

Szilágyi Balázs

# Hogyan kerestem 100 millió Ft-ot online?

31 gyakorlati tanács  
online pénzkereséshez

© Szilágyi Balázs, 2017

Minden jog fenntartva!

A könyv részleteit vagy egészét sokszorosítani,  
fénymásolni, beszkenneálni vagy nyilvánosan felhasználni  
csak a szerző előzetes írásos engedélyével lehet!

**A szerző honlapjai:** [www.honlaprafel.hu](http://www.honlaprafel.hu); [www.bmintbalazs.com](http://www.bmintbalazs.com)

**Kiadja:** Flizor Média Kft.

**Design & layout:** EzDesign Grafikai Kft.

// 6725 Szeged, Petőfi S. sgt. 52.

// +36 70 452 2226 // [info@ezdesign.hu](mailto:info@ezdesign.hu)

// [www.ezdesign.hu](http://www.ezdesign.hu)

**Nyomda:** **A-SzínVonal 2000 Nyomdaipari Kft.**

// 6722 Szeged, Honvéd tér 5/B

// Telefon: +36 62 663 652, +36 70 602 9980

// [nyomda@aszpress.hu](mailto:nyomda@aszpress.hu)

// [www.szinvonalnyomda.hu](http://www.szinvonalnyomda.hu)

ISBN 978-963-12-9390-6



**Kasza Tamás**  
*Lezárási Specialista*  
*Bestseller író*  
*Nemzetközi tréner*

*2016-ig szinte sose költöttem hirdetésre a weben. Viszont sikeresen rájöttem olyan dolgokra, amik előre vittek és a legjobb Lezárási Specialista lettem nem csak Magyarországon, hanem a környező öt országban is. Érdekes módon a legtöbb SEO-s tanácsainak pont az ellenkezőjét csináltam. Balázs könyvét olvasva visszszakosznék a sikeres akcióim, de rengeteg új dolgot is tanultam belőle. Örülök, hogy végre írásba foglalta, és remélem én is része voltam annak, hogy a könyv elkészült, mert a VIP tréningjeimen sokat beszélünk erről Balázssal! Talán azért egyedi Balázs, mert az offline marketing területről ment át az online-ra. Nem hiszem, hogy lenne olyan webes tanácsadó, akinek nagyobb rálátása lenne arra, mi működik az embereknél. Balázs egyike azon keveseknek akinek a hírleveleit olvasom. Külön öröm, hogy most már a tudása egy könyvben is testet öltött.*

*Mindenképpen javaslom.*



# Tartalomjegyzék

Előszó.....	7
1. Az én történetem.....	11
2. Keresni, találni vagy csinálni? .....	23
3. Az árrés és a profit a túlélésed .....	31
4. Építs márkát.....	39
5. A pénz a listában van .....	45
6. Ne higgy senkinek!.....	49
7. Az eredmény jönni fog .....	55
8. Semmi közöm a keresőoptimalizáláshoz .....	59
9. Fókuszálj és kísérletezz!.....	63
10. Minden az adatokban van!.....	71
11. Ki keres most rajtad épp pénzt? .....	77
12. Másolni nem ciki.....	83
13. Nincs építő kritika!.....	87
14. Kinél van a pénzed? .....	91
15. Tanulj meg eladni! .....	95
16. Mire költöd a pénzed? .....	101
17. Hogyan építs passzív jövedelmet? .....	109
18. A valódi automatizálás .....	117
19. Egy fecske nem csinál nyarat.....	125
20. Mennyiség .....	131
21. Sokasodj!.....	139
22. A vállalkozásodon és a vállalkozásodban is dolgozz! .....	143
23. Kreatív idő .....	147
24. Most van itt az idő!.....	151
25. Mi a következő lépés? .....	155
26. (Hogyan) ne csalj adót?! .....	161
27. Ne félj veszíteni .....	169
28. Mindig előre figyelj .....	175
29. Ez már tényleg a 21. század!.....	179
30. Tanulj meg angolul!.....	185
31. A legnagyobb motiváció .....	189
Szójegyzék.....	193
Képzeink .....	201



## Előszó

2012. év elején még egy sikeres vállalkozás tulajdonosának gondoltam magam, majd nyárra kiderült: mindez csak látszat volt. A semmiből, pár hét alatt kellett elkezdenem egy számomra teljesen új szakmában – ez volt a keresőoptimalizálás –, a közönség számára akkor még ismeretlenül felépítenem az online vállalkozásomat. De ne szaladjunk ennyire előre! A történetnek ez a része ugyanis önmagában is érdekes, sőt azt gondolom, hogy kifejezetten érdekes a Te számodra, ha ezt a könyvet tartod a kezében.

