**Fiktív Reklám Ügynökség Kft.**

### **Általános adatok:**

### Cég/Intézmény neve: Fiktív Reklám Ügynökség Kft. Alapítás éve: 2012 Adószám: 34567891-2-42 Székhely cím: 1027 Budapest, Lövőház utca 10. Telephelyek száma: 2 (Budapest, Szeged)

### Elérhetőségi adatok:

### Telefon: +36 1 765 4321

### Fax: +36 1 765 4322

### Internet cím: [www.frü.hu](http://www.kreativimpact.hu)

### E-mail cím: hello@frü.hu

### Postacím: 1027 Budapest, Lövőház utca 10.

### Működési forma: Korlátolt felelősségű társaság (Kft.)

### Tulajdonos(ok):

### Nagy Anna (70%)

### Szabó Péter (30%)

### Törvényes képviselő(k): Nagy Anna, ügyvezető igazgató

### Vállalkozás története:

### A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. 2012-ben indult azzal a céllal, hogy személyre szabott marketingstratégiákat és kreatív médiaeszközöket biztosítson kis- és középvállalkozások számára. Az ügynökség a digitális marketing, márkaépítés, tartalomkészítés és közösségi média kampányok területén nyújt kiemelkedő szolgáltatásokat. Az elmúlt évtizedben a cég ügyfelei között szerepeltek technológiai startupok, helyi vállalkozások és nemzetközi cégek is. Fő fókuszuk a kreativitás, rugalmasság és ügyfélközpontúság.

### Munkavállalók száma: 65 fő

### Mottó: *"Ötleteinkkel életre keltjük a márkákat."*

### **Pénzügyi adatok:**

| **Fiktív Reklám Ügynökség Kft.** | **2023** | **2022** | **2021** | **2020** | **2019** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2023.01.01. - 2023.12.31. | 2022.01.01. - 2022.12.31. | 2021.01.01. - 2021.12.31. | 2020.01.01. - 2020.12.31. | 2019.01.01. - 2019.12.31. |
| Értékesítés nettó árbevétele | 16 115 592 000 | 14 115 746 000 | 12 877 590 000 | 10 868 059 000 | 12 028 674 000 |
| Üzemi tevékenység eredménye | 5 972 000 | -62 728 000 | 176 215 000 | 51 748 000 | -22 317 000 |
| Adózás előtti eredmény | 722 645 000 | 550 213 000 | 368 715 000 | 198 130 000 | 48 153 000 |
| Adózott eredmény | 676 111 000 | 512 210 000 | 345 376 000 | 178 209 000 | 32 250 000 |
| Befektetett eszközök | 175 791 000 | 123 945 000 | 127 860 000 | 150 050 000 | 214 428 000 |
| Forgóeszköz állomány | 8 009 394 000 | 6 922 234 000 | 6 421 597 000 | 6 421 682 000 | 6 692 445 000 |
| Követelések | 7 948 953 000 | 6 887 989 000 | 6 392 360 000 | 6 379 444 000 | 6 671 998 000 |
| Pénzeszközök | 60 441 000 | 34 245 000 | 29 237 000 | 42 238 000 | 20 447 000 |
| **Eszközök összesen** | 10 369 337 000 | 9 378 371 000 | 8 828 381 000 | 8 223 363 000 | 8 464 431 000 |
| Saját tőke | 2 881 637 000 | 5 004 891 000 | 4 492 681 000 | 4 147 305 000 | 3 969 096 000 |
| Jegyzett tőke | 10 000 000 | 10 000 000 | 10 000 000 | 10 000 000 | 10 000 000 |
| Céltartalékok | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Kötelezettségek | 7 054 032 000 | 4 159 809 000 | 4 103 026 000 | 3 905 248 000 | 4 320 614 000 |
| Hosszú lejáratú kötelezettségek | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Rövid lejáratú kötelezettségek | 7 054 032 000 | 4 159 809 000 | 4 103 026 000 | 3 905 248 000 | 4 320 614 000 |
| **Források összesen** | 10 369 337 000 | 9 378 371 000 | 8 828 381 000 | 8 223 363 000 | 8 464 431 000 |

### 

### **Vállalat küldetése és céljai:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat küldetése, hogy olyan innovatív és hatékony média- és marketingmegoldásokat kínáljon, amelyek révén ügyfelei erős piaci jelenlétet és hatékony kommunikációt érhetnek el. A vállalat elkötelezett amellett, hogy minden ügyfelet a lehető legjobb stratégiai megoldásokkal támogasson, lehetőséget biztosítva számukra a versenytársaktól való megkülönböztetésre és a piaci elismerés megszerzésére. Az Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat célja, hogy ügyfelei márkaismertségét és a fogyasztói elköteleződést növelje, hiszen ezek elengedhetetlenek a hosszú távú üzleti sikerhez és a piaci részesedés növeléséhez.

