óra tanácsadást végeztem, és több ezer embert oktattam workshopokon keresztül a személyes márkaépítésre, megfigyeltem, hogy **mindig volt egyetlen dolog, ami a legnagyobb fejtörést okozta a személyes márkáknak.** Akkor is, ha már évek óta építettek márkát, és akkor is, ha csak pár hónapja kezdtek. Ez volt az a dolog, ami miatt az ügyfelek segítségemet kérték, és ez volt az a dolog, amit a cégek is mindig első képzésként rendeltek meg a személyes márkaépítésben.

Ez nem más, mint az a témakör, hogy egyáltalán **hogyan találd ki magad mint személyes márka? Mi legyen a koncepció,** az üzenet, mit képviselj? Ez az igény szülte ez a hiánypótló tanfolyamot: **Tudatos énmárkaépítés az alapoktól – azaz, hogyan találd ki magad.**

Amikor azt látod, hogy valakinek nagyon jól megy az énmárkája, akkor egy dologban biztos lehetsz: a személy teljesen tisztában van vele, hogy mit képvisel, mi a szakmai üzenete, mi az értékrendje és hogyan különbözteti meg magát a piacon.

**A sikeres énmárkaépítés mögött ugyanis mindig tudatos tervezés áll.**

Ennek a módját tudod megtanulni ezen a képzésen.



# KIDOLGOZÁS ÉN MÁRKAÉPÍTÉS EGYSZERŰEN ÉS ÉRTHETŐEN

A tevékenységed az erősségeidre épül: azt csinálod, amiben hiszel, amiben tudásod és eredményeid vannak – ez az, ami az igazi erősséged.

A brand-sztorid azt mutatja meg, hogyan találtál rá egy probléma megoldására, és miként küzdötted le azt.

A víziód az, hogy segíts megoldani egy olyan problémát a világban, amit te már legyőztél.

Ideális ügyfeled olyan, mint amilyen te voltál, mielőtt megoldottad azt a kihívást, amelynek megoldásával most másokat is támogatni szeretnél.

Az értékek, amiket képviselsz, azok az értékek, amelyekből szerinted több kellene a világban.

Személyes márkád folyamatosan fejlődik; egyre inkább önmagaddá válsz, és ezt tükrözi vissza a branded is.

## ERŐSSÉGEIM

Az első feladatunk, hogy önismereti gyakorlatokon keresztül elgondolkodjunk rajta, mik a legerősebb szociális és szakmai képességeink, amelyekre érdemes építeni a karrierünket. Az énmárkaépítést tehát az erősségeink feltérképezésével kezdjük.



# SKILL

**Skill:** Az egyén képessége vagy hozzáértése egy adott tevékenység vagy feladat végrehajtásában, amelyet gyakorlat, tanulás vagy tapasztalat révén szerzett.

A „hard skill” és „soft skill” két különböző típusú készséget vagy képességet jelöl.

## **Hard skill (szakmai készségek):**

- Specifikus, tanulható képességek vagy ismeretek, amelyek mérhetőek és konkrétan hozzárendelhetőek egy adott munkához vagy tevékenységhez.
- Általában oktatási intézményekben, képzések során vagy gyakorlati munka révén sajátíthatóak el.
- Példák: programozás, adatelemzés, gépkezelés, könyvelés, idegen nyelvek ismerete, marketing stb.

**Írd fel az életedben összegyűjtött szakmai képességeidet, azaz a hard skilleket!**



# SKILL

## **Soft skill (szociális készségek):**

- Általánosabb képességek, amelyek az emberi interakciókhoz, a kommunikációhoz és az egyén személyes tulajdonságaihoz kapcsolódnak.
- Ezek a szociális készségek sokféle helyzetben és szakmában hasznosak lehetnek, nemcsak egy specifikus munkakörben.
- A soft skillek fejlesztése gyakran az életben szerzett tapasztalatokon, önreflexión, önismereti munkán, önfejlesztésen és személyes fejlődésen keresztül történik.
- Példák: kommunikációs készség, problémamegoldás, csapatmunka, kapcsolatépítés, alkalmazkodóképesség, időgazdálkodás stb.