Hogy miért? Mert ez a vállalkozás, amelyben még 2012 elején résztulajdonos voltam, egy ízig-vérig hagyományos, még a XX. század üzleti kultúrájából kinőtt, és talán kicsit ott is maradt cég volt. Szórólapterjesztéssel foglalkoztunk, azaz ingyenes reklámanyagokat juttattunk el postaládákba. De nem csak ebben az értelemben nevezném egy letűnt időszak képviselőjének, hanem az egész felépítésében, gondolkodásmódjában, működésében. Hogy a huszadik századiságának köze volt-e a későbbi sikertelenségéhez, nem tudom pontosan megítélni, bár azt hiszem, hogy a kettő nem választható el egymástól.

Viszont amiért ez igenis fontos a te számodra is: a világ megváltozott. Sok vállalkozó Magyarországon még a múlt század ,90-es éveiben szocializálódott, sőt maga a vállalkozói kultúra is akkor jött létre. Abban a környezetben, azokkal az adottságokkal és háttérrel, ami közvetlenül a rendszerváltás után körülvett minket. Csakhogy azóta a világ elszaladt mellettünk.

Én még 1996-ban (!) utcai telefonfülkéből hívtam vissza az övemre akasztott csipogón rám üzenő ügyfél-jelölteket, mert rendszerváltás ide vagy oda, 6 évvel a politikai változások után sem sikerült Óbudán még telefonhoz jutnunk. Ma pedig itt ülök a számítógépem és a mobiltelefonom mellett, és épp pár perce ellenőriztem, hogy az újonnan elindított, angol nyelvű terjeszkedésem keretein belül hányan iratkoznak fel Indiából, az USA-ból és Nagy-Britanniából a Facebookon futó hirdetéseimre.

2011-ig annyit tudtam a keresőoptimalizálásról – a szakmáról, amelynek köszönhetően az ebben a könyvben leírtakat elértem –, hogy létezik. Vagy még annyit sem. A szórólapos vállalkozásomban volt egy cég, akinek havonta fizettünk ezért a szolgáltatásért. Cserébe láttuk, hogy egyetlen kulcszóra tényleg ott voltunk az elsők között, és ez hozott is nekünk érdeklődőket, akik közül néhányal talán még üzletet is kötöttünk. A keresőoptimalizálók akkor nekünk azt mondták, hogy ha nem fizetünk, akkor lekerülünk a Google első oldalról – ami mai fejemmel már tudom, hogy mekkora parasztvakítás volt.



Közben egy év alatt rájöttem, hogy a keresőoptimalizálás megtanulható, sikeresen alkalmazható, és nem kell átveréssel megnyerni az utat a vásárlók pénztárcájához. Felépítettem először sikeresen Magyarország egyik leglátogatottabb független gasztroblogját, aztán egy keresőoptimalizálással foglalkozó tanácsadó vállalkozást. Mindezt csupán két év alatt ahhoz képest, hogy az egészről nagyjából azt sem tudtam, micsoda.

Igen, ez is azt jelzi, hogy a világ megváltozott. Felgyorsult. Míg korábban egy életre tanultunk szakmát, ma már évente, vagy akár még gyakrabban újra kell gondolni, hogy merre tart az ember, merre tart a vállalkozása. A célok lehetnek stabilak egy életen át, de az eszközök, a játéktér, a megvalósítás elemei akár évről évre változhatnak.

Hogy ez jó-e így vagy sem, nem tudom, és nem is tisztzem ezeken az oldalakon eldönteni. Azt viszont tudom, hogy így van, és hogy csak azok számára van hely ebben az új játéktérben, akik hajlandók elfogadni az új játékszabályokat, és azok szerint játszani.

Az új játékszabályokról, a megváltozott 21. századi játéktérről írtam neked ezt a könyvet. Hogy segítsek számodra eligazodni, a XX. századi rögzültségeket ledobni, és megtalálni az utad az internet és a gazdaság állandóan változó, kihívást kihívásra halmozó világában a jelenben és a jövőben.