A vállalat ezt a küldetést kreatív stratégiák, fejlett adattudományi megoldások és különféle digitális csatornák integrálásával valósítja meg. Az Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat minden projekt esetében olyan személyre szabott megoldásokat dolgoz ki, amelyek megfelelnek az adott ügyfél céljainak, piacának és célközönségének. Az innováció központi szerepet játszik ebben a folyamatban: a vállalat folyamatosan keresi az új eszközöket és technikákat, hogy a legfrissebb technológiai trendekkel és marketingmegoldásokkal segítse ügyfeleit a hatékony piaci jelenlét kialakításában.

Az adattudományi megoldások integrálása lehetővé teszi, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat pontos elemzésekkel és mérési eszközökkel támogassa ügyfeleit. Az adatvezérelt marketingstratégiák segítségével a kampányokat a célközönség viselkedése és preferenciái alapján lehet finomhangolni, ezáltal maximalizálva a kampányok hatékonyságát és megtérülését. Az adattudomány révén a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat képes az ügyfelei számára pontos előrejelzéseket és részletes elemzéseket biztosítani, amelyek alapján a kampányok folyamatosan optimalizálhatók.

A különféle digitális csatornák – például közösségi média, keresőmarketing, online hirdetések és tartalommarketing – hatékony kombinációjával a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat célja, hogy minden ügyfél a saját piacán releváns és célzott üzenetekkel érhesse el a közönségét. A vállalat célkitűzése, hogy minden kampány esetében olyan összetett kommunikációs stratégiát dolgozzon ki, amely nemcsak a márkaismertséget növeli, hanem hosszú távú elköteleződést is kialakít a fogyasztók részéről. A csatornák integrált alkalmazása lehetővé teszi, hogy az ügyfél üzenetei összhangban legyenek a különböző platformokon, ezáltal erősítve a márka egységes jelenlétét és identitását.

### **Szervezeti felépítés:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. szervezeti felépítése lapos struktúrára épül, amely az együttműködést és a gyors döntéshozatalt helyezi előtérbe. A lapos szervezeti struktúra lényege, hogy kevesebb vezetői szinttel és hierarchikus réteggel rendelkezik, így a döntéshozatal gyorsabb és az alkalmazottak közötti együttműködés közvetlenebb. Ebben a felépítésben a dolgozók nagyobb önállósággal és felelősséggel bírnak, és közvetlen kapcsolatban állnak a vezetőkkel. Ennek a struktúrának számos előnye van: a gyorsabb döntéshozatal révén a folyamatok hatékonyabban haladnak előre, a dolgozók nagyobb önállósága ösztönzi az innovációt és a kreativitást, a közvetlen kommunikáció pedig javítja az információáramlást, miközben növeli a munkavállalók elkötelezettségét is.

A lapos szervezeti struktúra különösen előnyös a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára, mivel projektalapú működési modellben dolgozik, ahol az Fiktív Reklám Ügynökség Kft. részlegek – például az adatelemzés, a kreatív, a stratégiai és az ügyfélkapcsolati osztály – szorosan együttműködve végzik a munkát. A projektalapú modell azt jelenti, hogy a vállalat tevékenységeit és folyamatait konkrét, meghatározott célú és időben behatárolt projektek köré szervezik. Ebben a felépítésben a vállalat feladatait kisebb, egyedi projektekké bontják, amelyek mindegyike egy adott cél elérésére irányul, például új termék fejlesztésére, kampány lebonyolítására vagy egy szolgáltatás optimalizálására.

A projektalapú működési modell előnyei közé tartozik a célorientáltság, hiszen minden projekt meghatározott céllal és elvárt eredménnyel rendelkezik, amit a projekt végéig el kell érni. A modellel járó keresztfunkcionális csapatok több részleg munkatársaiból állnak össze, ami elősegíti az együttműködést és a különböző szakértelmek hatékony integrálását. Az erőforrások elosztása is rugalmasan történik, az alkalmazottakat az aktuális projektek igényei szerint osztják be, ami lehetővé teszi a rendelkezésre álló erőforrások hatékony kihasználását. Mivel a projektek időben behatároltak, a projektmenedzserek mérföldkövekkel követik a haladást, biztosítva a határidők betartását, miközben gyakran alkalmazzák az agilis módszertanokat, amelyek gyors és rugalmas alkalmazkodást tesznek lehetővé.

