CÉGbook

30 NAPOS MUNKAFÜZET

Az első 30 napod a CÉGbookon

Gyakorlati üzletépítési program vállalkozásoknak. 0. napi indulás és 30 használható feladat.

30 nap · 5 szakasz · célzott feladatok · példák · ellenőrzőpontok · kitölthető munkalapok

KAPCSOLATOK. LEHETŐSÉGEK. ÜZLET.

A CÉGbook Tudástár magyar nyelvű kiadványa · 2026. október

Ez nem csak útmutató. Cselekvési terv.

Egy profil elkészítése önmagában nem üzleti eredmény. A CÉGbook akkor válhat hasznossá, ha a vállalkozásod számára fontos cégeket keresed, nyomon követed az üzleti lehetőségeket, és tudatosan építesz kapcsolatokat.

A program 30, rövid napra bontott feladatból áll. A napi időtartam tájékoztató jellegű; egyes lépésekhez céges jogosultság vagy aktív funkció szükséges.

Négy induló cél

Ügyfélszerzés

Fókuszálj a vevőcsoportokra, keresletekre és a felkészült kapcsolatfelvételekre.

Beszállítókeresés

Határozd meg a beszerzési igényt, majd hasonlítsd össze a releváns vállalkozásokat.

Láthatóság

Tedd érthetővé a profilodat, a kínálatodat és a fontos céges közleményeket.

Kapcsolatépítés

Kövess cégeket, kezdeményezz indokolt kapcsolatokat, és gondozd őket.

A CÉGbook folyamatosan fejlődő üzleti platform. A dokumentum oktatási célú: egyes lehetőségek aktiváláshoz, jogosultsághoz, díjcsomaghoz vagy fejlesztési állapothoz kötöttek. Mindig az aktuális portálfelület és a szolgáltatási feltételek az irányadók. A platform nem garantál érdeklődőt, megrendelést vagy forgalomnövekedést.

A 0. nap: állítsd be az indulási feltételeket

A 30 napos programot akkor kezdd el teljes ütemben, amikor a céges hozzáférésed rendezett. A személyes fiók regisztrációja külön folyamat a cégprofil kezelésétől.

0/1 Regisztrálj személyesen

Nyisd meg a cegbook.hu/register oldalt, hozd létre a személyes fiókodat, és végezd el a szükséges megerősítést.

0/2 Találd meg és igényeld a cégedet

Keress rá a vállalkozásodra, kezdeményezd a profil kezelését, vagy fogadj el megfelelő céges meghívást. A jogosultság jóváhagyásáig ne számolj olyan feladatokkal, amelyek céges szerkesztési jogot igényelnek.

0/3 Válassz egy üzleti célt

Egy mondatban fogalmazd meg, milyen vállalkozásokat szeretnél elérni, és milyen konkrét értéket adsz nekik.

Az én célom

Ha az igénylési folyamat hosszabb, a következő napok kutatási, tervezési és szövegírási feladatait offline is elvégezheted.

A jelenlegi csomagkeretek röviden

Az ingyenes csomag használható induláshoz. A közzétételek száma azonban limitált. Ezek a 2026. október 31-én közzétett, tervezett keretek; a díjcsomagoldal tartalma az irányadó.

Funkció	INGYENES	START	BUSINESS	PRO
Új kapcsolat / hó	3	20	100	300
Aktív Kereslet	1	5	20	50
Aktív Kínálat	1	5	20	50
Mentett keresés	1	5	20	50
Nyilvános poszt / hó	4	12	30	60
Céges felhasználók	1	2	5	15

> Lényeges különbség: a Kereslet és a Kínálat két külön aktív keret. Egy lezárt vagy inaktivált tétel után új tételnek szabadulhat fel hely. A belső, csak a céges munkatársaknak szóló privát közlemények nem csökkentik a nyilvános Idővonal-bejegyzések havi keretét.

Ha egy funkció még nem elérhető, végezd el a feladat előkészítő részét: gyűjts adatokat, írj szöveget, vagy tervezz kapcsolatfelvételt.