# 1. Az én történetem

Nem telt el egy év aközött, hogy egy milliárdos forgalmú, sikeresnek hitt vállalkozás résztulajdonosának szerepében tetszelegtem, és aközött, hogy teljesen a nulláról, szó szerint a semmiből indítottam egy új honlapot és egyben vállalkozást, egy olyan szolgáltatást hirdetve, amiben korábban semmi tapasztalatom nem volt, és amiben senki sem ismert.

1994. óta vagyok vállalkozó. Az egyetem mellett indítottam a szórólapos céget, amolyan hirtelen ötlettől vezérelve. Jövedelemkiegészítésként egy barátommal mi magunk reklámújságokat terjesztettünk postaládákba, és elég szépen kerestünk belőle. *„Ha mi ebből ennyi pénzt keresünk, akkor mennyit kereshet az, aki nekünk ezt a munkát kiadja?!”* – szólt a motiváló kérdés, amit feltettünk magunknak. Pár hónappal később, 20 évesen egy ügyvédi irodában aláírtuk az első társasági szerződésünket.

Az idők folyamán ez a vállalkozás szépen kinőtte magát, és persze közben sok átalakuláson ment át, amivel itt most nem untatnálak. 2010-re, több másik céget összevonva az ország harmadik legnagyobb szórólapterjesztő cége lettünk, másfél milliárd forintos forgalommal, és minden happy volt.

Látszólag.

Közben 2011-ben egy véletlen folytán találkoztam a WordPress-szel, mint azzal az ingyenes eszközzel, amivel szó szerint akár pár óra alatt egy csodálatos honlapot lehet elindítani. Habár a végzettségem informatikus, és programozóként is van szakmai tapasztalatom, azt azért szeretném hangsúlyozni, hogy ennek nincs sok köze ahhoz, hogy mit értem el online. 2011-ben például egy 6 éve ott hagyott, kőkorszaki honlapomat kivéve még nem sok közöm volt az internet világához.

Amikor kiderült, hogy milyen szép honlapokat milyen egyszerűen lehet elindítani, programozói tudás nélkül, ez beindította a fantáziámat. Világ életemben szerettem főzni és írni, és ez a kettő ekkor találkozott egy 21. századi lehetőséggel. Feltelepítettem az ekkor megismert WordPresst a már említett, kőkorszaki honlapom egy aldomainjére, és elindítottam az első igazi internetes tevékeny ségemet, a *Rántott hús wokban* gasztroblogot.

*Fontos! A könyvben igyekszem elkerülni az idegen kifejezéseket vagy szakszavakat, de van, amikor ez lehetetlen. Ezek megértésére hoztam létre a Szójegyzéket a könyv végén. Ha most például nem teljesen érted akár a WordPress, akár az aldomain vagy a gasztroblog kifejezést, lapozz hátra és nézd meg! Ha bármikor olyan szót találsz a könyvben, amiben nem vagy biztos, keresd meg a szójegyzékben vagy egy szótárban!*

Frissen indult gasztrobloggerként itt aztán kiélhettem mindkét hobbimat, hiszen főzhettem és írhattam is egy-

szerre. Csak az az aprócska baj volt az egészszel, hogy a kutya sem olvasta a receptjeimet. Örömtáncot lejtettem, amikor volt napi 5 látogatóm a honlapomon, és azok is valószínűleg a barátaim voltak. Ez pedig így egyáltalán nem volt motiváló.

Viszont észrevettem valamit érdekeset. 2011 decemberére már naponta 20-30 ember látogatta a honlapomat, ami igencsak kiemelkedőnek tűnt akkor számomra az első hetekhez képest. Honnan jöttek ezek az emberek? – tettem fel magamnak a kérdést. Mit csináltam ilyen jól, hogy minden nap ennyien ott vannak, és nézik a receptjeimet? Hogyan tudnám ezt még jobban csinálni?

A válasz egyszerű volt, mégis sorsfordító. Számomra megdöbbenő módon a receptjeim olvasóinak több, mint 70%-a a Google-ből, azaz a keresőből jött. Nemhogy nem fizettem ezért, de még csak nem is tettem érte semmit. Igazából amíg rá nem néztem a számokra, nem is tudtam róla. Abból a keresőből, amiről korábban azt hittem – mert mások azt akarták elhitetni velem –, hogy kizárólag akkor lehetséges látogatókat szerezni, kis mennyiségben, ha valami okostojásnak sok pénzt fizet érte az ember.