A projektalapú modell számos előnnyel jár: a célzott munkavégzés növeli a hatékonyságot, a gyorsabb alkalmazkodás segíti a piaci változásokra való azonnali reagálást, és az erőforrások optimalizálása révén költséghatékony működést biztosít. Ez a felépítés nagy rugalmasságot nyújt a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára, különösen egy olyan iparágban, ahol a gyors innováció és az állandóan változó ügyféligények gyakori újításokat kívánnak. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat vezetősége támogatja a nyitott kommunikációt és az ügyféligényekhez való gyors alkalmazkodást, biztosítva, hogy a vállalat minden szinten hatékonyan reagáljon a kihívásokra és ügyfelei igényeire.

### **Vezetési modell és stílus:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. vezetési modellje decentralizált és részvételen alapuló megközelítést követ, amelyben az alkalmazottakat arra ösztönzik, hogy önálló döntéseket hozzanak, és aktívan járuljanak hozzá az ügyfelek céljainak megvalósításához. Ez a vezetési stílus azt jelenti, hogy a döntéshozatal nem kizárólag a felső vezetés kezében összpontosul, hanem különböző szinteken és részlegekben is lehetőség van döntések meghozatalára. A munkatársak így aktívan részt vesznek a döntéshozatali folyamatban, ami közös, csapatok bevonásával született döntéseket eredményez.

A decentralizált vezetés lényege, hogy a döntési jogkörök „szétosztottak”: az Fiktív Reklám Ügynökség Kft. részlegek, osztályok és projektekért felelős csapatok közvetlenül részt vesznek a döntéshozatalban, lehetővé téve, hogy az adott területen jártas szakemberek hatékonyan befolyásolják a döntéseket. Ez a rendszer gyorsabb reakcióképességet biztosít, hiszen a döntések közvetlenül a csapatokon belül születhetnek meg, így a változásokra való reagálás is gyorsabb. A helyi tudás és szakértelem kihasználásával a csapatok olyan döntéseket hozhatnak, amelyek pontosan tükrözik a specifikus kihívásokat és lehetőségeket, továbbá támogatják a rugalmasságot és az innovációt, mivel a dolgozók nagyobb szabadságot és felelősséget kapnak.

A részvételen alapuló vezetési stílus hangsúlyozza a dolgozók bevonását a döntéshozatali folyamatokba, akik ötleteikkel és visszajelzéseikkel aktívan hozzájárulnak a vállalat irányításához. A vezetők meghallgatják a csapatok véleményét és javaslatait, amelyeket gyakran figyelembe vesznek a végső döntések meghozatalánál. Ez a vezetési megközelítés növeli a munkatársak elkötelezettségét, hiszen ha úgy érzik, hogy véleményük számít, és alakíthatják a döntéseket, motiváltabbak lesznek. A részvételen alapuló modell csökkenti a hierarchikus távolságot, és pozitív munkahelyi légkört teremt, hiszen a dolgozók gyakran olyan szempontokat és ötleteket osztanak meg, amelyek segítik a vállalat működésének javítását.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat vezetési modelljének központi eleme az empowerment, amely a munkatársak nagyobb önállóságát és felelősségvállalását segíti elő. Az empowerment célja, hogy az alkalmazottak érezzék, megbíznak bennük, és közvetlenül is hozzájárulhatnak a vállalat sikereihez, ami növeli a motivációjukat és elkötelezettségüket. Az empowerment gyakorlati megvalósítása magában foglalja a döntéshozatali jogkör átruházását, amely lehetővé teszi, hogy a dolgozók saját munkájuk eredményét közvetlenül befolyásolják. Emellett a vállalat folyamatos képzési és fejlesztési lehetőségeket biztosít számukra, hogy megfelelő készségekkel rendelkezzenek az önálló munkavégzéshez. Az empowerment középpontjában a bizalom áll: a vezetők elismerik az alkalmazottak képességeit és támogatják a felelősségteljes munkavégzést, miközben folyamatos visszajelzéseket biztosítanak.

A decentralizált és részvételen alapuló vezetési modell kombinációja egy olyan rendszert hoz létre a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalatnél, amelyben a döntési hatáskörök alacsonyabb szintre kerülnek, és a dolgozók bevonása hangsúlyos szerepet kap. Ebben a rendszerben a felső vezetés meghatározza a vállalat általános stratégiáját és irányelveit, de az Fiktív Reklám Ügynökség Kft. részlegek és csapatok dönthetnek saját működésüket érintő kérdésekben. A csapatok részt vesznek a tervezésben és ötletelésben, és a döntéshozatal során közös konszenzus születik. A vállalat rendszeresen gyűjt visszajelzéseket az alkalmazottaktól, biztosítva ezzel az átláthatóságot és a kölcsönös bizalmat.