Indulás előtti önfelmérés

A vállalkozásom legfontosabb üzleti célja:

Az ideális vevőm / partnerem:

A legértékesebb termékem vagy szolgáltatásom:

Az a probléma, amelyet a partneremnél megoldok:

A célterület vagy céliparág:

Ennyi időt szánok rá hetente:

01 / LÁTHATÓVÁ VÁLNI

Tedd egyértelművé, kinek és miben segít a vállalkozásod.

01. NAP · 15 PERC

Vedd kézbe a céges jelenléted

MIÉRT FONTOS?

A pontos, hiteles céges jelenlét a bizalom kezdete.

MA EZT TEDD

Keresd meg a vállalkozásodat; ha lehet, igényeld a profil kezelését a megfelelő igazolással. Nézd át a hivatalos alapadatokat.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy könyvelőiroda ellenőrzi a cégnevet, a székhelyet és az elérhetőségeket.

AKKOR KÉSZ, HA...

tudod, melyik profil tartozik hozzád, és mi szükséges a kezeléséhez.

Saját megjegyzésem / eredményem

02. NAP · 20 PERC

Mondd el világosan, miben vagy jó

MIÉRT FONTOS?

A leendő partner nem a cégtörténetedet keresi, hanem a számára nyújtott értéket.

MA EZT TEDD

Írj 3–5 mondatos bemutatkozást: kinek, miben, hol és hogyan segítesz.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Ipari csomagolóanyagokat szállítunk kis- és középvállalkozásoknak, gyors ajánlatadással.”

AKKOR KÉSZ, HA...

egy kívülálló fél perc alatt megérti a tevékenységedet.

Saját megjegyzésem / eredményem

03. NAP · 20 PERC

Mutasd meg a kínálatod

MIÉRT FONTOS?

Sok megkeresés azért marad el, mert nem derül ki pontosan, mit lehet tőled kérni.

MA EZT TEDD

Egészítsd ki a profilodat a legfontosabb termékekkel, szolgáltatásokkal és földrajzi lefedettséggel. Ellenőrizd a külső nézetet.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Könyvelés, bérszámfejtés, cégalapítás utáni tanácsadás – Pest megyében és online.”

AKKOR KÉSZ, HA...

a profil nemcsak szép, hanem üzletileg érthető is.

Saját megjegyzésem / eredményem

02 / RELEVÁNS CÉGEKET TALÁLNI

Ne mindenkit keress: előbb a saját piacodat ismerd meg.

04. NAP · 15 PERC

Írd le az ideális partneredet

MIÉRT FONTOS?

A mindenkit célzó keresés gyakran túl sok zajt termel.

MA EZT TEDD

Válassz egy fő célcsoportot: iparág, cégtípus, méret, térség és együttműködési ok.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy fuvarozó olyan webshopokat keres, amelyek rendszeres belföldi kiszállítást végeznek.

AKKOR KÉSZ, HA...

legalább három keresési szempontod van.

Saját megjegyzésem / eredményem

05. NAP · 20 PERC

Próbáld ki a cégkeresést

MIÉRT FONTOS?

Az első releváns találatokból megtanulod, hogyan gondolkodik a piacod.

MA EZT TEDD

Keress cégeket a célcsoportod alapján. Ne a találatok számát, hanem a relevanciájukat vizsgáld.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy munkavédelmi cég gyártóvállalkozásokat keres egy kiválasztott régióban.

AKKOR KÉSZ, HA...

találtál legalább öt megvizsgálásra érdemes céget.

Saját megjegyzésem / eredményem

06. NAP · 15 PERC

Olvasd el a lehetséges partnerek profilját

MIÉRT FONTOS?

A jó kapcsolatfelvétel felkészüléssel kezdődik.

MA EZT TEDD

Válassz három céget, és nézd meg a profiljukat, tevékenységüket, kínálatukat és elérhető nyilvános közleményeiket.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy csomagolóanyag-forgalmazó megnézi, milyen termékeket állít elő a kinézett gyártó.

AKKOR KÉSZ, HA...

mindhárom céghez tudsz írni egy releváns kapcsolódási okot.

Saját megjegyzésem / eredményem

07. NAP · 10 PERC

Kezdd el követni, ami fontos

MIÉRT FONTOS?

Nem minden érdekes cégnek kell azonnal kapcsolatfelkérést küldeni.

MA EZT TEDD

Kövesd a számodra releváns vállalkozásokat, ha a funkció elérhető. Figyeld meg az Idővonalon a közleményeiket.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy szállítmányozó követi a rendszeresen kapacitást bővítő kereskedőket.

