Minél önállóbban tud cselekedni egy rendszer, annál fontosabbá válik a keret az utasítás mellett…
Azaz meddig terjed a hatásköre?



TRENDIG PLUS PROJEKT

AI által támogatott marketing

Online marketing műhelymunka · 2026. 11. 02.

Joós Attila
Webmark Europe Kft. – ügyvezető
Informatikus · AI oktató

Interreg AUSTRIA–HUNGARY
Co-funded by the European Union
Trendig Plus
AN INTEGRATED BORDER REGION

Joós Attila (Webmark Europe Kft.) – Informatika, a web és az AI

Webes felületek

- Weblapok
- Webshopok
- Egyedi webes fejlesztések
- Online marketing támogatás

Programfejlesztés

- Egyedi fejlesztésű rendszerek
- Üzemeltetés
- Innovatív projektek
- Komplex megoldások

AI és automatikus folyamatok

- AI oktatás
- AI audit – tanácsadás
- AI folyamatok kidolgozása
- AI ügynökök

Szerep-first: AI oktató vagyok, az AI által támogatott marketing témakörében tartok előadást, és KKV-knak adok tanácsokat. Végzettségem: informatikatanár – kutatás-fejlesztési és innovációs szakmenedzser.

A mai program – 120 perc

01

Alapok – hogyan „gondolkodik” az AI?

15 perc

02

Eszközök és információ

15 perc

03

Promptolás – a munkautasítás

25 perc

04

AI a marketing 10 területén

35 perc

05

Kreatív tartalmak és csatornák

15 perc

06

Munkaterület, automatizálás, adatbiztonság

15 perc

01

Alapok – hogyan „gondolkodik” az AI?

Fogalmak, bemenet és kimenet, az AI valódi előnyei



Alapfogalmak

AI (Artificial Intelligence) – Mesterséges Intelligencia (MI)

LLM

Nagy nyelvi modell

Nem keres adatbázisból: a következő szót jósolja meg

Kontextus

A szövegkörnyezet

Amit egy beszélgetésben lát – ami nincs benne, arról nem tud

Memória

A rólam szerzett AI-emlékek

Beszélgetéseken átível, kikapcsolható, átvihető

Hallucináció

Ellenőrzendő infó

Magabiztos, de téves állítás: szám, név, dátum, link

Tokenek

A „virtuális munkatárs bére”

Minden szó belekerül az elszámolásba – és a sebességbe

Az összefüggés: a kontextus a munkaterület, a memória annak kiterjesztése, a token az ára – a hallucináció pedig ott nő, ahol kevés a kontextus. Ezért „információátadási kényszerben vagyunk”.

Input – Szerep – Kontextus – Output – Hallucináció



A minőséget az első négy elem határozza meg – az ötödik, az ellenőrzés, mindig a te felelősséged.

Az AI felvállalt előnyei – hatékonyság, adatelemzés, kreativitás

Hatékonyság

- Ismétlődő szövegmunka: riport, levél, poszt
- Percek a korábbi órák helyett
- Mire jó: a rutin felszabadítására

Adatelemzés

- Nagy mennyiségű szöveg és táblázat átnézése
- Mintázatok, eltérések, korai jelek
- Mire jó: az átlátásra

Kreativitás

- Változatok gyors előállítása
- Ellenérvek, alternatív forgatókönyvek
- Mire jó: a holtpontok feloldására

A valódi kérdés: időt spóroltál meg – vagy ugyanannyi idő alatt jutottál messzebbre?

Kimenetek – azt eszed, amihez bevásároltál, és a recept is a tiéd!

BEMENET → FELDOLGOZÁS → KIMENET

Gyenge bemenet

- Hiányzó kontextus, forrás nélküli kérés
- „Írj egy riportot a kampányról”
- Eredmény: általános, semmitmondó szöveg

Jó bemenet

- Konkrét forrásfájlok, valódi adatok
- Megadott szempontok és korlátok
- Minta a kívánt eredményről

Kimeneti specifikáció

- Formátum: táblázat, lista, e-mail, dia
- Terjedelem, nyelv és hangnem
- Kötelező mezők: felelős, határidő

A rossz kimenet legtöbbször nem a modell hibája, hanem a hiányzó bemeneté.

Inputok – multimodalitás és formátumváltás

Szöveg

brief, e-mail, ügyfélvélemény

Kép

hirdetés, képernyőkép, tábla-fotó

Hang

meeting-felvétel, hangjegyzet

Videó

termékbemutató, reels

JSON → MD → DOCX → XLSX → PDF

Mi az a formátumváltás?

Ugyanaz a tartalom, más hordozó – a struktúra (JSON, MD) a gépnek, a dokumentum (DOCX, XLSX, PDF) az embernek szól.

Munkamenet: kérd strukturáltan, ellenőrizd, és csak utána konvertáltasd kész dokumentummá.

02

Eszközök és információ



Melyik modell mire jó, honnan jön a friss információ, és hogyan lesz belőle döntés

A nagy nyelvi modellek (LLM) – kinek mire jó?

Google Gemini

- Erős multimodalitás: kép, hang, videó
- Google-munkakörnyezethez illeszkedik

ChatGPT

- Sokoldalú, széles eszközkészlet
- Egyedi asszisztensek, fájlkezelés

Claude

- Hosszú dokumentum, strukturált kimenet
- Projektalapú munkaterületek

Grok

- Gyors, friss közösségi tartalom
- Eltérő hangnem, más nézőpont

Copilot

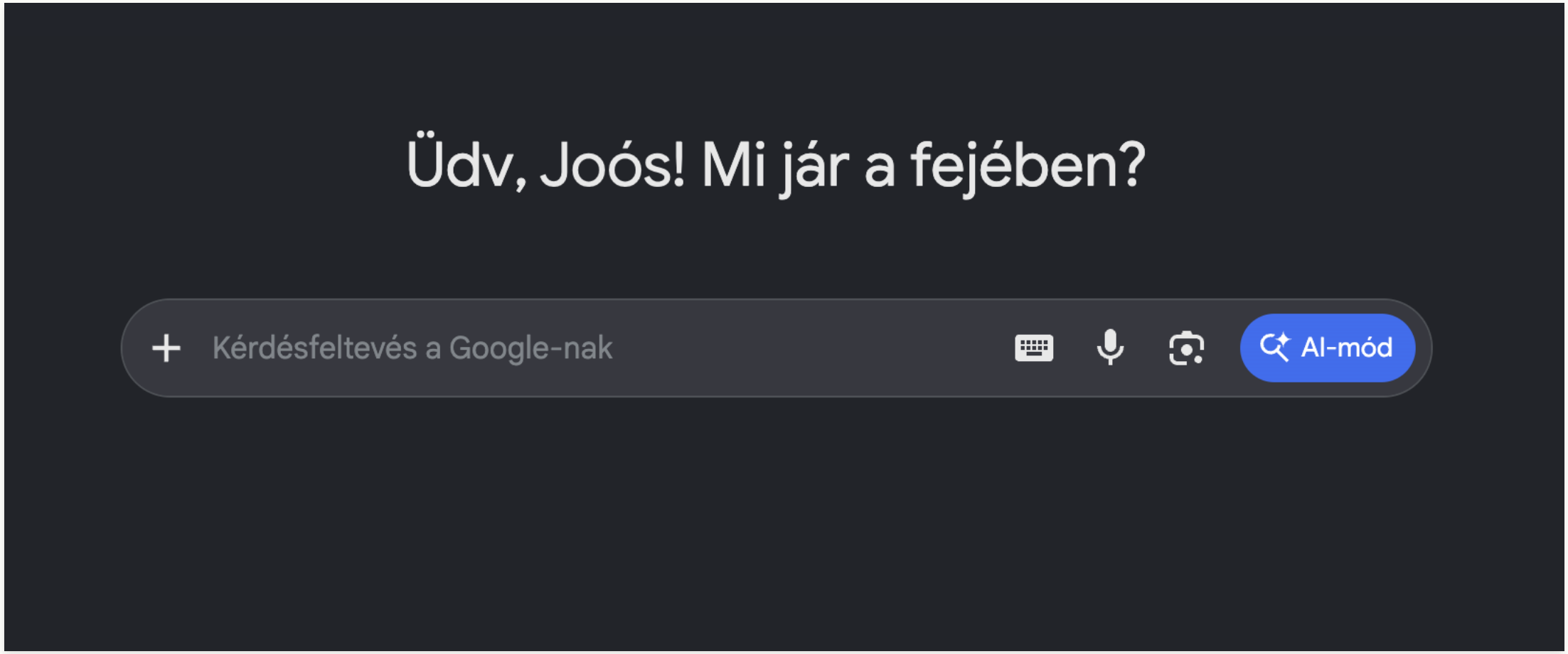
- Microsoft 365-be építve
- Teams, Outlook, Excel, SharePoint