Ez a vezetési megközelítés támogatja a rugalmasabb és agilisabb működést, növeli a munkahelyi elégedettséget és elkötelezettséget, valamint elősegíti az innovációs kezdeményezéseket, hiszen a döntéshozatal során figyelembe veszik az alkalmazottak tapasztalatát és szakértelmét. Az empowerment rendszerének kiépítéséhez a vezetők világos célokat és elvárásokat fogalmaznak meg, folyamatos képzéseket és fejlesztési lehetőségeket biztosítanak, bizalmat építenek és elismerik a munkatársak teljesítményét. A folyamatos visszajelzés és a nyitott kommunikációs csatornák fenntartása révén a dolgozók érzik a támogatást és kapcsolatot a vezetőkkel, így közvetlenül is hozzájárulhatnak a vállalat sikereihez.

### **Fő tevékenységi körök:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat fő tevékenységei közé tartozik a média- és marketingstratégia kialakítása, a kampánytervezés és -kezelés, a digitális marketing, az adatelemzés, valamint a kreatív megoldások nyújtása. Ezek a szolgáltatások lehetővé teszik, hogy a vállalat átfogó kommunikációs megoldásokat kínáljon ügyfeleinek, növelve ezzel márkáik ismertségét és piaci részesedését, miközben hozzájárul a magyar média- és reklámpiac innovációjához és fejlődéséhez.

A média- és marketingstratégia kialakítása során a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat alapos piaci és versenytárselemzést végez, amely alapján meghatározza az ügyfél célkitűzéseit, a célközönség szegmentálását és a megfelelő kommunikációs csatornákat. A stratégiai tervezés része a célzott üzenetek kidolgozása és a médiatervezés, amely biztosítja, hogy a kampány elérje a megfelelő közönséget. Az eredmény egy olyan integrált marketing- és médiaterv, amely támogatja a márkaismertséget és a kívánt piaci célokat.

A kampánytervezés és -kezelés a stratégiai célok gyakorlati megvalósítását jelenti, amelynek során a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat meghatározza a kampány céljait, kidolgozza az üzeneteket és kreatív elemeket, valamint gondoskodik a megfelelő csatornaválasztásról és költségvetés tervezéséről. A kampányindítás után a vállalat folyamatosan követi és elemzi a kampány teljesítményét, így lehetőség nyílik az optimalizálásra, hogy a kampány a lehető legnagyobb hatást érje el.

A digitális marketing az online csatornákon keresztül segíti a célközönség közvetlen elérését. A folyamat részét képezi a SEO, a tartalommarketing, az e-mail marketing, a PPC kampányok és a közösségi média marketing, amelyek mindegyike különböző célokra és közönségszegmensekre optimalizált. Az adatok elemzése révén a kampányokat folyamatosan optimalizálják, ami növeli az elérést és a kampány hatékonyságát.

Az adatelemzés során a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat az összegyűjtött adatokat rendszerezi és elemzi, így támogatva a marketingteljesítmény javítását. Az adatgyűjtés, az adattisztítás és az elemzési modellek alkalmazása révén a vállalat képes az üzleti döntéshozatalt támogató elemzéseket és optimalizálási javaslatokat nyújtani ügyfelei számára, ezzel is biztosítva a kampányok folyamatos fejlődését.

A kreatív megoldások biztosítása a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat munkájának egyik alapköve, mivel a vállalat egyedi és figyelemfelkeltő tartalmakat készít, amelyek közvetlenül megszólítják a célközönséget. A kreatív folyamat az ügyfél igényeinek feltérképezésével kezdődik, majd ötletgyűjtéssel és kutatással folytatódik, hogy olyan koncepciók szülessenek, amelyek a márkát és az üzenetet erősítik. A visszajelzések alapján történő finomítások után az elkészült kreatív anyagok különböző csatornákhoz igazodva kerülnek alkalmazásra.

Ezek a folyamatok együtt biztosítják, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat olyan hatékony és eredményes média- és marketingkampányokat hozzon létre, amelyek figyelemfelkeltőek, adatalapúak és személyre szabott kreatív megoldásokon alapulnak, így támogatva ügyfelei hosszú távú sikereit és piaci céljait.

### **Piaci helyzet és versenytársak:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat a magyar piacon az egyik vezető médiaügynökség, amely stabil ügyfélkörrel rendelkezik és számos iparágban aktív. Versenytársai közé tartoznak más nagy médiaügynökségek, mint a GroupM, a Mindshare, az OMD és a Dentsu. Erős piaci pozícióját az innovációra való nyitottság és az ügyfélcentrikus megoldások biztosítják.