AKKOR KÉSZ, HA...

kialakult egy kicsi, de tudatosan választott követési kör.

Saját megjegyzésem / eredményem

03 / KAPCSOLATOKAT ÉPÍTENI

A minőség és a kölcsönösség számít, nem a megkeresések száma.

08. NAP · 15 PERC

Válaszd ki az első megkeresésedet

MIÉRT FONTOS?

A célzott kapcsolatfelkérés kulturáltabb, mint a tömeges megkeresés.

MA EZT TEDD

A kutatás alapján válassz ki egy céget, és fogalmazd meg: miért lehet értelmes vele kapcsolatba lépned?

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Hűtött termékek szállításában tudnánk segítséget nyújtani a bővülő hálózatotoknak.”

AKKOR KÉSZ, HA...

van személyre szabott kapcsolódási indokod.

Saját megjegyzésem / eredményem

09. NAP · 10 PERC

Kezdeményezz egy üzleti kapcsolatot

MIÉRT FONTOS?

A követésből csak akkor lesz kölcsönös kapcsolat, ha a másik fél elfogadja.

MA EZT TEDD

Indíts egy kapcsolatfelkérést az előző napon kiválasztott cég felé a rendelkezésre álló felületen.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Elsőként egy kifejezetten releváns helyi kereskedőhöz fordulsz.

AKKOR KÉSZ, HA...

egy tényleges, indokolt kapcsolatkezdeményezés megtörtént.

Saját megjegyzésem / eredményem

10. NAP · 15 PERC

Mentsd el a jól működő keresést

MIÉRT FONTOS?

A jó keresési feltételeket nem érdemes újra kitalálni.

MA EZT TEDD

Finomítsd a célcsoportot, majd mentsd el a leghasznosabb keresést. START csomagtól vizsgáld meg az értesítés lehetőségét.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Élelmiszer-gyártók – Közép-Magyarország” lesz az első mentett keresésed.

AKKOR KÉSZ, HA...

van egy később újrahasználható, pontos keresésed.

Saját megjegyzésem / eredményem

11. NAP · 15 PERC

Tegyél egy második, tudatos lépést

MIÉRT FONTOS?

A kapcsolatépítés minőségi munka, nem darabszámverseny.

MA EZT TEDD

Ellenőrizd, hogy a második jelölt még mindig releváns-e; ha igen és a kereted engedi, indíts újabb kapcsolatfelkérést.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy marketingügynökség csak annak a cégnek ír, amelyhez konkrét iparági tapasztalata illik.

AKKOR KÉSZ, HA...

a második megkeresésnek is világos üzleti oka van.

Saját megjegyzésem / eredményem

12. NAP · 15 PERC

Tedd rendbe a kapcsolataidat

MIÉRT FONTOS?

Később nehéz visszaemlékezni, honnan ismered a cégeket.

MA EZT TEDD

Tekintsd át az elfogadott kapcsolataidat; ha elérhető, használj privát címkéket a rendszerezéshez.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Lehetséges ügyfél”, „Beszállító”, „Helyi partner” címkéket alkalmazol.

AKKOR KÉSZ, HA...

a kapcsolataid között könnyebb eligazodnod.

Saját megjegyzésem / eredményem

13. NAP · 10 PERC

Tanulj a visszajelzésekből

MIÉRT FONTOS?

Egy el nem fogadott felkérés sem feltétlenül kudarc; lehet, hogy nem jó a célzás.

MA EZT TEDD

Nézd meg a felkérések állapotát. Ne zaklasd a cégeket ismétlésekkel; inkább javítsd a profilodat vagy a célcsoportodat.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Ha senki nem reagált, pontosabb szakmai bemutatkozást készítesz.

AKKOR KÉSZ, HA...

egy módosítandó elemet meg tudsz nevezni.

Saját megjegyzésem / eredményem

14. NAP · 20 PERC

Zárd az első kapcsolatépítő hetet

MIÉRT FONTOS?

A tudatos, korlátozott megkeresés fenntarthatóbb.

MA EZT TEDD

Ha még van havi kereted és találtál megfelelő céget, kezdeményezheted a harmadik kapcsolatot. Utána értékeld a relevanciát.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Nem küldesz harmadik felkérést pusztán a keret felhasználásáért.