Ez felkeltette az érdeklődésemet, és rövide fogva megtanultam keresőoptimalizálni. Vagy legalábbis elindultam ezen az úton. De sikeres voltam, mert 2012 júliusára, egy évvel a blogom indulása után elértem egy korábban álomszerűnek tűnő célokat; 30 egymást követő napon keresztül naponta több, mint 100 látogatója volt a honlapomnak.

## Két gyerek, nulla bevétel

Ez azonban egybeesett egy másik, kevésbé pozitív eseménnyel. Hogy véletlen-e vagy sem, kinek-kinek meglehet a saját gondolata erről. Mindenesetre én nem hiszek a véletle-  
nekben, de így alakult.

Ekkor már jó pár hónapja látható volt, hogy a szóróla-  
pos cég aranykeretbe foglalt napjai véget értek, és már csak a  
menthető megmentésén dolgoztunk. Azonban éppen ezek-  
ben a napokban lett számomra világos, hogy ez nem az én  
utam. Több dudás nem fér meg egy csárdában, nem én voltam  
a fő tulajdonos a cégben, és nem tudtam egyetérteni azzal,  
ahogyan a cég vezetve volt. Kiszálltam.

Egyik napról a másikra hagytam ott nemcsak a szakmát,  
amiben ekkor már majdnem 18 éve dolgoztam, de a céget is,  
ami korábban a megélhetésemet biztosította. Ekkor ráadásul  
már két gyermekem volt, és bevétel nélkül álltam ott, nagyjá-  
ból a kezeimet széttárva: akkor most mi legyen?

De egyvalamim volt, amit senki sem tudott elvenni  
tőlem. A saját magamba vetett hitem. Mert tudtam, hogy a  
napi 100 látogató nem volt véletlen. Pontosán láttam, hogy  
a főzős honlapomon elért eredményeket csakis magamnak  
köszönhettem, és hogy az általam megszerzett és alkalmaz-  
zott keresőoptimalizálási tudás valóban működik. És biztos  
voltam abban is, hogy ezt bármilyen másik honlapon, bárki  
számára ugyanígy el tudom érni.

*Egyvalamim volt, amit senki sem tudott elvenni tőlem. A saját magamba vetett hitem.*

## Így lettem keresőoptimalizáló

Így történt, hogy júliusban még egy haldokló szórólapos cég résztulajdonosaként próbáltam menteni a menthető, augusztusban pedig már keresőoptimalizáló szakember voltam. Nulla ismeretséggel, nulla ügyfélkörrel vagy akár csak remélhető bevétellel, de százszázalékos hittel magamban, és százszázalékos elkötelezettséggel az iránt, hogy eredményt fogok elérni az ügyfeleimnél.

Az első ügyfeleim a korábbi ismeretségi körömből kerültek ki, közvetlenül vagy közvetve, és az eredmények az ő honlapjaiknál sem maradtak el. Megkerestem mindenkit, akit bárhonnán ismertem – még olyan névjegyek is a kezembe kerültek a '90-es évekből, amelyeken még nem volt e-mail. Ha más nem, hát tudattam a körülöttem lévőkkel, hogy most már nem mint szórólapos-, hanem mint keresőoptimalizáló szakember gondoljanak rám, és természetesen közülük akadt, aki befizetett a szolgáltatásomra. Közben szeptemberre elkészült a *honlaprafel.hu*, és elkezdtem építeni az új szakmai ismeretségi és érdeklődői körömet.

*Igen, ha esetleg kiszúrtad, hogy időben nem tűnik minden „logikusnak”, akkor igazad van. Korábban adtam el magam keresőoptimalizálóként, korábban szereztem ügyfeleket és bevételt ebben a szakmában, minthogy az ezt hirdető és bemutató honlapomat elkészítettem vagy élesítettem volna. Ez is azt bizonyítja, hogy nem a külsőségek múlik az eladás, még az interneten sem. Annyira nem, hogy még egy ennyire online területen, mint a keresőoptimalizálás is lehetséges akár még külön honlap nélkül is eladni és ügyfélkört építeni.*