**Írd fel az életedben összegyűjtött szociális képességeidet, azaz a soft skilleket!**



# SZAKMAI ÜZENET

A következő lépés pedig az, hogy meghatározzuk, hogy szakmailag milyen egyedi megközelítéssel rendelkezünk. Azért, hogy ne Te legyél a 136. kommersz márka a piacon. Milyen egyedi meglátásod van a saját területteddel kapcsolatban, amivel megkülönbözteted magad a többi piaci szereplőtől?

**Milyen üzenettel szeretnék kiemelkedni a hozzám hasonló szakemberek közül? Mi az az egyedi és rám jellemző szemléletmód, ami érdekes lehet a célközönségem számára, és megkülönböztet engem?**



# ÉRTÉKREND

Tudtad, hogy kutatások alapján az első számú döntő tényező, amikor emberekhez kapcsolódunk az, hogy hasonló értékrendet valljanak, mint mi? Ezért nagyon fontos, hogy egy énmárka felvállalja az egyedi karakterét. Ettől lesz *ember*, és nemcsak egy *szakember*; ettől lesz szerethető, és ezért fognak hozzá érzelmileg kötődni.

**Melyek azok az értékek, amiket közvetíteni és demonstrálni szeretnék az énmárkámon keresztül?**



# AJÁNLOTT TANANYAG

## ÍGY FOGALMAZD MEG A VÁLLALKOZÁSOD KÜLDETÉSÉT



Nem lehet brandstratégiát készíteni, ha a cég nem tudja, mi a küldetése.

Nem lehet marketingtervet felállítani, ha egy szervezet nincs tisztában a saját céljaival.

Nem lehet elkötelezett csapatot építeni, ha az emberek nem tudják, milyen célért dolgoznak.

Nem lehet szervezetet fejleszteni, ha a kapitány nem mondja meg a csapatnak, merre megy a hajó, és mi az úti cél.

Nem lehet stratégiai döntéseket hozni, amíg nincs kifarva, hogy mi teszi egyedivé a céget.

A cég küldetésének megfogalmazása nemcsak marketing és branding szempontból fontos, hanem erre alapozzuk a stratégiai döntéseket is, ebből vezetjük le az üzleti tervet, a szervezeti struktúrát.

Az nem elég, ha a te fejedben van egy nagyjából elképzelés a küldetésről. Ezt ki kell dolgozni, meg kell fogalmazni, és befelé és kifelé is nyilvánosságra kell hozni.





# KIDOLGOZÁS

## MISSZIÓ, VÍZIÓ

Ezután következik a misszióknak és vízióknak megfogalmazása, ami értelmet ad az egész tevékenységnek, és tisztánlátást az iránnyal kapcsolatban.

## VÍZIÓM

**Fogalmazd meg a víziódat.**



# MISSZIÓM

## Fogalmazd meg a missziódat.

- Mit csinálsz?
- Kinek csinálod?
- Hogyan csinálod, miben vagy más?
- Milyen eredményt, értéket adsz?



# AJÁNLOTT TANANYAG

## LEGYEN EGY ÁTÜTŐ BRANDSZTORID



Munkám során számtalan brand sztorit kellett megfogalmaznom az ügyfelekkel, és láttam, hogy nem mindenki számára egyértelmű, hogyan kell egy ilyen összeállítani.

Sztori, sztori – de nem mindegy, melyik részét emeljük ki és hogyan meséljük el. De ne ugorjunk ennyire előre...

### **Először is, miért is van szükségünk brand sztorira?**

Minden valamirevaló brandnek van egy ütős alapítótörténete.

Egy jó történettel a célközönségünk érzelmi húrjait pendíthetjük meg, és ők így azonosulni tudnak a márkánkkal. Bemutathatjuk az értékrendünket, az utunkat, és nagyon hitelessé és emberivé tudunk válni a potenciális vásárlóink szemében.

Egy jó brand sztorit ki tudunk írni a weboldal Rólunk részébe, de el tudjuk mondani egy interjúban is, ha a kezdetekről kérdeznak minket.

Egy brand sztori alátámasztja a küldetésünket, hitelessé tesz minket, és építi irányunkban a bizalmat. Egyszerűen a vásárlóink érzelmeire hat.