AKKOR KÉSZ, HA...

legfeljebb három, indokolt megkeresést indítottál.

Saját megjegyzésem / eredményem

04 / ÜZLETI LEHETŐSÉGEKET MUTATNI

Mondd el, mire van szükséged, mit kínálsz, és mi aktuális.

15. NAP · 15 PERC

Ne csak keress: jelezz igényt vagy ajánlatot

MIÉRT FONTOS?

Más vállalkozások akkor tudnak reagálni, ha látják, mit keresel vagy kínálsz.

MA EZT TEDD

Válassz egy aktuális üzleti célt, és készíts hozzá világos keresleti vagy kínálati bejegyzést.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „200–500 darabos kis szériás kartondoboz-gyártót keresünk.”

AKKOR KÉSZ, HA...

egy konkrét, ellenőrizhető igényed vagy ajánlatod megfogalmazódott.

Saját megjegyzésem / eredményem

16. NAP · 15 PERC

Tedd közzé az első keresletet vagy kínálatot

MIÉRT FONTOS?

A pontos közzététel segít kiszűrni az irreleváns érdeklődést.

MA EZT TEDD

Ha elérhető a funkció, publikáld a tegnapi bejegyzést. Tüntesd fel a fontos feltételeket és az elvárt kapcsolatfelvételt.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Belföldi fuvarpartnert keresünk heti két alkalomra, Győr–Budapest útvonalon.”

AKKOR KÉSZ, HA...

egy világosan megfogalmazott aktív bejegyzésed van.

Saját megjegyzésem / eredményem

17. NAP · 15 PERC

Adj okot arra, hogy figyeljenek rád

MIÉRT FONTOS?

Nem minden céges közleménynek kell reklámnak lennie.

MA EZT TEDD

Írj egy hasznos, konkrét céges hírt: új szolgáltatás, kapacitás, területi bővülés vagy elérhetőség.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Októbertől vállalunk kis szériás alumínium alkatrész-megmunkálást.”

AKKOR KÉSZ, HA...

elkészült egy üzleti szempontból releváns közlemény.

Saját megjegyzésem / eredményem

18. NAP · 10 PERC

Használd tudatosan az Idővonalat

MIÉRT FONTOS?

A cél nem a görgetés, hanem a releváns üzleti információk felfedezése.

MA EZT TEDD

Nézd át a követett cégek és kapcsolataid megjelenő aktivitásait. Jegyezd fel, mire lenne érdemes később reagálni.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy partner új telephelyéről olvasol, ami új logisztikai igényt jelezhet.

AKKOR KÉSZ, HA...

találtál legalább egy érdemi információt vagy igazoltad, hogy most nincs ilyen.

Saját megjegyzésem / eredményem

19. NAP · 10 PERC

Tedd közzé az első céges hírt

MIÉRT FONTOS?

A rendszeres, hasznos jelenlét segít naprakészen tartani a profilodat.

MA EZT TEDD

Ha a felület és a csomagod engedi, tedd közzé a 17. napon megírt közleményt az Idővonalon.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Az új technológiádról szóló rövid bemutatóban azt is leírod, kinek hasznos.

AKKOR KÉSZ, HA...

a közlemény egyértelmű és naprakész.

Saját megjegyzésem / eredményem

20. NAP · 10 PERC

Ellenőrizd az üzleti bejegyzésedet

MIÉRT FONTOS?

A pontatlan, elavult ajánlat felesleges köröket okozhat.

MA EZT TEDD

Vizsgáld meg az aktív keresletet vagy kínálatot. Aktualizáld, szükség esetén zárd le; ne tarts fenn már nem aktuális igényt.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> A megkeresett kapacitást időközben lekötötték, ezért lezárod az ajánlatot.

AKKOR KÉSZ, HA...

csak valós, aktuális igényed vagy ajánlatod látható.

Saját megjegyzésem / eredményem

21. NAP · 20 PERC

Tarts mini-üzleti értékelést

MIÉRT FONTOS?

A tanulás fontosabb, mint a puszta aktivitás.

MA EZT TEDD

Nézd át: melyik profilmegfogalmazás, keresés vagy üzleti közzététel volt a leghasznosabb? Mi nem működött?