Az érdeklődők, az olvasóim, a feliratkozóim és az ügyfeleim szépen növekedtek. Első körben nem is tudtam elképzelni mást, mint hogy szakemberként szolgáltatssam azt, amihez értettem. Ez a keresőoptimalizálást, a honlapkészítést és az ezekkel kapcsolatos tanácsadást jelentette az ügyfeleim számára. De közben fél szemmel mindig az új lehetőségekre figyeltem, és próbáltam keresni más megoldásokat. Nagyon régen szemeztem már ekkor az úgynevezett infotermékekkel, mint egy jól hangzó passzív jövedelmi lehetőséggel. Már 2012-ben, vagyis közvetlenül az indulás után el is próbáltam indítani az első ilyen típusú termékemet, csúfos sikertelenséggel. Értsd: konkrétan egyetlen darabot sem adtam el sem akkor, sem azóta belőle.

Az első sikeres dobozos termékünk, a *Keresőoptimalizálási ellenőrző lista* aztán 2013 nyarára, nagyjából egy évvel az indulás után készült el. Borzalmasan alacsony áron, borzalmasan keveset adtunk el belőle, de mégis sikeresnek lehetett nevezni, hiszen egyáltalán hozott bevételt. És ráadásul azt a fajta passzív bevételt, amire oly sokan vágnak online: egyszer



dolgoztam vele, és sokszor jött a pénz. De közben az igazi bevételt, amiből élünk, mégis más vállalkozások honlapjainak keresőoptimalizálása és építése jelentette. Vagyis minden nap, minden héten fel kellett vennem a „munkásruhát”, hogy legyen mit számláznunk.

## Nekem kellett elhinnem

Az igazi változás ebből a szempontból nagyjából egy évvel később jött el. A bevételek és a munkák mennyisége folyamatosan nőtt, és így már főállásban szükségem volt asszisztenciára. Viszont ott volt a gondolataim szegletében ez a *Keresőoptimalizálási ellenőrző lista* című termékünk, és csak nem hagyott nyugodni.

Olyan jó lenne ilyenfajta bevételből többet csinálni, de olyan nagyon nem tudtam az egésztől semmit! Amíg közvetlenül dolgozol egy ügyfélnek, addig látod az összes eredményt vagy esetleg eredménytelenségét. Ha viszont egy dobozos anyagot adsz el, akkor nagyjából az eladásnál véget is ér a kapcsolat, és fogalmad sincs, hogy valójában segített-e a terméked, vagy teljesen mindegy volt, hogy megvásárolták, netán akár még rontott is.

Hogy kitisztítsam ezt a gondolatot a saját fejemben, és dűlőre jussak magammal az akkor még egyetlen infotermékünkkel kapcsolatban, a kolléganőmmel felhívtam minden korábbi vásárlónkat. Mondják el, mit gondolnak

erről a termékünkről. Segített-e nekik valamiben, van-e esetleg valami, amit ezzel kapcsolatban még tőlünk várnak.

Az eredmény számomra hihetetlenül meglepő volt. Egy egyszerű, letölthető pdf, amiről korábban fogalmam sem volt, mire képes, csodákat ért el nem egy ügyfelünk honlapjánál. Rengetegen számoltak be pozitív eredményekről a keresőben. A vásárlóink lelkesek voltak, sőt még várták és kérték is a hasonló – akkor még nem létező – anyagainkat.

Ez volt az a pont, amikor én magam elhittem, hogy ezek a termékeim valóban hasznosak. Tudnak segíteni, eredményt elérni másoknál, és ennek valódi értéke is van. Ez volt az a pont, amikor megkaptam a saját belső motivációt, hogy ezen az úton továbbhaladjak. Hihetetlen változást hozott ez a vállalkozásom életében már rövid távon is, de hosszabb távon még inkább.

*Ez volt az a pont, amikor én magam elhittem, hogy ezek a termékeim valóban hasznosak. Tudnak segíteni, eredményt elérni másoknál, és ennek valódi értéke is van.*

Mivel én magam hittem benne, már nem volt semmi, ami megállítson. Duplájára emeltük a termék árát, és ezzel együtt sokkal többet adtunk el belőle, mint korábban. Még abban az évben 3 további infotermékünk készült el, ami mind hatalmas siker volt – mind az ügyfelek által elérhető eredmények, mind a saját bevételünk tekintetében.