Perplexity

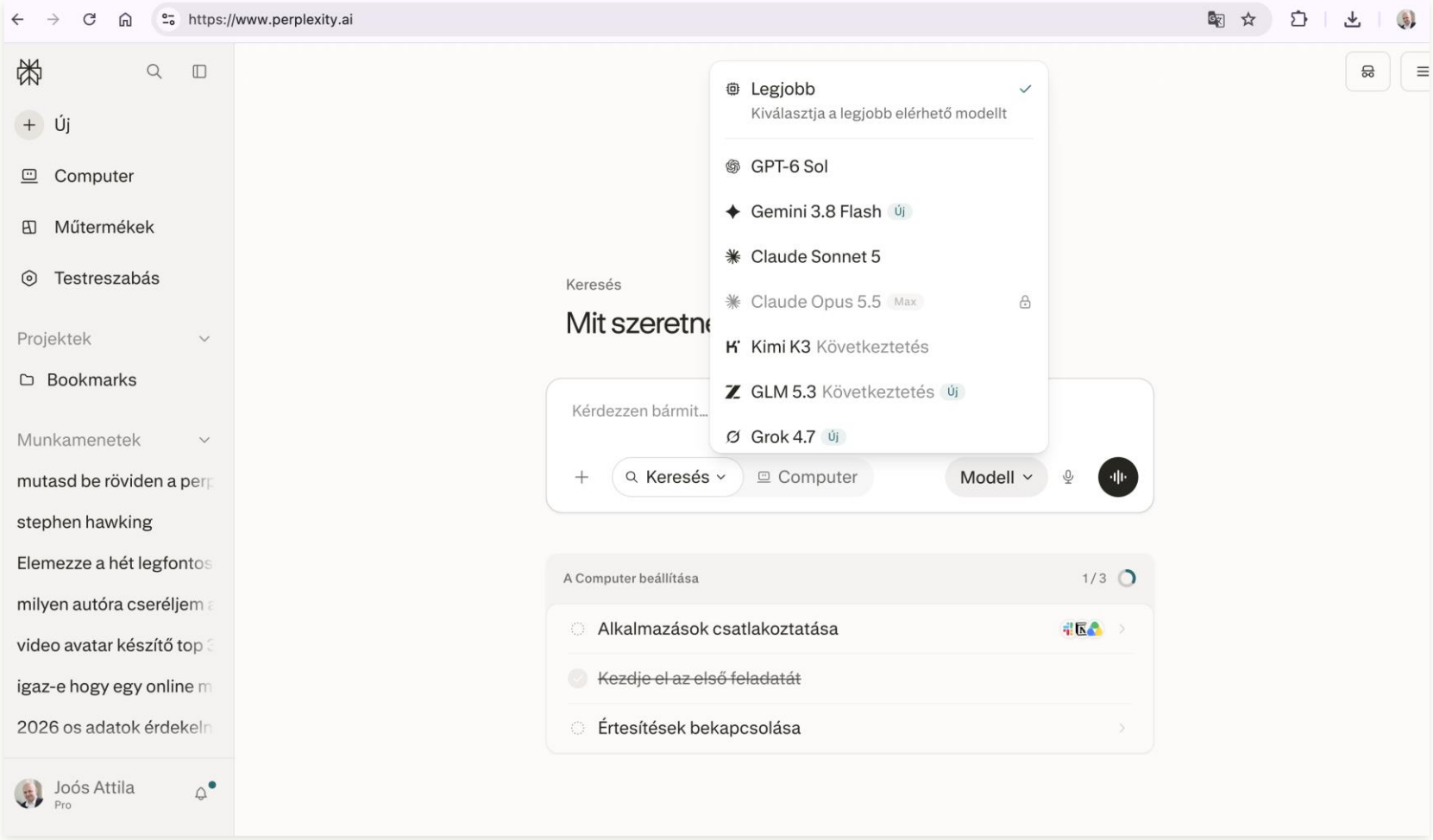
- Hivatkozott, forrásolt válaszok
- Piackutatás, háttéranyag

TIPP: A modellek és verziószámok gyorsan változnak. Ugyanazt a feladatot érdemes két modellel is lefuttatni próbaként.

Gemini – a beszélgetés kezdete



Perplexity.ai – a válaszmotor



Perplexity.ai – gyakorlat

Egyszerűen

- Keress rá magadra és a szervezetedre...
- Mit tud rólad az AI?
- Mi igaz belőle – és honnan veszi?

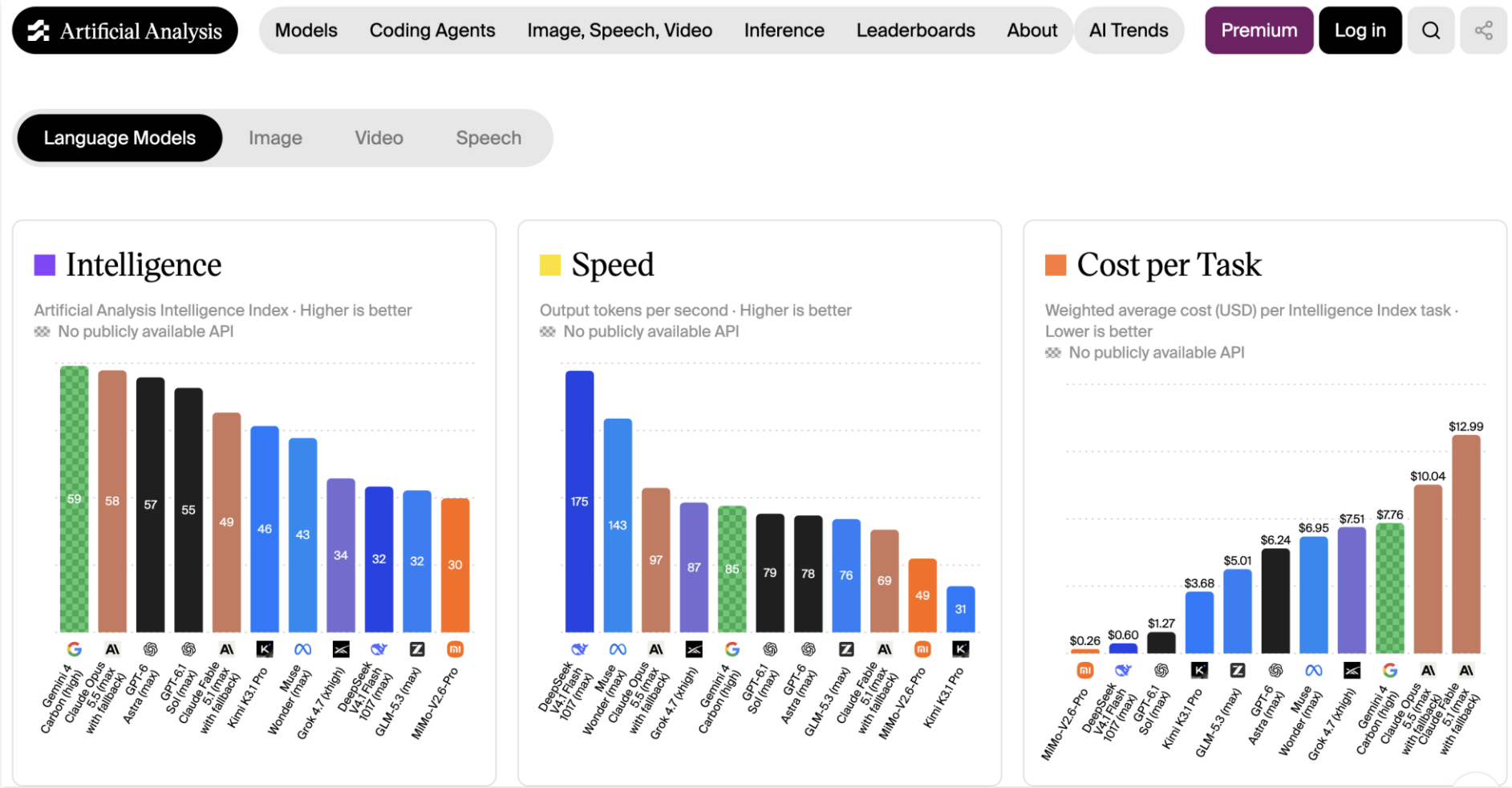
Komplexebben

„Hasonlíts össze legalább 3 lehetséges megoldási irányt: Microsoft 365/Copilot-alapú, Google Workspace/Gemini-alapú, valamint önálló RAG-alapú rendszer. Térj ki a funkciókra, az adatvédelemre és a GDPR-ra, a magyar nyelvi használhatóságra, az integrációkra, a várható költségekre, a bevezetési lépésekre, a kockázatokra és a várható üzleti megtérülésre. Készíts összehasonlító táblázatot, majd adj konkrét ajánlást három költségszintre: alacsony, közepes és vállalati. Minden aktuális állítást forrásokkal támassz alá.”

TechEx Global 2026 – a szereplők sokasága



Összehasonlítás: artificialanalysis.ai



Friss információ vs. szűrt információ

Friss információ – kereséssel

- Webes keresés bekapcsolva, Perplexity
- Árak, versenytársak, trendek, hírek
- Forrásmegjelöléssel – ellenőrizhető
- Lassabb, de naprakész

Szűrt információ – a modell tudása

- Amit a tanítás során „megtanult”
- Fogalmak, módszertanok, keretrendszerek
- Van egy záró dátuma (pl. 2025 közepe)
- Gyors, de lehet elavult

Kérdezd meg: „Mi a tudásod záró dátuma?” – ha a válasz ennél frissebb tényt igényel, kapcsold be a keresést.

Adat – Információ – Döntés



Adat

Nyers számok, exportok, vélemények



Információ

Értelmezett, összefüggésbe helyezett adat – itt segít a legtöbbet az AI



Döntés

Cselekvés – ezért az ember felel

Példa: **Adat:** 2 950 kattintás, 21 ajánlatkérés a Meta-hirdetésből. **Információ:** a Meta drágábban hoz ajánlatkérést, mint a Google Ads. **Döntés:** a büdzsé egy részét átcsoportosítjuk.

Piackutatás AI-jal

Versenytársak

„Gyűjtsd össze az 5 legnagyobb zalai kertépítő cég kínálatát, árazási logikáját és fő üzeneteit, forrásokkal.”

Vásárlói hang

„Elemezd a csatolt Google-értékeléseket: mit dicsérnek, mire panaszkodnak? Csoportosítsd témák szerint.”

Trendek

„Milyen kerttrendek várhatók 2027-ben Közép-Európában? Csak forrásolt állítást írj.”

Piackutatáshoz forrást adó eszköz kell – és minden számot ellenőrizz a forrásban.