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Rájössz, hogy a szűkebb régiós keresés jobb cégeket hozott.

AKKOR KÉSZ, HA...

leírtál két tanulságot és egy javítást.

Saját megjegyzésem / eredményem

05 / EREDMÉNYT ÉRTÉKELNI

A rendszeres, tudatos használatból legyen szokás.

22. NAP · 15 PERC

Frissítsd a profilodat az új tapasztalatokkal

MIÉRT FONTOS?

A jó cégprofil élő bemutatkozás, nem egyszer elkészített szöveg.

MA EZT TEDD

A korábbi visszajelzések alapján pontosítsd a címszöveget, az elérhetőséget, a fő kínálatot vagy a működési területet.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> A „fémmegmunkálás” helyett konkrétan felsorolod a vállalt technológiákat.

AKKOR KÉSZ, HA...

a profil jobban válaszol a partner első kérdéseire.

Saját megjegyzésem / eredményem

23. NAP · 15 PERC

Nézd meg, mit keresnek a többiek

MIÉRT FONTOS?

A mások által jelzett igényekből új értékesítési ötletek születhetnek.

MA EZT TEDD

Keress a számodra releváns nyilvános keresleti és kínálati bejegyzések között. Csak a valóban illeszkedő lehetőségeket vizsgáld.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Egy építőipari cég alvállalkozói kapacitást keres a régiódban.

AKKOR KÉSZ, HA...

találtál egy megvizsgált lehetőséget vagy kizártál néhány nem megfelelőt.

Saját megjegyzésem / eredményem

24. NAP · 15 PERC

Gondozd a már meglévő üzleti kapcsolataidat

MIÉRT FONTOS?

Az elfogadott kapcsolat sokkal többet érhet, ha valódi párbeszéd követi.

MA EZT TEDD

Ha az üzenetküldés jogosult és elérhető, írj tárgyszerű, rövid üzenetet egy meglévő partnerednek. Ha nem, készítsd elő a további kapcsolattartást.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Láttuk az új telephelyetek hírét; raktárlogisztikában tudnánk segíteni, ha aktuális.”

AKKOR KÉSZ, HA...

egy kapcsolatodnál megfogalmaztad a következő értelmes lépést.

Saját megjegyzésem / eredményem

25. NAP · 15 PERC

Építs szakmai hitelességet

MIÉRT FONTOS?

A túl általános állítások helyett a pontos információ könnyebben értelmezhető.

MA EZT TEDD

Készíts második, tényszerű céges közleményt egy szolgáltatási előnyről vagy folyamatfejlesztésről; közzététel csak csomagkereten belül.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „Új, 48 órás árajánlatadási folyamatot vezettünk be.”

AKKOR KÉSZ, HA...

a hír konkrét, ellenőrizhető és nem túlígérő.

Saját megjegyzésem / eredményem

26. NAP · 10 PERC

Tisztítsd meg a követési listádat

MIÉRT FONTOS?

A túl sok irreleváns követett cég eltakarja a fontos eseményeket.

MA EZT TEDD

Nézd át, kit követsz és miért. Hagyd meg a céljaidhoz illeszkedő cégeket; keresésedet is finomíthatod.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> A távoli, nem releváns piacok helyett a célrégióra koncentrálsz.

AKKOR KÉSZ, HA...

a követési köröd célzottabb lett.

Saját megjegyzésem / eredményem

27. NAP · 15 PERC

Vizsgáld meg az üzleti eredményeket

MIÉRT FONTOS?

A kapcsolat kezdet, nem önmagában üzleti eredmény.

MA EZT TEDD

Rögzítsd a megkereséseket, elfogadott kapcsolatokat, releváns párbeszédeket és kapott ajánlatkéréseket – csak amit valóban meg tudsz erősíteni.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Három felkérésből egy elfogadott kapcsolat és egy szakmai egyeztetés lett.

AKKOR KÉSZ, HA...

külön kezeled az aktivitást és a tényleges üzleti eredményt.

Saját megjegyzésem / eredményem

28. NAP · 10 PERC

Találd meg a legjobb visszatérő rutint

MIÉRT FONTOS?

A 30 nap csak a kezdet; a következetes használat később hozhat eredményt.