2015 őszére, vagyis két évvel később ezek a termékek már annyira sikeresek voltak, és annyi energiát elvitt a készítésük, hogy ez konfliktusba került az eredeti szolgáltatással, a másoknak végzett keresőoptimalizálással és honlapkészítéssel. Egy jó infotermék elkészítése – vagy akár ennek a könyvnek a megírása, amit most a kezekben tartasz – egyfajta különleges lelkiállapotot vagy elmeállapotot igényel.

Ez egyszerre alkotás és a korábbi tapasztalatok megörökítése olyan formában, hogy az mások számára is érthető és alkalmazható legyen. Sokszor órákba telik, mire az ember igazán belejön, és ez nem az a folyamat, amit eredményesen lehet csinálni, ha közben percenként megszakítanak e-mailekkel, telefonokkal vagy bármi mással.

Márpedig a honlapos és SEO-s ügyfeleknek azonnali válaszok kellenek. Ha valamiért leáll a honlap, vagy éppen másfajta betűtípus kell, esetleg nem tud belépni a saját admin felületére, visszaesik a Google-ben, de még csak ha olvas is valami okosságot a témában, ami teljesen összezavarja, a vásárlónk teljesen érthetően nem azt a választ várja, hogy a *Balázs most tananyagot rögzít, majd holnap válaszol.*

Mivel napi szinten lassan kezelhetetlen lett a két dolog együtt, az én szívemhez közel pedig az oktatás állt – ráadásul a bevételünknek is egyre nagyobb része származott onnan –, ezért felhagytunk a közvetlen szolgáltatás nyújtásával, és csak az képzésre álltunk rá. Közben kiképeztem két sikeres SEO szakembert, és találtam egy megbízható honlapfejlesztő céget, akik átvették a megrendeléseinket. Így a korábbi ügy-

feleink sem szenvedtek kárt, amolyan nyerő-nyerő szituáció lett ez mindenki számára.

Az azóta eltelt két év ennek a tökéletesítésével, felvirágoztatásával és a terjeszkedéssel telt. A tanfolyamaink népszerűbbek, mint valaha, ráadásul olyan prémium tanfolyamokat is indítottunk – például Magyarország tudomásom szerint egyetlen kereősoptimalizálási szakember képzését –, amelyekre korábban gondolni sem mertem. Ezek nem csak szakmailag emeltek minket magasabb szintre, de a bevételeinket is segítettek az elmúlt két évben megduplázni.

Jelenleg azon dolgozom, hogy mindezt a működést minél inkább függetlenné tegyem saját magamtól. Nem azért, mert lusta lennék dolgozni, hanem mert például abban az időben, amikor most honlapot frissítek, más, hasznosabb dolgot is tudnék tenni, és még jobban hozzá tudnék járulni a saját, a családom és a cégem, vagy akár az országom sikeréhez.

Most a legnagyobb kihívás számunkra a külföldi terjeszkedés. Vagyis mindazt, amit itthon elértünk, elérni más országokban is. Nem a szomszédos országok szintén kis piaca a cél, és a tudást nem is külföldről hozzuk be, mint ahogy azt teszik oly sokan itthon. Hanem az USA, az angol nyelvű piac meghódítása van kitűzve, és a Magyarországon megszerzett online marketing tudást igyekszünk eladni ott is, bármilyen szokatlannak is hangzik ez elsőre. Ez azonban hatalmas kihívás, és talán önmagában is megér majd egy könyvet, ha már sikertörténété válik.

Így visszanézve ezt az öt évet, volt sok jó és sok rossz

döntésem, de alapvetően jó irányba haladtunk és haladunk. Nagyon sok dolgot máshogy látok ma már, mint láttam kezdetben, és egyre inkább látom a különbséget aközött, ami valóban működik a 21. századi üzleti életben, és aközött, ami vagy egy korábbról itt hagyott üzleti korszak maradványa, vagy csak egyesek csábítóan hangzó, ám valódi eredményt produkálni nem képes üzleti átmítása.

Talán tudtalak már inspirálni ebben az első fejezetben is. Akár az eredményeimmel, akár az utammal. A következőkben szeretném neked bemutatni mindazt, amit én leszűrtem ebből az útból. Összefoglalni azokat a sikeres lépéseket, amelyekre szükséged van, ha te is eredményt akarsz elérni. Itt és most.