# KIDOLGOZÁS

## BRANDSZTORI

### **Brandsztori, azaz a „miért”-ed**

Mindenkinek van egy története arról, hogy miért és hogyan lépett arra a pályára, amelyen most tevékenykedik, és hogyan vált a küldetésévé az, amit most képvisel.

### **A helyesen felépített brandsztori szerkezete:**

- **Kiinduló állapot;**
- **A transzformáció szakasza, megküzdés az „ellenséggel”;**
- **Egy jobb állapot, ahová jutottál, és ami miatt az lett a küldetésed, ami.**



# BRANDSZTORI



# VIZUÁLIS IDENTITÁS

Egy márkának mindig van egy ideológiai vagy eszmei része, amely abból a hitvallásból, értékrendből, filozófiából, szakmaiságból áll, amelyet képvisel. De mindig van egy szemmel látható vizuális része is: a színek, a stílus, a logó, a betűtípusok, a különböző vizuális elemek, amelyeket használunk.

**Egy márka vizuális elemei, amelyeket megjelenésben össze kell hangolni:**

- **Hangulattábla**
- **Logó**
- **Színpaletta**
- **Betűkészlet**
- **Profi fotósorozat**
- **Telefonos fotók közösségi médiára**
- **Énmárka stílustanácsadás**
- **Közösségi média borítóképek**
- **Közösségi média posztok arculata**
- **Csomagolások**
- **Prezentációk**
- **Katalógusok, bemutató anyagok**
- **Árajánlatok**
- **Névjegykártyák**
- **E-mail aláírások**
- **Egyenruhák**
- **Külső és belső feliratok**
- **Irodaberendezés és dekoráció**
- **Brandelt reklámtermékek**
- **Weboldal dizájn**
- **Hírlevél sablonok**
- **Ajándékutalványok, kuponok**
- **Számlázási formátum és arculat**
- **Rendezvények arculati elemei (pl. standok, molinók, roll-upok)**
- **Eseménymeghívók**
- **Hirdetések és reklámanyagok dizájnja**
- **Térképek, útmutatók (pl. helyszíni tájékozódást segítő anyagok)**