MA EZT TEDD

Válassz heti három rövid idősávot keresésre, partnerfigyelésre és profilfrissítésre.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> Hétfő: keresés; szerda: Idővonal; péntek: releváns lehetőségek.

AKKOR KÉSZ, HA...

van egy fenntartható heti menetrended.

Saját megjegyzésem / eredményem

29. NAP · 20 PERC

Készítsd el a következő havi tervedet

MIÉRT FONTOS?

Az új hónap akkor lesz eredményesebb, ha tanulsz az előzőből.

MA EZT TEDD

Válassz egy fejlesztendő területet, egy célcsoportot és két mérhető szokást; ellenőrizd az új havi kereteidet.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

> „A jövő hónapban építőanyag-kereskedőkre fókuszálunk, heti két kereséssel.”

AKKOR KÉSZ, HA...

egyoldalas, reális következő havi terved van.

Saját megjegyzésem / eredményem

30. NAP · 20 PERC

Értékelj, ünnepelj, folytasd

MIÉRT FONTOS?

A siker nem feltétlenül új megrendelés: az új, értékes kapcsolatok is előrelépést jelentenek.

MA EZT TEDD

Töltsd ki az eredménytáblát. Azonosíts három tanulságot, egy fontos eredményt és egy következő lépést.

VÁLLALKOZÓI PÉLDA

Egy kisvállalkozás felismeri, melyik iparág reagált a legjobban a bemutatkozására.

AKKOR KÉSZ, HA...

pontosan tudod, miért és hogyan érdemes folytatnod.

Saját megjegyzésem / eredményem

Négy cél, négy személyes útvonal

Az alapfeladatok mindenkinek használhatók, de más-más lépést érdemes előtérbe helyezni. Egyetlen fő célt válassz az első hónapban.

Új ügyfeleket szeretnék

4–6. nap: pontos vevőprofil és releváns cégek. 8–14. nap: indokolt, korlátozott megkeresések. 23–27. nap: tényleges érdeklődés és egyeztetés mérése.

Beszállítót vagy alvállalkozót keresek

4–6. nap: követelmények és potenciális szállítók. 15–16. nap: világos Kereslet előkészítése vagy publikálása. 18–23. nap: a releváns lehetőségek összevetése.

A cégem ismertségét növelem

1–3. nap: céges profil. 15–21. nap: pontos Kínálat és informatív céges hír. 22–25. nap: frissítés és szakmai hitelesség.

Tartós kapcsolatokat építek

4–7. nap: célcégek megismerése és követése. 8–14. nap: kölcsönös kapcsolatok kezdeményezése. 24–29. nap: meglévő kapcsolatok gondozása.

Négy szerkeszthető szövegminta

Bemutatkozás

„A [cégnév] a [célcsoport] számára [feladatot] old meg. Fő termékünk/szolgáltatásunk [konkrétum], működési területünk [térség].”

Kapcsolódás indoka

„Azért kerestük meg Önöket, mert [konkrét, nyilvánosan ismert üzleti tény]. Mi [kapcsolódó kompetencia] területen dolgozunk, és lehet értelme megismerni egymást.”

Keresleti bejegyzés

„[Termék/szolgáltatás] beszállítót keresünk [térség] területén. Várható igény: [mennyiség/gyakoriság]. Fontos feltétel: [határidő, minőség, szállítás].”

Kínálati bejegyzés

„[Terméket/szolgáltatást/kapacitást] kínálunk [célcsoportnak]. Elérhető [mennyiség, terület, időpont]. Érdeklődéshez: [kapcsolatfelvételi mód].”

A saját 30 napos eredménytáblád

Ne a kattintásokat, hanem az üzletileg értelmes haladást kövesd. Az üres mezőket kézzel töltsd ki.

Cégprofilom: kész / fejlesztendő

Megvizsgált releváns cégek száma

Követett releváns cégek száma

Elküldött kapcsolatfelkérések

Elfogadott új üzleti kapcsolatok

Aktív keresletek / kínálatok

Közzétett nyilvános közlemények

Érdemi üzleti beszélgetések

Értékelhető ajánlatkérések

Megvalósult üzletek (ha voltak)

30 napos ellenőrzőlista

Jelöld, amit már megcsináltál. Az el nem érhető funkciókhoz tartozó lépések maradjanak előkészített feladatként.