### **Üzleti modell:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. üzleti modellje szolgáltatási díjakból és kiegészítő szolgáltatások nyújtásából származó bevételekre épül, amelyek célja, hogy az ügyfelek igényeit teljes körű marketing- és médiamegoldásokkal szolgálják ki. A bevételek nagy részét a média- és marketingkampányok tervezéséért és lebonyolításáért felszámolt díjak biztosítják, emellett az ügynökség további díjakat szed az adatelemzési és kreatív megoldásokért is. A vállalat különféle csomagokat kínál, amelyek stratégiai tanácsadást, kampánymenedzsmentet és egyéb szolgáltatásokat tartalmaznak az ügyfelek igényei és költségvetése szerint.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat üzleti modellje többféle bevételi forrást integrál, amelyeket az ügyfelek egyedi szükségleteihez igazít. A szolgáltatási díjak széles skáláján szerepel például a stratégiai tanácsadás, kampánytervezés és menedzsment, valamint a kreatív tartalmak előállítása. Emellett fontos bevételi forrást jelentenek az adatelemzési és kutatási szolgáltatások, amelyek révén az ügyfelek értékes piaci ismeretekhez jutnak. Ezek a szolgáltatások piackutatást, adatgyűjtést és különféle elemzéseket foglalnak magukban, amelyek segítik az ügyfeleket a fogyasztói magatartás megértésében és kampányaik teljesítményének optimalizálásában.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat további bevételi forrása a médiahelyfoglalás, amely során az ügynökség reklámfelületeket vásárol és értékesít, lehetővé téve az ügyfelek számára a legjobb elhelyezéseket és kedvezményes árazást. A digitális és közösségi média szolgáltatások szintén jelentős részét képezik az üzleti modellnek, ideértve a keresőoptimalizálást (SEO), a fizetett hirdetések (PPC) kezelését, valamint a közösségi média menedzsmentet, amelyek mind a márkaismertség és a közönség elköteleződés növelését célozzák.

A kreatív megoldások különálló bevételi forrást jelentenek, mivel az ügyfelek egyedi és figyelemfelkeltő tartalmakat igényelnek, amelyekkel növelhetik a márkájuk vonzerejét. Az ilyen kreatív szolgáltatások magukban foglalják a hirdetési anyagok tervezését, a tartalomfejlesztést és az arculat kialakítását.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat rugalmas csomagajánlatokat és előfizetéses modelleket is kínál. Az ügyfelek különböző igényeihez igazodva a csomagok alap-, közép- és prémium szinteken érhetők el, míg Fiktív Reklám Ügynökség Kft. szolgáltatások, például a kampánymenedzsment vagy az adatelemzés hosszú távú előfizetéses modellben is igénybe vehetők. Bizonyos esetekben a teljesítmény-alapú díjazást is alkalmazza a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat, amelyben az ügynökség díjazása az elért eredményekhez kötött, például az értékesítési növekedéshez vagy egyéb meghatározott KPI-khez.

A vállalat üzleti modelljének része a technológiai megoldások kínálata is, amelyek magukban foglalják saját fejlesztésű analitikai platformokat és kampánykezelő szoftvereket. Ezek az eszközök lehetővé teszik az ügyfelek számára, hogy valós időben nyomon kövessék kampányaik teljesítményét és optimalizálják azokat. E technológiai megoldások egy része előfizetéses modellben érhető el, külön díjazással.

### 

### **Értékesítési és marketingstratégia:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat értékesítési és marketingstratégiája elsősorban a hosszú távú partnerkapcsolatok kiépítésére és fenntartására összpontosít, amelyeket úgy alakít ki, hogy aktívan hozzájárul ügyfelei üzleti sikeréhez. A vállalat tisztában van azzal, hogy a folyamatos együttműködés és a kölcsönös bizalom kulcsfontosságú a sikeres partnerkapcsolatok szempontjából, ezért nagy figyelmet fordít arra, hogy ügyfelei számára értéket teremtsen minden kampány és projekt során.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat marketingkommunikációjában hangsúlyozza az innováció és az adatalapú megoldások fontosságát, amelyek révén ügyfelei számára releváns és hatékony stratégiákat kínál. Az innovatív megoldások beépítése lehetővé teszi, hogy a vállalat ügyfelei kiemelkedjenek a versenytársak közül és megkülönböztető üzenetekkel szólítsák meg a célközönséget. Az adatalapú megközelítés segíti a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalatt abban, hogy az ügyfél igényeit és a piac változásait mélyen megértve dolgozzon ki kampányokat, amelyek magasabb megtérülést eredményeznek. A pontos és alapos adatelemzés segítségével a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat képes mérni a kampányok hatékonyságát, optimalizálni a marketingköltést, és folyamatosan finomítani a stratégiát.

A vállalat ügyfélszerzési stratégiájának fontos része a széles körű jelenlét biztosítása a különböző kommunikációs csatornákon. Ennek érdekében a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat rendszeresen részt vesz szakmai konferenciákon, ahol közvetlenül találkozhat potenciális ügyfelekkel és bemutathatja legújabb megoldásait. A konferenciák lehetőséget biztosítanak arra, hogy a vállalat szakértői demonstrálják a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat szakértelmét, valamint megosszák a legújabb iparági trendeket és tudást az érdeklődőkkel. Emellett a digitális kampányok is kiemelt szerepet kapnak a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat marketingstratégiájában, amelyekkel széles körben érhetik el a potenciális ügyfeleket. Ezek a kampányok lehetővé teszik, hogy az ügynökség célzottan, az ügyfelek igényeire szabott üzenetekkel mutatkozzon be, növelve az érdeklődést és az elköteleződést.