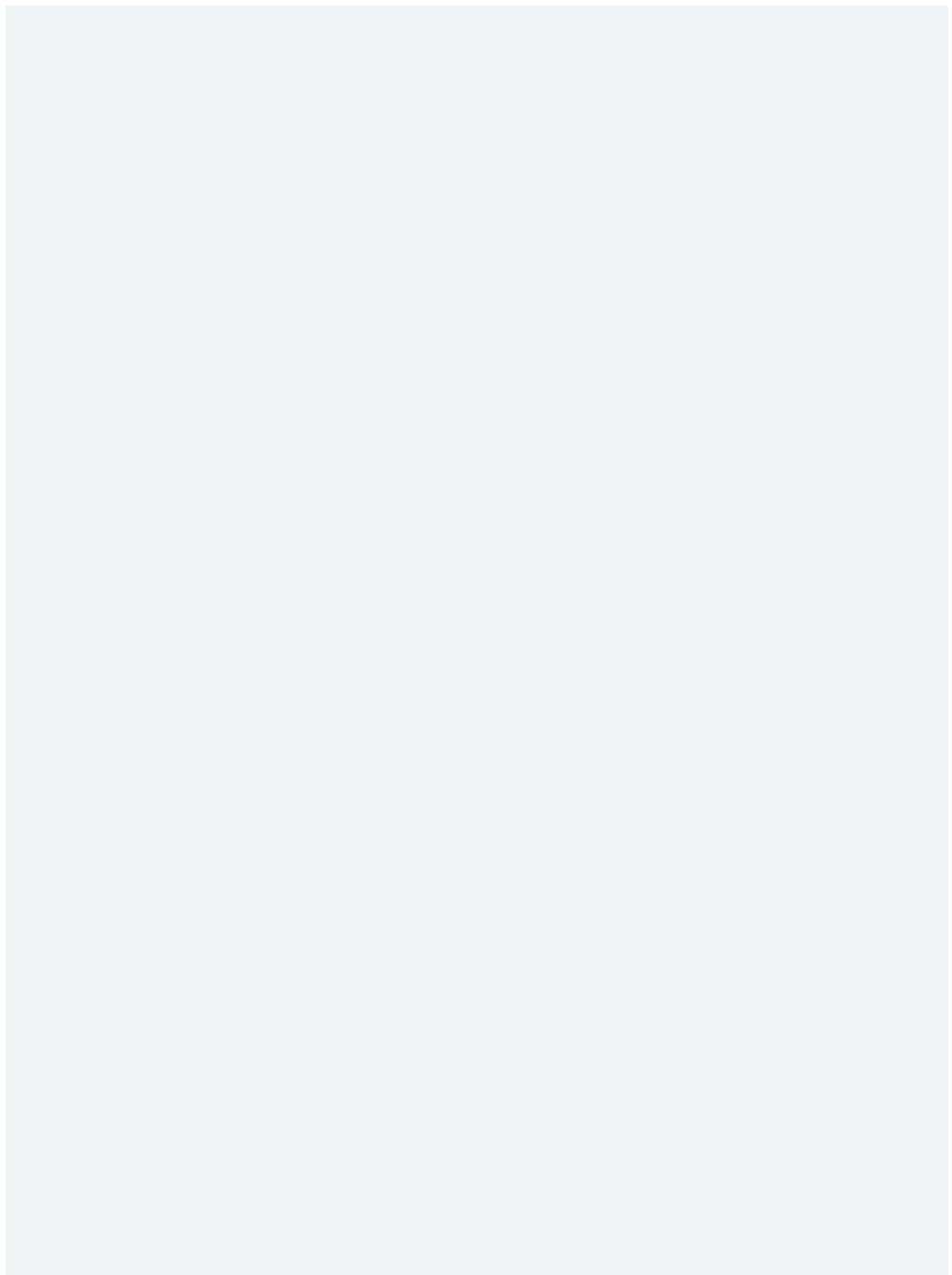


# KIDOLGOZÁS

## VIZUÁLIS IDENTITÁS

**A fenti lista alapján, milyen feladataid vannak azért, hogy összehangolt legyen a márkád vizuális megjelenése?**

### FELADATAIM:



# AJÁNLOTT TANANYAG

## A TÖKÉLETES ÜGYFÉLKÖR MEGTALÁLÁSA



A marketing 0. lépése, hogy meghatározzuk a célcsoportunkat.

Aztán nekik írjuk a szövegeinket, az értékesítési oldalainkat, nekik gyártunk releváns tartalmat, nekik készítjük az ellenállhatatlan ajánlatunkat, és nekik fejlesztjük a termékeinket.

Ha azon a ponton elvérzel, hogy nem tudod jól belőni a tökéletes célközönségedet, akkor minden más hiábavaló próbálkozás lesz.

Hogy egy márka jól azonosítsa be a célcsoportjait, elengedhetetlen a sikere érdekében.

- De mégis mit jelent az, hogy célcsoport?
- Lehet-e több célcsoportom?
- Hány célcsoportom legyen?
- Mit kell kiderítenem a célcsoportomról?
- A marketingembe hogyan építsem be mindazt, amit megtudtam?

Ez a marketing egy nagyon izgalmas és fontos területe, és létkérdés egy sikeres vállalkozás felépítéséhez.





# KIDOLGOZÁS

## CÉLKÖZÖNSÉG

A tökéletes célcsoport megtalálása kulcsfontosságú eleme a sikeres márképítésnek. A jó marketing az, ha a megfelelő célcsoportnak a megfelelő terméket kínáljuk, a megfelelő helyen és időben, és a megfelelő formában. Ha nincs meg a célcsoport, nem vezethető le ez a folyamat.

**Dolgozd ki a célpiacodat,  
és azon belül a legjobb célközönségeidet.**



# AJÁNLOTT TANANYAG

## CONTENTPRO

## TAGSÁGI KÖZÖSSÉG



- Önfelvállalás
- Rendszeresség
- Ötletek
- Motiváció
- Stratégia
- Minőség
- Kreativitás
- Hatékonyság
- Folyamatos megújulás
- Lépést tartani a trendekkel

Ezek okozzák a legnagyobb problémát a digitális tartalomkészítőknek.