[ ] 01. nap – Vedd kézbe a céges jelenléted

[ ] 02. nap – Mondd el világosan, miben vagy jó

[ ] 03. nap – Mutasd meg a kínálatod

[ ] 04. nap – Írd le az ideális partneredet

[ ] 05. nap – Próbáld ki a cégkeresést

[ ] 06. nap – Olvasd el a lehetséges partnerek profilját

[ ] 07. nap – Kezdd el követni, ami fontos

[ ] 08. nap – Válaszd ki az első megkeresésedet

[ ] 09. nap – Kezdeményezz egy üzleti kapcsolatot

[ ] 10. nap – Mentsd el a jól működő keresést

[ ] 11. nap – Tegyél egy második, tudatos lépést

[ ] 12. nap – Tedd rendbe a kapcsolataidat

[ ] 13. nap – Tanulj a visszajelzésekből

[ ] 14. nap – Zárd az első kapcsolatépítő hetet

[ ] 15. nap – Ne csak keress: jelezz igényt vagy ajánlatot

30 napos ellenőrzőlista – folytatás

[ ] 16. nap – Tedd közzé az első keresletet vagy kínálatot

[ ] 17. nap – Adj okot arra, hogy figyeljenek rád

[ ] 18. nap – Használd tudatosan az Idővonalat

[ ] 19. nap – Tedd közzé az első céges hírt

[ ] 20. nap – Ellenőrizd az üzleti bejegyzésedet

[ ] 21. nap – Tarts mini-üzleti értékelést

[ ] 22. nap – Frissítsd a profilodat az új tapasztalatokkal

[ ] 23. nap – Nézd meg, mit keresnek a többiek

[ ] 24. nap – Gondozd a már meglévő üzleti kapcsolataidat

[ ] 25. nap – Építs szakmai hitelességet

[ ] 26. nap – Tisztítsd meg a követési listádat

[ ] 27. nap – Vizsgáld meg az üzleti eredményeket

[ ] 28. nap – Találd meg a legjobb visszatérő rutint

[ ] 29. nap – Készítsd el a következő havi tervedet

[ ] 30. nap – Értékelj, ünnepelj, folytasd

A következő 30 napod

A CÉGbook akkor válhat a vállalkozásod hasznos eszközévé, ha a feladatokból ismételhető, fenntartható rutin lesz.

Hétfő · keress

Nézd át a célpiacodat, egy mentett keresést és néhány lehetséges üzleti partnert.

Szerda · figyelj

Tekintsd át a releváns cégek aktivitását és a friss Kereslet–Kínálat lehetőségeket.

Péntek · kapcsolódj

Gondozz egy elfogadott partnerkapcsolatot, frissítsd a profilod szükség szerint, és rögzíts egy tanulságot.

A következő havi egyetlen célom

A két legfontosabb új szokásom

A CÉGbook folyamatosan fejlődő üzleti platform. A dokumentum oktatási célú: egyes lehetőségek aktiváláshoz, jogosultsághoz, díjcsomaghoz vagy fejlesztési állapothoz kötöttek. Mindig az aktuális portálfelület és a szolgáltatási feltételek az irányadók. A platform nem garantál érdeklődőt, megrendelést vagy forgalomnövekedést.

Tovább a CÉGbookon

A 30 nap leteltével már tudod, hogyan keress cégeket, hogyan mutasd be a vállalkozásodat és mikor érdemes kapcsolatot kezdeményezned. A következő hónapban ne több munkát tervezz, hanem pontosabb üzleti döntéseket.

A legjobb rutinod három kérdésből áll

1. Mely vállalkozások lehetnek valóban relevánsak a következő időszakban?

2. Milyen aktuális igényt vagy ajánlatot érdemes világosan megmutatnom?

3. Melyik meglévő kapcsolatommal érdemes ismét érdemi szakmai egyeztetést kezdenem?

Funkciók és keretek

Az előfizetési díjak, a közzétételi korlátok és az egyes felületek elérhetősége változhat. A legfrissebb tájékoztatást mindig az alábbi CÉGbook-oldalakon ellenőrizd.

Hasznos CÉGbook-hivatkozások

Cégkeresés · Regisztráció · Hogyan működik? · Díjcsomagok · GYIK · Letöltések