Tudásszerzés – az AI mint személyi tanár

Magyaráztasd el

„Magyarázd el a ROAS-t úgy, mintha kezdő lennék, egy kertépítő cég példáján.”

Kérdeztess vissza

„Tegyél fel 5 kérdést egyenként, hogy kiderüljön, értem-e a marketing tölcsér (funnel) modellt.”

Saját forrásból

„Csak a feltöltött szakkönyvből és jegyzeteimből válaszolj, oldalszámmal.” (pl. NotebookLM, projekt)

Tanulási ökölszabály: előbb érts, aztán delegálj.

03

Promptolás – a munkautasítás

Jó és rossz prompt, szerepek, prompt-hierarchia, láncolt feladatok



Utasítások – egy rossz és egy jó prompt

Rossz prompt

„Írj egy posztot a kertépítésről.”

- Nincs célcsoport
- Nincs hangnem, hossz, platform
- Nincs cselekvésre ösztönzés
- Eredmény: bárkié lehetne

Jó prompt

Szerep: KKV-knak dolgozó közösségimédia-szövegíró vagy.

Kontextus: Zalai kertépítő cég, célcsoport: 35–55 éves, családi házban élő tulajdonosok.

Feladat: Írj Facebook-posztot a tavaszi kertátalakításról.

Output: Max. 80 szó, barátságos hangnem, egy kérdés a végén, CTA: ingyenes felmérés. 3 változat.

A prompt „hatékonysági verseny” győztese

GPT-5 JAVASLATA

1



FELADAT

globális, egyértelmű meghatározás

2



SZEREP & KONTEXTUS

szakmai identitás + háttérinfók egyetlen blokkban

3



ELVÁRT EREDMÉNY

formátum, hossz, célközönség, stílus, átadandó anyagok

4



KERETEK

korlátok, tiltások, minőségi elvárások

5



ESZKÖZHASZNÁLAT

böngészés, kód, táblázatkezelés engedélyezése / tiltása, prioritások

6



SIKERKRITÉRIUMOK

mikor tekinthető késznek – mérhető, ellenőrizhető feltételek

Műszerfal – az RTO-modell állandó utasításként

Kérlek, ezt a működést alkalmazd a munka során mindenképpen, kivétel nélkül:

I. Nyelv
Alapértelmezetten magyarul kommunikálj, kivéve, ha kifejezetten más nyelvet kérek.

II. Működési modell (RTO)
Komplex kérdések esetén minden válaszodat az RTO-modell szerint építsd fel, és az RTO részeket LÁTHATÓ módon jelenítsd meg a válasz elején.

A. Role (Szerep)
Határozd meg, milyen szakértői szerepben válaszolsz. Rövid, egy bekezdéses leírásban írd le, miben erős ez a szerep.

B. Task (Feladat)
Elemezd a kérést, bontsd részfeladatokra, és fogalmazd meg világosan a célt, ahogyan érted.

C. Output (Kimenet)
Határozd meg a válasz formátumát (lista, táblázat, kód, esszé), stílusát (tömör, részletes, szakmai) és terjedelmét.

III. Egyszerű kérdések
Ha egyetlen konkrét információra irányul és nem igényel elemzést: válaszolj közvetlenül, RTO nélkül.

IV. Nem egyértelmű kérés
Először tegyél fel pontosító kérdéseket, és csak utána válaszolj.

V. Minőségi elvárások
Kerüld a feltételezéseket. Több jó megoldásnál mutasd be és rangsorold őket. Jelezd, ha bizonytalan vagy.

VI. Ellenőrzés
A válasz végén adj 0–100 közötti bizalmi indexet, és indokold, milyen feltételezésekre építettél.

Prompt-hierarchia

1

System promptok

Alapbeállítások, amelyek meghatározzák, hogyan viselkedik a modell.

Pl. „Csak akkor válaszolj, ha tudod a választ! Mindig strukturált választ készíts címsorokkal és felsorolással, kerüld a szlenget.”

2

Projekt promptok

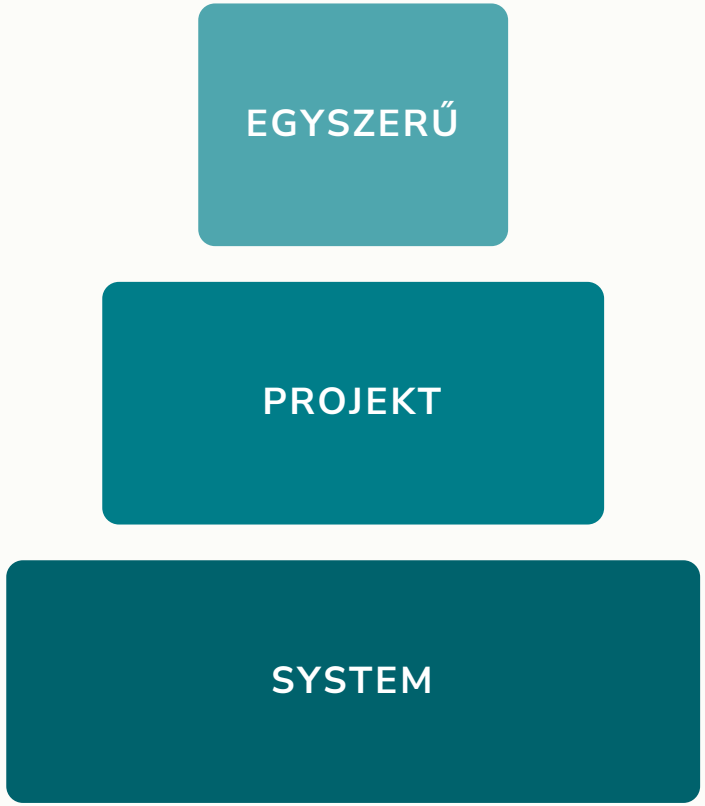
Szűkebb fókuszú, egy adott célra optimalizált prompt – sablonként sok időt spórol.

Pl. „Írj meta leírásokat magyarul, maximum 155 karakterrel, tartalmazza a fő kulcsszót.”

3

Egyszerű promptok

Az RTO-modellt használjuk, és nem komplex feladatokkal bízzuk meg az LLM-et.



alap ↓ · egyedi ↑

Szerepek – szerepkörök meghatározása

Miért adj szerepet?

- Szűkíti a fókuszt és a szóhasználatot
- Beállítja a hangnemet és a részletességet
- Meghatározza, mit tart fontosnak

Érdemes létrehozni

- Tartalomstratéga: témák, naptár
- Copywriter: hirdetés- és posztszöveg
- Kampányelemző: számok, tanulságok
- Ördög ügyvédje: kritikus felülvizsgálat

Amire figyelj

- A szerep nem tudás – az adat a kontextusból jön
- Egy prompt = egy szerep
- Felelősséget hordozó szerepet (jogi, orvosi) ne adj

Szerep-first: előbb mondd meg, ki válaszol – utána azt, hogy mit kérsz.

Marketing-szerepkörök – kit „hívhatsz be” a promptba?

Marketingstratéga
irány, célok, pozicionálás

Tartalomstratéga
témák, tartalomnaptár

Copywriter
hirdetés-, poszt-, webszöveg

SEO-szakértő
kulcsszavak, meta, szerkezet

Hirdetéskezelő (PPC)
Google és Meta kampányok

Közösségimédia-menedzser
posztok, közösségépítés

E-mail marketinges
hírlevél, automatizmus

Webanalitikus
GA4, konverziók, riport

Brand manager
márkahang, arculat

Piackutató
versenytárs, trend, vélemény

Konverzióoptimalizáló
landing oldal, A/B teszt

Art director
vizuális koncepció, képprompt

Videós forgatókönyvíró
rövid videók, reels

PR-szakember
sajtó, válságkommunikáció

Ügyfélút-tervező (CX)
érintési pontok

Ördög ügyvédje
ötletek kritikája

Irassunk promptot AI-jal!

Legalább annyira tudja, mi a jó prompt, mint mi.

Te
ötlet, cél, kontextus

Erős modell
megírja a profi promptot

Bármely modell
végrehajtja a promptot

Kérdés

- Kivel irassunk promptot, és milyen erősségű modellel?

Példa

„Írj egy promptot, ami alapján egy LLM professzionális marketingtervet tud készíteni egy KKV számára. A prompt kérdezzen rá a hiányzó adatokra, mielőtt dolgozni kezd.”

Irassunk promptokat – minden médiumra

Képkészítő prompt

„Fotórealisztikus kép: frissen átadott modern családi kert, fa terasz, naplemente, széles látószög, 16:9, szöveg nélkül.”

Szöveggeneráló prompt

„Írj 150 szavas blogbevezetőt arról, miért érdemes télen megtervezni a tavaszi kertet. Közvetlen, szakértő hangnem.”

Videókészítő prompt

„8 másodperces videó: drón lassan emelkedik egy kert fölött, hajnali köd, puha fények, filmszerű színek, zene nélkül.”

Excel-készítő prompt

„Készíts táblázatot a havi marketingköltségekhez: csatorna, terv, tény, eltérés % képlettel, feltételes formázással.”

Működik ez visszafelé is?

Egy elkészült végtermék (output) alapján készítsünk promptot – tegyük be egy másik LLM-be, és írassuk meg vele, miből jöhetett létre.



Kész anyag

kép, poszt, hirdetés, weboldal



LLM elemzi

„Milyen prompt hozhatta létre ezt?”