A ContentPro nem más, mint folyamatos oktatás, támogatás és közösség énmárkaépítők, digitális tartalomkészítők számára, amely önfelvállalásra, rendszerességre, kreativitásra és hatékonyságra ösztönöz.

Kihívások, oktatóanyagok, segédanyagok, live coaching és mesterkurzusok.

Több mint 1,8 millió forint értékű tananyag már a rendszerben.

A ContentPro egy tagsági közösség, **ahol megkapod a kellő tudást, támogatást és inspirációt a folyamatos online jelenléthez.**



# KIDOLGOZÁS

## KOMMUNIKÁCIÓS STÍLUS

Felvállalni magunkat, azt, ahogy mi látjuk a világot, ahogy mi szeretünk kommunikálni, ahogy mi szeretjük átadni az információt. Humorosan, tudományosan, megosztóan, bátran – kinek hogyan.

Ki kell fejlesztenünk a ránk jellemző, egyedi kommunikációs stílust. Ehhez információt a ContentProban található Frappáns szövegírás tanfolyamban találsz.

**Dolgozd ki, milyen az a kommunikációs stílus, amely számodra a leginkább önazonos, és amely kellően visszatükrözi azokat az értékeket, amelyeket közvetíteni szeretnél.**



# ÉNMÁRKA MESTERKURZUS HALADÁS

Tanfolyam címe	Link	Megvan	Ütemezve	Elvégezve
ÉNMÁRKA ALAPKURZUS	<a href="https://tevagyabrand.hu/enmarka-alapkurzus/">tevagyabrand.hu/enmarka-alapkurzus/</a>			
VÁLLALD FEL MAGAD! – LENDÜLET ÉNMÁRKA-ÉPÍTÉSHEZ	<a href="https://tevagyabrand.hu/lendulet-enmarkaepiteshez-eloadas/">tevagyabrand.hu/lendulet-enmarkaepiteshez-eloadas/</a>			
TUDATOS ÉNMÁRKAÉPÍTÉS AZ ALAPOKTÓL	<a href="https://tevagyabrand.hu/workshop/">tevagyabrand.hu/workshop/</a>			
STRATÉGIAALKOTÓ WORKSHOP	<a href="https://tevagyabrand.hu/strategia/">tevagyabrand.hu/strategia/</a>			
A TÖKÉLETES ÜGYFÉLKÖR MEGTALÁLÁSA	<a href="https://tevagyabrand.hu/ki-a-te-celcsoportod/">tevagyabrand.hu/ki-a-te-celcsoportod/</a>			
ONLINE MARKETINGSTRATÉGIA NETWORKEREKNEK	<a href="https://tevagyabrand.hu/online-marketing-strategia-networkereknek/">tevagyabrand.hu/online-marketing-strategia-networkereknek/</a>			
LEGYEN EGY ÁTÜTŐ BRAND SZTORID	<a href="https://tevagyabrand.hu/legyen-egy-atuto-brand-sztorid/">tevagyabrand.hu/legyen-egy-atuto-brand-sztorid/</a>			
TARTALOMSTRATÉGIA – MEGOLDÁS AZ ÖTLET- ÉS IDŐHIÁNYRA	<a href="https://tevagyabrand.hu/tartalomstrategia-workshop/">tevagyabrand.hu/tartalomstrategia-workshop/</a>			
ÉRDEKLŐDŐBŐL ÜGYFÉL	<a href="https://tevagyabrand.hu/erdeklodobol-ugyfel/">https://tevagyabrand.hu/erdeklodobol-ugyfel/</a>			
CONTENTPRO	<a href="https://tevagyabrand.hu/contentpro/">tevagyabrand.hu/contentpro/</a>			

# KÖVETKEZŐ LÉPÉS

## HOGYAN TOVÁBB?

**Vedd fel velünk a kapcsolatot!**

Szeretnéd átbeszélni az énmárkádat egy tanácsadóval? Vedd igénybe a félórás, díjmentes tanácsadást!

[tevagyabrand.hu/kerdesek](https://tevagyabrand.hu/kerdesek)