### **Pénzügyi helyzet és teljesítménymutatók:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat pénzügyi helyzete stabil növekedést mutat, amely a folyamatosan bővülő ügyfélportfóliónak és az egyre összetettebb, innovatív szolgáltatások iránti keresletnek köszönhető. Az ügynökség képes folyamatosan új ügyfeleket vonzani és fenntartani a meglévőket, miközben szolgáltatásait az iparági trendek és a változó ügyféligények alapján folyamatosan fejleszti. Ez a bővülő ügyfélkör és a magas színvonalú szolgáltatások együttesen hozzájárulnak a cég árbevételének és piaci részesedésének folyamatos növekedéséhez.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat profitabilitása stabil, amelyet elsősorban a digitális és médiaügynökségi szolgáltatások iránti növekvő kereslet támogat. A digitális átállás és a közösségi média platformok, valamint az online marketing megoldások elterjedése miatt egyre több vállalat keres olyan szakértő partnert, mint a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat, hogy versenyképes maradjon. Az ügynökség számára a növekvő piaci igény nemcsak a bevételek növekedését teszi lehetővé, hanem biztosítja azt is, hogy a vállalat megerősíthesse jelenlétét a marketing- és médiaiparban.

A cég kiadásainak jelentős része a humán erőforrásra és technológiai fejlesztésekre irányul, hiszen a magas színvonalú, adatalapú megoldásokhoz jól képzett szakemberekre és korszerű technológiai infrastruktúrára van szükség. A vállalat számára kiemelt fontosságú, hogy vonzó és megtartó munkahelyi környezetet biztosítson tehetséges alkalmazottainak, hiszen ők a szolgáltatások magas színvonalának zálogai. Az új digitális eszközökbe és elemző rendszerekbe való befektetés szintén hozzájárul a cég versenyképességéhez és az ügyfelek számára nyújtott szolgáltatások minőségéhez, így a technológiai fejlesztések egyben a hosszú távú siker alapjai is.

### **Innováció és kutatás-fejlesztés:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára az innováció és a kutatás-fejlesztés (K+F) kiemelt stratégiai fontosságú területek, amelyek révén folyamatosan fejleszti és újítja szolgáltatásait az adatelemzés, a mesterséges intelligencia (MI) és a programozott média vásárlás terén. Ezek az új technológiák lehetővé teszik a vállalat számára, hogy ügyfeleinek hatékonyabb, célzottabb és pontosabban mérhető marketingmegoldásokat kínáljon, amelyek a kampányok eredményességét és megtérülését növelik. Az innováció az ügynökség hosszú távú sikerének és piaci versenyképességének alapvető eleme, amelyet különböző K+F projekteken keresztül valósít meg.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat rendszeresen fejleszt új eszközöket és technológiai megoldásokat, mint például kampányelemző és hatékonyságmérő szoftverek, amelyek segítenek az ügyfelek számára a marketingtevékenységek hatékonyságának nyomon követésében. Az ilyen eszközök lehetővé teszik, hogy a kampányok teljesítményét valós időben figyeljék, és olyan adatokat gyűjtsenek, amelyek alapján pontos ROI-elemzéseket készíthetnek. Ezek az elemzések segítenek az ügyfeleknek abban, hogy jobban megértsék, milyen hatással van egy adott kampány a bevételeikre és a célközönségük elkötelezettségére. Az ROI (megtérülési mutató) elemzése révén az ügyfelek pontosabb képet kapnak arról, hogy marketingbefektetéseik milyen eredményeket hoznak, és hogy szükséges-e a kampányokon további optimalizálásokat végrehajtani.

A mesterséges intelligencia alkalmazása a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat innovációs stratégiájának fontos pillére, hiszen az MI-alapú megoldásokkal az ügynökség képes nagyobb mennyiségű adatot feldolgozni, mint valaha. Az MI-vel támogatott adatfeldolgozási technikák lehetővé teszik, hogy az ügynökség pontosabban megértse a fogyasztói viselkedést és előre jelezze a kampányok várható eredményeit. Ezáltal a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat jobban tudja szegmentálni a célközönséget és optimalizálni a kampányokat a legnagyobb hatékonyság érdekében. Az MI-alapú algoritmusok a programozott média vásárlásban is fontos szerepet játszanak, hiszen segítenek az automatizált hirdetési vásárlások optimalizálásában, a megfelelő célcsoportok elérésében, és a költséghatékonyság növelésében.