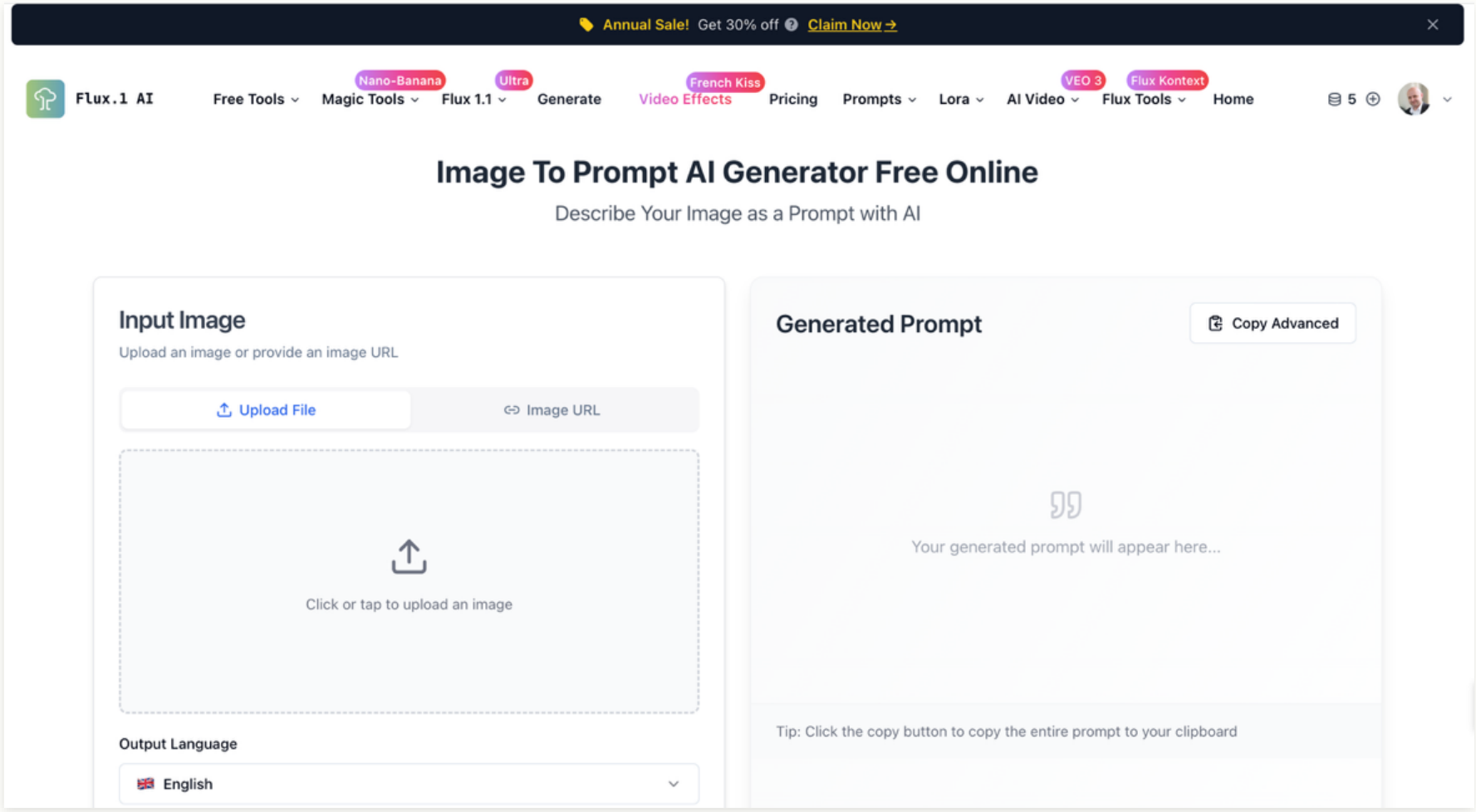


Újrahasznosítható prompt

sablon a következő anyaghoz

Ami egyszer jól sikerült, abból sablon lesz – nem kell újra kitalálni.

Vissza-promptolás – flux1.ai



Láncolt feladatok AI-jal

Az egyik AI kimenete a másik AI bemenete.

1

Piackutatás

Perplexity – forrásokkal

2

Stratégia, szöveg

Claude / ChatGPT

3

Vizuál

képgenerátor

4

Kész hirdetés

Canva / szerkesztő

Minden láncszem után emberi ellenőrzés – a hiba a láncban továbböröklődik.

04

AI a marketing 10 területén



Minden területhez egy prompt és a várt eredmény – egy közös példacégen

Milyen marketingterületeken vethető be az AI?

01 

Marketing stratégia

02 

Marketing tervezés

03 

Tartalomnaptár

04 

Kampánytervezés

05 

Költségtervezés

06 

Eredmények mérése

07 

Buyer persona

08 

Marketing mix

09 

Analitika – adatelemzések

10 

Hirdetések készítése

A példacég: ZöldKert Kft. (kitalált)

ZöldKert Kft.

- Kerttervezés és -kivitelezés
- Zalaegerszeg és 50 km-es körzete
- 6 fős csapat, szezonális működés
- Az ügyfelek nagy része ajánlásból jön
- Éves marketingbüdzsé: 3,6 M Ft
- Cél: több online ajánlatkérés

Minden példadián ugyanaz a szerkezet:

PROMPT
Szerep – Kontextus – Feladat – Output

VÁRT EREDMÉNY
amit a modelltől jó esetben visszakapunk

ELLENŐRZÉS
számok, állítások, márkahang – emberi feladat

Marketing stratégia

PÉLDA 1 / 10

PROMPT

Szerep: Tapasztalt KKV-marketingstratéga vagy.

Kontextus: ZöldKert Kft., kerttervezés és -kivitelezés Zalaegerszeg 50 km-es körzetében. 6 fő, az ügyfelek többsége ajánlásból jön, online alig vagyunk jelen. Éves marketingbüdzsé: 3,6 M Ft.

Feladat: Készíts 12 hónapos marketingstratégiát.

Output: 1) pozicionálási mondat, 2) 3 SMART cél, 3) rövid SWOT. Max. 1 oldal. Ahol adat hiányzik, írd: HIÁNYZIK – ne találj ki számot.

VÁRT EREDMÉNY

Pozicionálás *„A zalai családok kertépítője: fix áras terv 7 nap alatt, határidőre kész kert.”*

SMART célok (2027. június 30-ig)

- Online ajánlatkérés: havi 8 → 20
- Google-értékelések: 23 → 80 db
- Átlagos projektérték +15% (prémium csomag)

Erősség ajánlások, helyi ismertség	**Gyengeség** gyenge online jelenlét
Lehetőség téli tervezési szezon	**Veszély** árverseny, szezonalitás

Marketing tervezés

PÉLDA 2 / 10

PROMPT

Szerep: Marketingtervező vagy.

Kontextus: Az előző lépésben elkészült ZöldKert-stratégia (csatolva). Erős szezonalitás: tavaszi csúcs, téli holtszezon.

Feladat: Bontsd le a stratégiát 2027-es negyedéves marketingtervre.

Output: Táblázat: negyedév, fókusz, fő akciók, KPI. Negyedévenként max. 2 akció. A végén 3 mondatban: mi a legnagyobb kockázat?

VÁRT EREDMÉNY

Negyedév	Fókusz	Fő akciók	KPI
Q1	Tervezési szezon	„Tervezd meg télen” Google Ads; blog: tervezési tippek	25 ajánlatkérés
Q2	Kivitelezési csúcs	Referenciavideók; Meta-hirdetés; értékelésgyűjtés	40 ajánlatkérés
Q3	Karbantartás	Öntözés- és karbantartás-ajánlat hírlevélben	15 szerződés
Q4	Őszi ültetés, zárás	Ajándékutalvány; éves riport, 2028-as terv	+30 feliratkozó / hó

Kockázat: a Q2-es kapacitás szűk – a kampány ne hozzon több megrendelést, mint amennyit a csapat el tud végezni.

Tartalomnaptár

PÉLDA 3 / 10

PROMPT

Szerep: Közösségimédia-tartalomstratéga vagy.

Kontextus: ZöldKert Kft., célcsoport: 35–55 éves családi házas tulajdonosok. Tavaszi kampány 2027 márciusában.

Feladat: Készíts 2 hetes tartalomnaptárt Facebookra és Instagramra, heti 3 poszttal.

Output: Táblázat: dátum, platform, formátum, téma / hook (első mondat), CTA. Arány: 40% inspiráció, 30% szakmai tipp, 20% referencia, 10% ajánlat.

VÁRT EREDMÉNY

Dátum	Platform	Formátum	Téma / hook	CTA
H 03.01.	FB + IG	Karusszel	5 hiba, amit tavasszal minden kerttulajdonos elkövet	Mentsd el!
Sze 03.03.	IG	Reels	Előtte–utána: egy keszthelyi kert 30 mp-ben	Kérj felmérést
P 03.05.	FB	Kép + szöveg	Ügyfélvélemény: „Végre élünk a kertben”	Ajánlatkérés
H 03.08.	FB + IG	Infografika	Melyik gyep illik a kertedhez?	Kommentelj!
Sze 03.10.	IG	Story-kvíz	Mediterrán vagy angol kert?	Szavazz!
P 03.12.	FB	Ajánlat	Tavaszi tervezés –10% március 31-ig	Foglalj időpontot

Kampánytervezés

PÉLDA 4 / 10

PROMPT

Szerep: Online kampánytervező vagy, lead-generálásra szakosodva.

Kontextus: ZöldKert Kft., tavaszi kampány „Tervezd meg most, kivitelezzük tavasszal” üzenettel, 2027. febr. 15. – márc. 28. Büdzsé: 240 000 Ft.

Feladat: Tervezd meg a 6 hetes kampányt.

Output: Egyoldalas kampányterv: cél és KPI, 3 szakaszos ütemezés csatornákkal, landing oldal elemei, mérés módja.

VÁRT EREDMÉNY

60	≤ 4 000 Ft	240 e Ft
ajánlatkérés	CPL	büdzsé

1–2. hét	3–4. hét	5–6. hét
Figyelemfelkeltés Reels, Meta-elérés	**Megfontolás** Referenciák, retargeting, hírlevél	**Konverzió** Google-keresés, határidős ajánlat

Landing oldal: előtte–utána galéria, 3 lépéses folyamat, 4 mezős ajánlatkérő űrlap.

Mérés: UTM-paraméterek, GA4-konverzió, heti riport.

Költségtervezés

PÉLDA 5 / 10

PROMPT

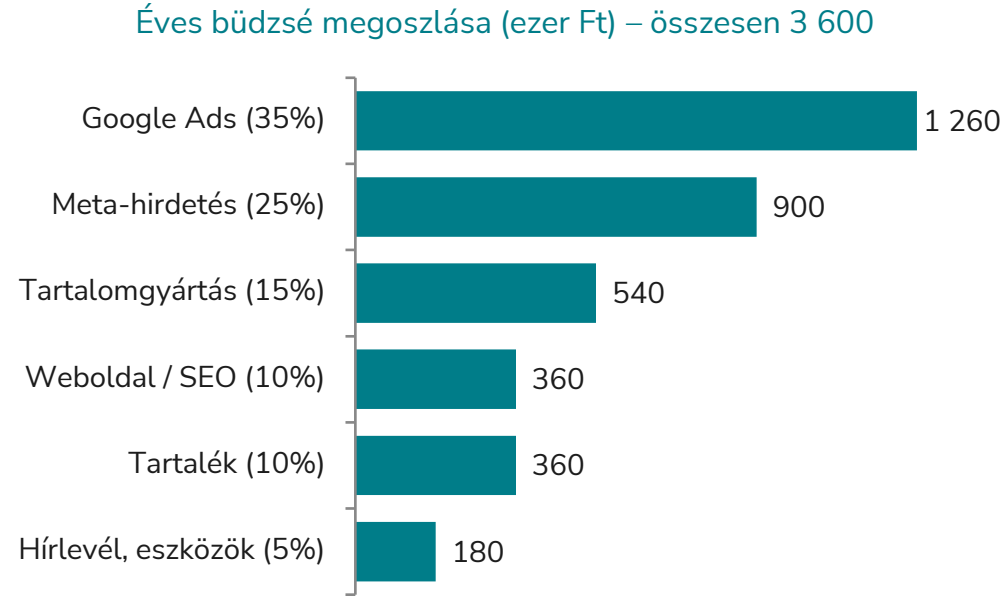
Szerep: Marketing-kontroller vagy.

Kontextus: ZöldKert Kft. éves marketingbüdzséje 3,6 M Ft. Fő csatornák: Google Ads, Meta, tartalomgyártás, weboldal/SEO, hírlevél. A tavaszi csúcsra kell a legtöbb pénz.

Feladat: Oszd el a büdzsét csatornák között.

Output: Diagram és táblázat Ft-ban és %-ban, rövid indoklással. 10% tartalékot hagyj. Ellenőrizd, hogy az összeg pontosan 3,6 M Ft.

VÁRT EREDMÉNY



Indoklás: a fizetett hirdetések 60%-a márciustól májusig fut, a tartalék a jól teljesítő csatorna megerősítésére szolgál.

Eredmények mérése

PÉLDA 6 / 10

PROMPT

Szerep: Teljesítménymarketing-elemző vagy.

Kontextus: Csatolva a márciusi kampány exportja (CSV): csatorna, kattintás, ajánlatkérés, költség.

Feladat: Számold ki csatornánként a CPL-t (költség / ajánlatkérés) és a konverziós arányt.

Output: Táblázat + 3 tanulság + 3 javaslat. Csak a megadott adatokból dolgozz, a számításokat mutasd meg.

VÁRT EREDMÉNY

Csatorna	Kattintás	Ajánlat-kérés	Költség	CPL	Konv.
Google Ads	1 840	38	152 000 Ft	4 000 Ft	2,07%
Meta	2 950	21	118 000 Ft	5 619 Ft	0,71%
Hírlevél	410	9	6 000 Ft	667 Ft	2,20%

Tanulságok és javaslatok

- A Google Ads hozza a legtöbb ajánlatkérést elfogadható áron → marad a fő csatorna
- A Meta sok kattintást hoz, de gyengén konvertál → célzás és landing oldal felülvizsgálata
- A hírlevél a leghatékonyabb (667 Ft / ajánlatkérés) → listaépítés erősítése

Buyer persona

PÉLDA 7 / 10

PROMPT

Szerep: Vásárlói élmény kutató vagy.

Kontextus: Csatolva 15 ügyfélvisszajelzés és ajánlatkérő üzenet a ZöldKert Kft.-től.

Feladat: Készíts belőlük 2 buyer personát.

Output: Personánként: név, életkor, élethelyzet, cél, fájdalompont, tipikus kifogás, döntési szempont, kedvelt csatorna és egy jellemző idézet. Csak az adatokból következtess, számot ne találj ki.

VÁRT EREDMÉNY

Kertes Katalin, 42

kétgyermekes anya, családi ház Zalaegerszeg mellett

Cél: gyerekbarát, kevés gondozást igénylő kert

Fájdalompont: nincs ideje, rossz tapasztalat korábbi kivitelezővel

Kifogás: „Mennyibe fog ez pontosan kerülni?”

Döntés: referenciafotók, írásos fix ár

Csatorna: Facebook, Instagram, ismerősi ajánlás

„Nem a legolcsóbbat keresem, hanem akiben megbízhatok.”

+ 2. persona: Vállalkozó Viktor, 55 (panziótulajdonos)

Marketing mix (7P)

PROMPT

Szerep: Szolgáltatásmarketing-tanácsadó vagy.

Kontextus: ZöldKert Kft., kerttervezés és -kivitelezés, egyedi árajánlatok, főleg ajánlásból érkező ügyfelek, kevés online referencia.

Feladat: Elemezd a szolgáltatást a 7P modell szerint.

Output: Táblázat: P, jelenlegi helyzet, egy konkrét fejlesztési javaslat. Tömören, P-nként max. 10 szó.

VÁRT EREDMÉNY

P	Jelenleg	Javaslat
Product	tervezés + kivitelezés	fix áras „kezdő kert” csomag
Price	egyedi ajánlat, lassú	3 szintű árkalkulátor a weben
Place	Zala, 50 km	online konzultáció videóhívásban
Promotion	főleg ajánlás	havi 2 referenciavideó
People	6 fős szakértő csapat	csapattagok bemutatása a weben
Process	ajánlat 2 hét alatt	72 órás ajánlatgarancia
Physical evidence	kevés fotó	előtte–utána galéria, értékelések

Analitika – adatelemzések

PÉLDA 9 / 10

PROMPT

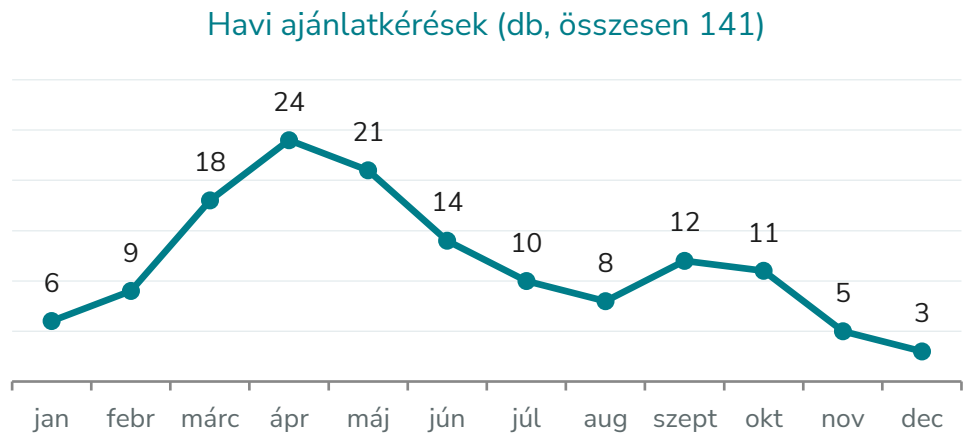
Szerep: Webanalitikus vagy.

Kontextus: Csatolva a ZöldKert weboldal 12 havi GA4-exportja (havi munkamenetek, források, ajánlatkérések).

Feladat: Elemezd a szezonalitást és az ajánlatkérések alakulását.

Output: Vonaldiagram a havi ajánlatkérésekről, a csúcs- és mélypontok magyarázata, 3 cselekvési javaslat. Ha valamit nem lehet az adatokból megállapítani, írd ki.

VÁRT EREDMÉNY



- Csúcs márc–máj.: 63 db, az éves mennyiség 45%-a → a tavaszi kampány februárban induljon
- Szeptemberi második hullám → őszi ültetési ajánlat
- Nov–jan. mélypont → téli „tervezd meg most” akció

Hirdetések készítése

PÉLDA 10 / 10

PROMPT

Szerep: Konverzióra optimalizáló Facebook-hirdetés szövegíró vagy.

Kontextus: ZöldKert tavaszi kampány, célcsoport: Kertes Katalin persona (csatolva).

Feladat: Írj 3 hirdetésváltozatot A/B teszthez: 1) érzelmi, 2) racionális, 3) sürgető.

Output: Mindegyikhez: címsor (max. 40 karakter), elsődleges szöveg (max. 125 karakter), CTA gomb, képötlet. Számold meg a karaktereket.

VÁRT EREDMÉNY

ÉRZELMI

A kert, ahol újra együtt vagytok

Képzeld el a nyári estéket a saját teraszodon. Megtervezzük, megépítjük – te csak élvezd.

Ajánlatkérés

RACIONÁLIS

Fix ár, határidőre kész kert

Részletes terv 7 nap alatt, írásos fix ár, 2 év garancia. 150+ elkészült zalai kert.

Tudj meg többet

SÜRGETŐ

Tavaszra már csak 8 szabad hely

Aki március 31-ig tervet kér, áprilisban már a kertjében ülhet. Ingyenes felmérés.