A programozott média vásárlás (programmatic buying) egy olyan újítást jelent, amely lehetővé teszi a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára, hogy automatizált és valós idejű hirdetési vásárlásokat hajtson végre, optimalizálva ezzel az elérést és a költségeket. A programozott vásárlás során az MI-alapú algoritmusok azonosítják, hogy mely közönségcsoportokat érdemes megcélozni egy adott hirdetéssel, és a vásárlási folyamat automatikusan zajlik, így biztosítva, hogy a hirdetések mindig a legmegfelelőbb helyen és időben jelenjenek meg. Ez a technológia nagymértékben javítja a hirdetési kampányok eredményességét, hiszen a hirdetéseket azok a fogyasztók látják, akik a legnagyobb valószínűséggel érdeklődnek a termék vagy szolgáltatás iránt.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat kutatás-fejlesztési projektjei lehetővé teszik, hogy az ügynökség mindig lépést tartson a legújabb iparági trendekkel, és ügyfelei számára a legkorszerűbb megoldásokat kínálja. Az ilyen K+F tevékenységek révén a vállalat folyamatosan monitorozza a piaci változásokat, és beépíti az új technológiákat és módszereket a szolgáltatásaiba. Ez a jövőorientált megközelítés segít a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalatnek abban, hogy stabil versenyelőnyt szerezzen, hiszen képes gyorsan alkalmazkodni a piaci igényekhez és az új technológiai lehetőségekhez. Az innovációs tevékenységek révén a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat ügyfelei számára mindig a legmodernebb, leghatékonyabb megoldásokat tudja biztosítani, amelyek segítségével ügyfelei a piaci verseny élvonalában maradhatnak.

### **Működési folyamatok:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat működési folyamatai szorosan egymásra épülnek, és hatékony rendszert alkotnak annak érdekében, hogy a média- és marketingkampányok tervezése és megvalósítása a lehető legjobb eredményeket hozza az ügyfelek számára. A vállalat tevékenységét több, specifikus feladatkörökre szakosodott csapat végzi, amelyek szorosan együttműködve járulnak hozzá a kampányok sikeréhez.

A folyamatok kezdetén a stratégiai csapat alapos elemzést végez, feltérképezve az ügyfél céljait, célközönségét és versenykörnyezetét. Ezen adatok alapján dolgozzák ki a marketing- és médiatervet, amely meghatározza, hogy milyen csatornákon, milyen üzenetekkel és milyen ütemezésben érdemes megszólítani a közönséget. Ez a csapat koordinálja az alapvető kampánycélok és üzenetek megalkotását is, amelyek a kampány teljes ideje alatt irányt adnak a kreatív és adatelemző csapatoknak.

A kreatív csapat felelős a kampány vizuális és tartalmi elemeinek kidolgozásáért, amelyek megkülönböztetik az ügyfelet a versenytársaktól és hatékonyan kommunikálják a kulcsüzeneteket a célcsoport felé. A kreatív szakemberek különböző platformokra optimalizált hirdetési anyagokat készítenek, amelyek az ügyfél márkaarculatának megfelelően erősítik a kampány hatását. A tervezési folyamat során figyelembe veszik a piaci trendeket és a fogyasztói preferenciákat, hogy minden kampány releváns és figyelemfelkeltő legyen.

Az adatelemző csapat egy másik kulcsfontosságú szereplő a működési folyamatokban, hiszen ők végzik az összegyűjtött adatok elemzését és értékelését. Az adatok segítenek megérteni, hogy a kampány mely elemei működnek jól, és hol van szükség esetleges változtatásokra. Az adatelemzők valós idejű visszajelzéseket adnak, így a kampány során folyamatosan optimalizálhatók a hirdetési költések és az elérési stratégiák. Ez lehetővé teszi, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat a kampány minden szakaszában a lehető legnagyobb hatékonyságot érje el.

Az ügyfélszolgálati csapat szintén fontos szerepet tölt be a működési folyamatokban, hiszen ők biztosítják a folyamatos kapcsolatot az ügyfelekkel. Az ügyfélszolgálati szakemberek rendszeresen tájékoztatják az ügyfelet a kampány előrehaladásáról, eredményeiről, valamint az esetleges kihívásokról. Ha a kampány során bármilyen probléma vagy kérdés merül fel, az ügyfélszolgálati csapat azonnal megoldási javaslatokat dolgoz ki, biztosítva ezzel a gördülékeny és eredményes lebonyolítást. Ez a közvetlen kommunikáció és az ügyfelek igényeire való gyors reagálás hozzájárul a bizalomépítéshez és a hosszú távú partnerkapcsolatok kialakításához.