Időpontfoglalás

05

Kreatív tartalmak és csatornák

Kép, hang, videó – és hogyan tűnjünk ki az AI-zajban



Kreatív tartalmak készítése – az új munkamenet



A kreativitás nem az AI-ban van, hanem a válogatásban és a briefben.

Képek – hangok – videók generálása

Kép

pl. ChatGPT, Gemini, Midjourney, Adobe Firefly

- Hirdetésvizuál, posztkép
- Termék környezetben
- Moodboard, arculati irányok

Hang

pl. ElevenLabs, zenegenerátorok

- Narráció, szinkron
- Zenei aláfestés
- Podcast-összefoglaló

Videó

pl. Veo, Sora, Runway, HeyGen

- Rövid reels, termékvideó
- Avataros magyarázó videó
- Képből animáció

Jelöld az AI-generált tartalmat, és ügyelj a szerzői és személyiségi jogokra.

Példa: professzionális rendezvényplakát



Példa: „Reklámozom vállalkozásom AI-képekkel”



Példa: karusszel-tervezési sablon



Kiindulási pont elemzése



Prompt a kép mellé

„Marketingszakértőként elemezd ezt a hirdetést: üzenet, célcsoport, vizuális hierarchia, olvashatóság, CTA. Pontozd 1–10-ig, majd adj 3 konkrét javítási javaslatot és egy újraírt címsort.”

- Mi az erőssége?
- Mi zavarja az üzenetet?
- Mit tesztelnék le A/B-ben?

AI-slop – hogyan tűnjünk ki az AI-zajban?

Saját adat és tapasztalat
esetek, számok, kulisszák mögül – amit az AI nem tud

Felismerhető hang
stílusútmutató és mintaszövegek a promptban

Valódi emberek, valódi fotók
a csapat, az ügyfél, a munka – nem stockkép

Kevesebb, de jobb
egy erős poszt többet ér öt átlagosnál

Az AI-t a minőségre használd, ne a mennyiségre.

AI-ügynök dönt az AI által készített tartalomról?

Amit rábízhatsz

- Formai ellenőrzés: hossz, karakterkorlát, kulcsszó
- Pontozás a márkahang-ellenőrzőlista szerint
- Változatok előszűrése A/B teszthez
- Helyesírás, egységes szóhasználat

Amit ne

- Végső publikálás ügyfél felé
- Jogi, egészségügyi, pénzügyi állítások
- Árak, akciók, határidők
- Válságkommunikáció

Az AI javasol, az ember dönt – a felelősség mindig a kiadóé.

Weblapok az AI korában – kell? Építsük vagy építtessük?

Kell-e weboldal? Igen.

- Saját „terület” – nem függ algoritmustól
- Az AI-keresők weboldalakat idéznek forrásként
- Nyer a strukturált, kérdésekre válaszoló tartalom (GYIK, árak, referenciák)
- Itt mérhető a konverzió

Építsük vagy építtessük?

Magunk, AI-eszközzel
gyors prototípus, kampány-landing oldal

Szakemberrel
integráció, biztonság, SEO, karbantartás

Vegyesen
szakember építi, a tartalmat AI-jal gyártjuk

Hírlevél, mint saját adatbázis

Miért?

- A lista a tiéd, nem az algoritmusé
- Közvetlen elérés, alacsony költség
- Ismétlődő vásárlás, upsell

Miben segít az AI?

- Tárgysor-változatok A/B teszthez
- Szegmensenként személyre szabott szöveg
- Blogból hírlevél, hírlevélből poszt

Szabályok

- GDPR-hozzájárulás, egyszerű leiratkozás
- Rendszeresség – inkább ritkábban, de jól
- Mérés: megnyitás, kattintás

Minden csatorna célja végső soron: feliratkozó a saját listádra.

Közösségi média AI-támogatással

Ötletelés

témák, hookok, trendek

Platformváltozatok

FB, IG, LinkedIn, TikTok – egy anyagból

Vizuál

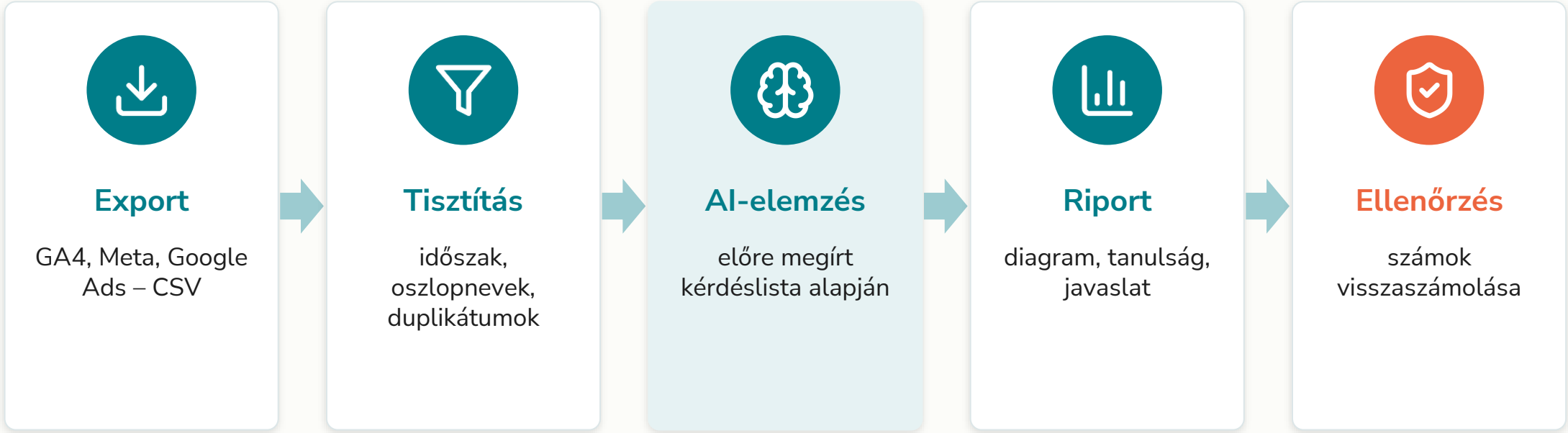
kép, karusszel, rövid videó

Ütemezés és válaszok

naptár, kommentválasz-sablonok

A hang legyen a tiéd: adj stílusmintát a promptban.

Adatelemzés – ahogy az ügynökség is csinálná



Az ügynökség titka nem az eszköz, hanem a jó kérdések és a rendszeresség.

06

Munkaterület, automatizálás, adatbiztonság

Workspace, workflow, MCP, jogosultságok – és az adataink védelme



Digitális marketing munkaterület

Mi kerüljön a marketing-munkaterületbe?

- Márkakönyv és stílusútmutató
- Buyer personák
- Termék- és szolgáltatásadatok, árak
- Korábbi kampányok és eredmények
- Állandó utasítás (RTO + márkahang)



Eredmény

Az AI „ismeri” a céget: minden válasz a te márkád nyelvén szól, és nem kell újra bemutatkozni.

Workspace és Workflow – a virtuális íróasztalod és mappáid

Workspace – a munkaterület

pl. Google Workspace, MS Cloud, AI-projektek

- Projektenként külön tér, saját tartalommal
- Benne: forrásfájlok, állandó utasítások, szerepek
- Az AI itt már „ismeri” a projektet
- Megosztható a csapattal

Workflow – a munkafolyamat

pl. Zapier, Make, n8n

- Ismétlődő lépések rögzített sora
- Egyszer megtervezed, utána fut
- Ott erős, ahol hetente ugyanaz a feladat
- Mindig legyen benne emberi jóváhagyás



Megbeszélések – a meetingtől a feladatlistáig

Meeting-összefoglalás

- Felvétel vagy leirat feltöltése
- Döntések, nyitott kérdések
- Egyoldalas vezetői kivonat

Tartalom fordítása

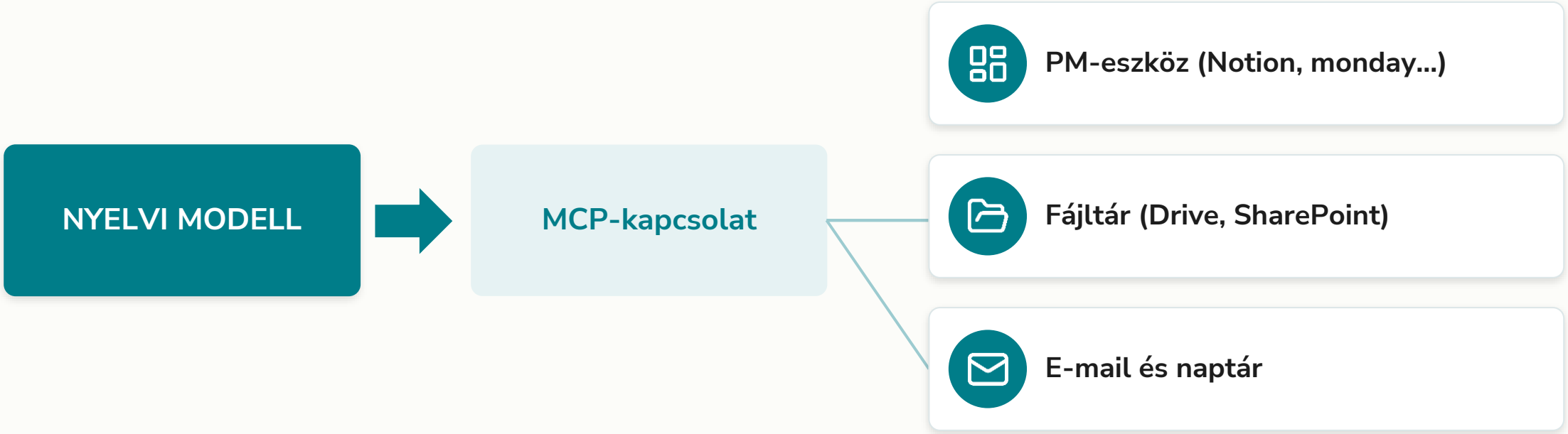
- Ugyanaz a kivonat több nyelven
- Szakkifejezések egységesen
- Partnernek azonnal küldhető

Feladatok szerepkörönként

- Ki, mit, mikorra – határidővel
- Függőségek megjelölése
- Átemelhető a PM-eszközbe

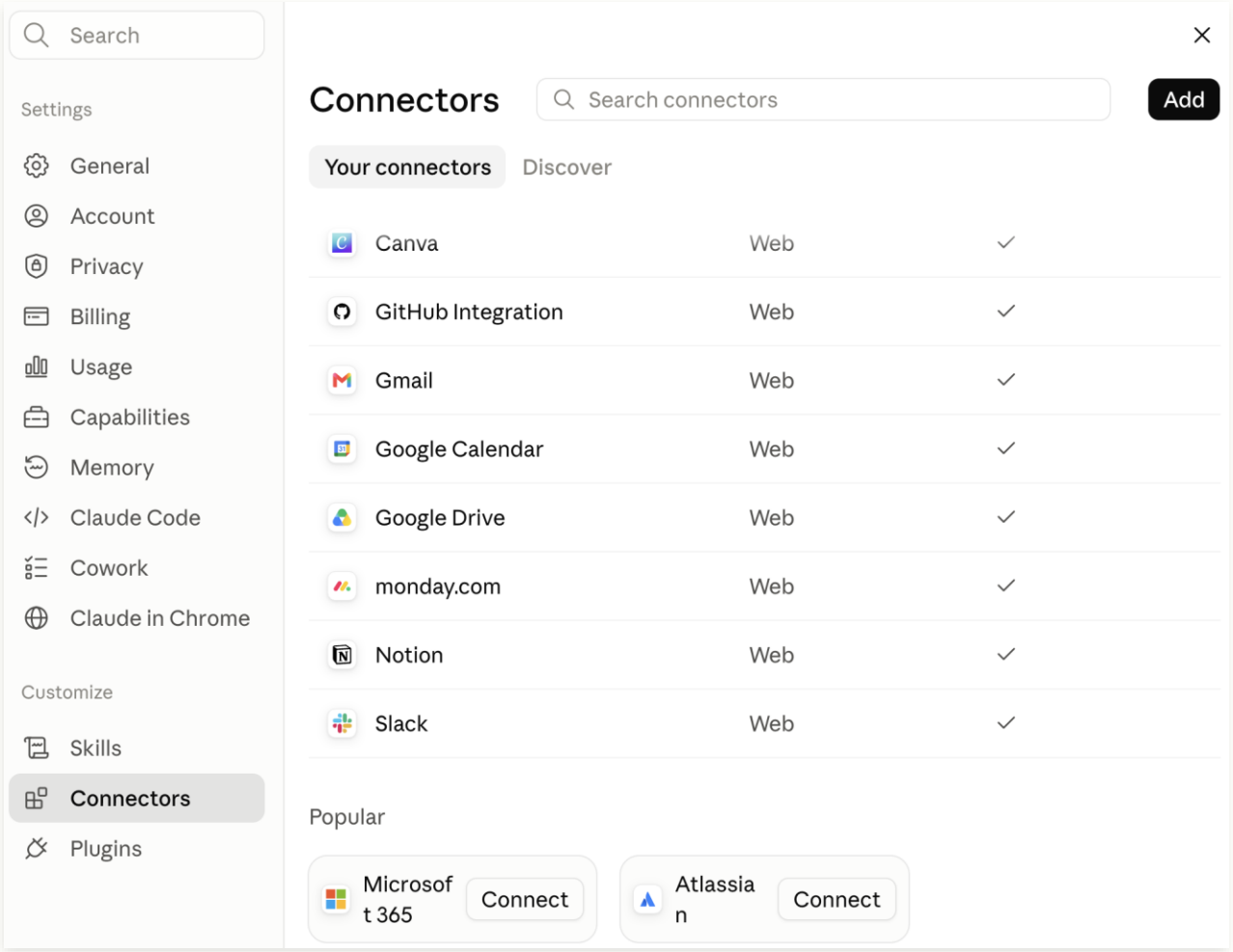
Feladat	Felelős	Határidő	Függ ettől
Tavaszi kampány hirdetésszövegei (3 változat)	Copywriter – K. Anna	2026. 11. 20.	–
Landing oldal frissítése	Web – T. Péter	2026. 11. 27.	Szövegek jóváhagyása

Beépített AI és az MCP – amikor az eszköz kinyílik



Beépített AI: a gyártó saját asszisztense, az eszközön belül.
MCP: szabványos csatorna, amin a külső modell is eléri az adatokat és a műveleteket.
Következmény: nem kell exportálni – a modell ott dolgozik, ahol az adat él.

Összekötők (connectorok) a gyakorlatban



AI-ügynökök és AI-workflow-k

Workflow – előre megírt lépéssor

- Determinisztikus: mindig ugyanaz fut le
- Te tervezed meg a lépéseket
- Kiszámítható, ellenőrizhető, auditálható
- Pl. minden hétfőn kampányriport a hirdetési adatokból

Ügynök – célt kap, nem lépéssort

- Maga dönti el a lépéseket és az eszközöket
- Visszacsatol, javít, újrapróbál
- Rugalmas, de ellenőrzést igényel
- Pl. „Nézd át a heti kommenteket, jelezd a panaszokat”

Ismétlődő és jól leírható → workflow. Változó, mérlegelést igénylő → ügynök. Mindkettőnél legyen emberi jóváhagyási pont.

Marketingsablonok létrehozása

Mit sablonosíts?

- Kampánybrief
- Havi marketingriport
- Tartalomnaptár
- Hirdetésszöveg karakterkorlátokkal

Hogyan készül?

- Vedd elő a 3 legutóbbi valódi anyagot
- Vonasd ki a közös szerkezetet
- Töltsd ki egy éles esettel, javítsd
- Rögzítsd sablonként

Mitől lesz jó?

- Kötelező mezők, megnevezett felelősök
- Rövid kitöltési útmutató az elején
- Verziószám és dátum
- Egy helyen, mindenkinek elérhetően

A sablon akkor él, ha a saját anyagaidból születik – nem letöltött mintából.

Érzékeny adatok kezelése

Ne töltsd fel

- Ügyfelek személyes adatai
- Jelszavak, API-kulcsok
- Szerződések bizalmas részei
- Belső pénzügyi adatok

Maszkold

- Nevek helyett: „Ügyfél_01”
- Cégnév helyett: „X Kft.”
- Összegek kerekítve vagy arányként
- Előbb maszkolj, aztán tölts fel

Állítsd be

- Üzleti / céges előfizetés
- Adattanítás kikapcsolása
- Hozzáférések és összekötők
- Belső AI-használati szabályzat

Ökölszabály: csak azt töltsd fel, amit egy külső alvállalkozónak is odaadnál.

Adatmentés az AI-ból – kimenthetők-e az „emlékek” ?

Mit viszek ki és hová?

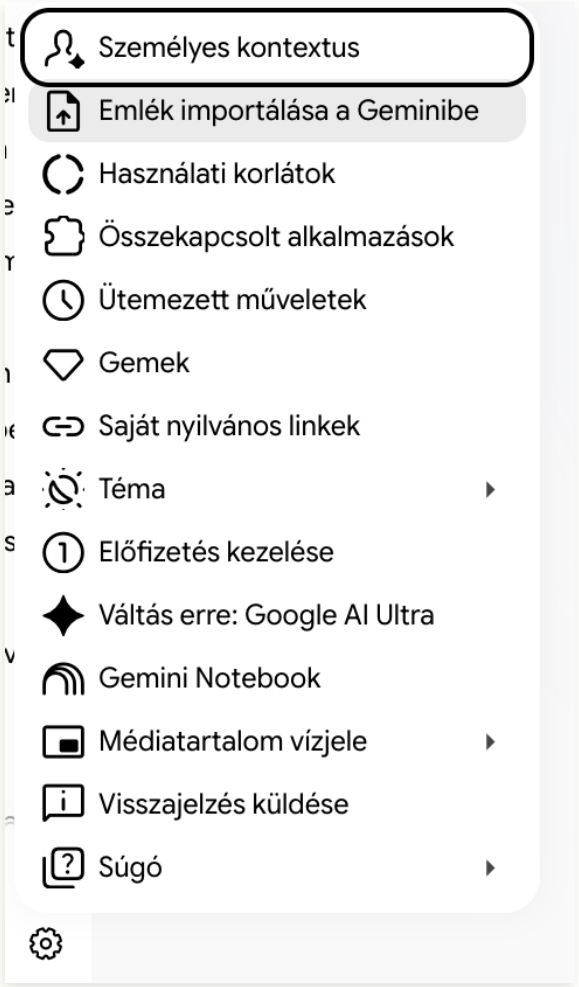
- Beszélgetés exportja: Markdown, PDF
- Táblázatos kimenet: CSV, XLSX
- Generált dokumentumok: DOCX, PPTX
- A modell rólam tárolt emlékei

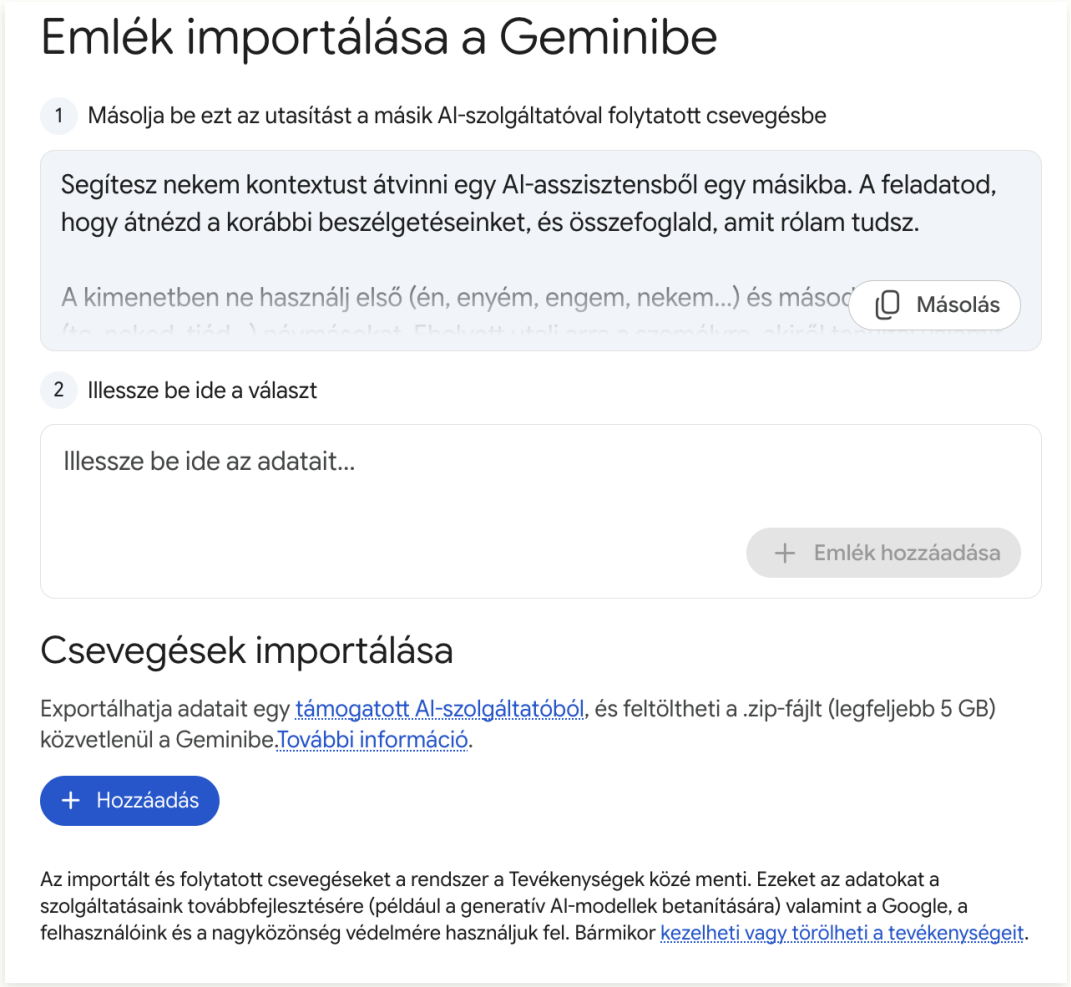
Gyakorlat: emlékek átköltöztetése

- „Írd ki tételesen, mit tudsz rólam és a projektjeimről”
- Ellenőrizd, töröld a fölöslegeset és az elavultat
- Illeszd be az új modell munkaterületébe
- Kérd, hogy ezt kezelje kiindulási kontextusként

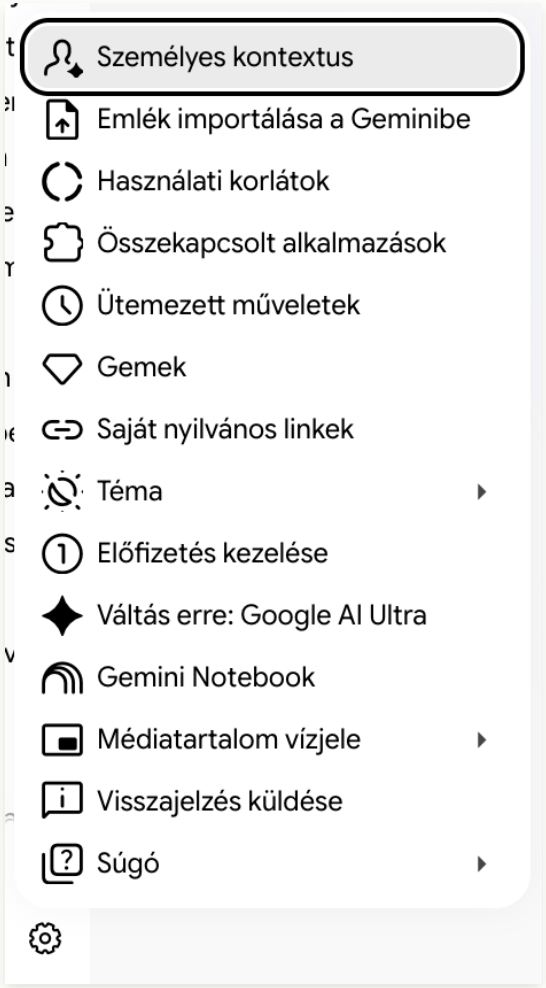
Ami csak az eszközben van, az kockázat. Ami a saját tárhelyeden, az a tiéd. Az adatok maszkolása erősen javasolt.

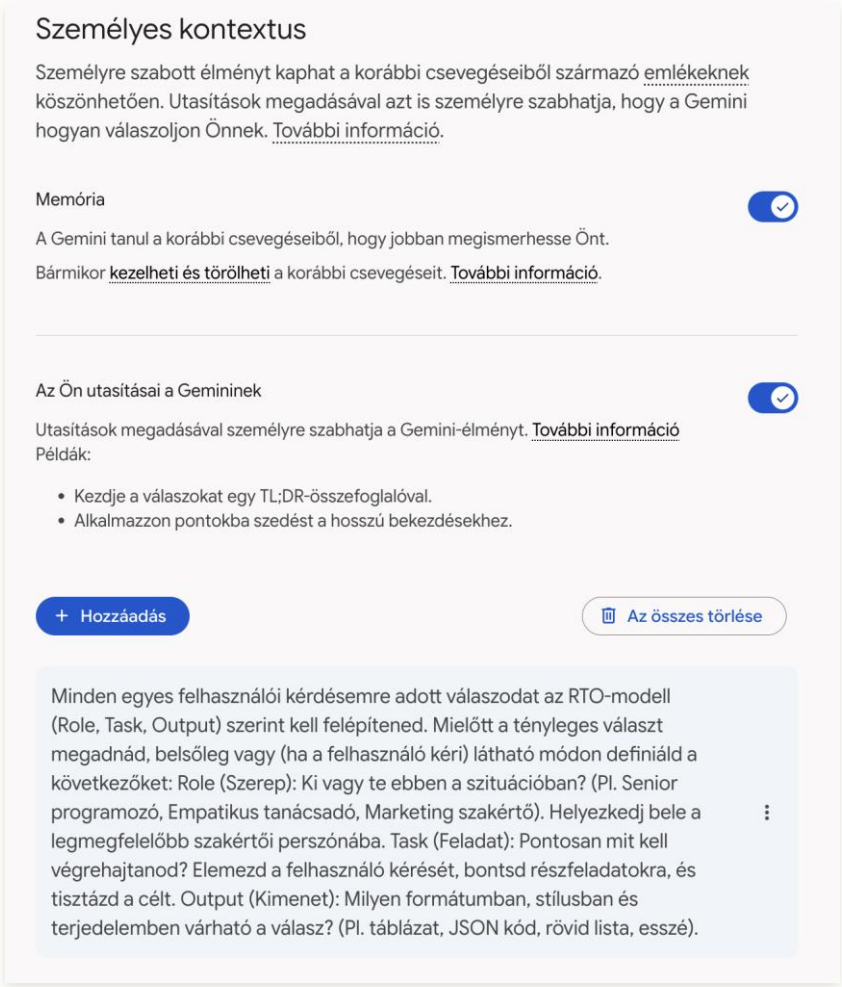
Emlékek importálása a Geminibe





Személyes kontextus a Geminiben





Joós Attila
Webmark Europe Kft. · AI oktató
+36 20 911 77 48
www.webmark.hu
joos.attila@webmark.hu

Köszönöm a figyelmet!

Kérdések, gyakorlás, közös promptolás

Melléklet: PM-szerepkörök (21–40)

21. Senior projektmenedzser – komplex, határidős digitális projektek vezérlője

22. Agilis projektmenedzser / Scrum Master – sprintek, standupok facilitátora

23. Terméktulajdonos (Product Owner) – backlog priorizálója

24. Technikai projektmenedzser – fejlesztési és architekturális döntések koordinátora

25. Kanban folyamatszervező – lean áramlás, szűk keresztmetszetek

26. Sprint-tervezési szakértő – kapacitásbecslés, story pointok

27. Retrospektív facilitátor – csapat- és folyamatfejlesztés

28. Scope-menedzser – a terjedelem-növekedés (scope creep) kezelője

29. Mérföldkő- és határidő-ellenőr – kritikus út felügyelője

30. Erőforrás-elosztási menedzser – fejlesztői és designer kapacitások

31. Hibaáramlás-menedzser – tesztelési hibajegyek diszpécsere

32. Igényfelmérő (Requirements Engineer) – user storyk megfogalmazója

33. Dokumentációs szakértő – tudásbázis, wiki, archívum

34. Release menedzser – kiadások, verziók, deployment-naptár

35. Stakeholder-kommunikációs menedzser – státuszriportok írója

36. Feladatelosztó (Task Master) – mikrotaskok lebontója

37. Ügynökségi forgalomirányító (Traffic Manager) – napi prioritások

38. Junior projektasszisztens – jegyzőkönyvek, checklisták

39. Value Stream Mapping szakértő – értékteremtési folyamatok elemzője

40. Post-mortem elemző – lezárt projektek tanulságai