### **HR és vállalati kultúra:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat HR- és vállalati kultúrája alapvetően az innovációra, az együttműködésre és a sokszínűségre épül, ami hozzájárul ahhoz, hogy a vállalat egy dinamikus és inspiráló munkahely legyen. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat tudatosan törekszik arra, hogy olyan munkahelyi környezetet teremtsen, ahol az alkalmazottak önállóan fejlődhetnek, és ahol kreatív ötleteiket nyitottan fogadják. A vállalat célja, hogy a munkatársai a legjobbat hozzák ki magukból, és hozzájáruljanak a cég folyamatos sikeréhez.

A tehetséggondozás a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalatnél kiemelt fontosságú, hiszen a vállalat hisz abban, hogy a siker kulcsa a tehetséges és motivált munkatársakban rejlik. Ennek érdekében a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat rendszeresen szervez szakmai tréningeket és fejlődési lehetőségeket, amelyek segítenek a dolgozóknak bővíteni ismereteiket és fejleszteni képességeiket. Ezek a képzések lehetnek belső tréningek, iparági szakértők által tartott előadások vagy különféle tanfolyamok, amelyek a dolgozók szakmai tudását erősítik, és naprakészen tartják őket a legújabb iparági trendekkel kapcsolatban. Az új készségek elsajátítása mellett ezek a lehetőségek hozzájárulnak a munkavállalók hosszú távú elkötelezettségéhez és motivációjához.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára az együttműködés kulcsfontosságú érték, hiszen a projektek komplexitása és a kampányok sokszínűsége megköveteli, hogy a munkatársak csapatként dolgozzanak együtt. A vállalat belső kultúrája támogatja az osztályok közötti együttműködést, ami elősegíti a tudásmegosztást és az innovatív megoldások megszületését. A csapatok közös célokon dolgoznak, ahol mindenki egyéni tudása és tapasztalata hozzátesz a közös sikerhez. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat nyitott kommunikációs rendszerei lehetővé teszik, hogy a különböző részlegek dolgozói könnyen kapcsolódjanak egymáshoz, és gyorsan reagálhassanak az esetlegesen felmerülő kihívásokra. Ez a közvetlen és átlátható kommunikációs kultúra erősíti a munkatársak közötti kapcsolatokat és hozzájárul a pozitív munkahelyi légkör fenntartásához.

A vállalat sokszínűséget támogató szemlélete szintén fontos eleme a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat munkahelyi kultúrájának. A cég tudatosan törekszik arra, hogy különböző háttérrel és tapasztalatokkal rendelkező munkatársakat vonzzon be és tartson meg, mivel hisz abban, hogy a különböző nézőpontok és tapasztalatok gazdagítják a vállalatot és új ötleteket hoznak a csapatokba. A sokszínűség ösztönzi az innovatív gondolkodást és lehetővé teszi, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat rugalmasabban alkalmazkodjon a változó ügyféligényekhez és piaci trendekhez.

A rugalmas munkavégzés szintén a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat vállalati kultúrájának része, hiszen a vállalat elismeri, hogy a munka és magánélet egyensúlya elengedhetetlen a hosszú távú elégedettséghez és produktivitáshoz. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat támogatja a hibrid munkavégzést, amely lehetővé teszi, hogy a munkatársak akár távolról is hatékonyan dolgozhassanak, és így nagyobb szabadsággal alakíthassák ki munkarendjüket. Ez a rugalmasság nemcsak a munkavállalói elégedettséget növeli, hanem lehetővé teszi, hogy a csapatok gyorsan alkalmazkodjanak a különböző projektkövetelményekhez is.

### **Technológiai infrastruktúra:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat technológiai infrastruktúrája korszerű digitális rendszerekre és fejlett szoftveres megoldásokra épül, amelyek támogatják a vállalat adatvezérelt marketingstratégiáját és a kampányok hatékonyságának folyamatos nyomon követését. Ez a modern infrastruktúra lehetővé teszi, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat pontosan mérje az ügyfelei számára létrehozott kampányok teljesítményét és optimalizálja azokat a legjobb eredmények elérése érdekében. A vállalat minden digitális eszközét úgy alakította ki, hogy azok segítsék az ügyfelek igényeinek részletes feltérképezését, a közönség szegmentálását és a célzott üzenetek eljuttatását a megfelelő platformokra.

Az adatelemző szoftverek kulcsszerepet játszanak a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat technológiai hátterében. Ezek az eszközök lehetővé teszik, hogy a vállalat nagy mennyiségű adatot gyűjtsön és elemezzen az ügyfelek kampányainak teljesítményéről, beleértve a közönségreakciókat, a kattintási és konverziós arányokat, valamint a közösségi média interakciókat. Az elemző szoftverek valós időben képesek visszajelzést nyújtani a kampányokról, így a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat szakemberei azonnal és pontosan látják, hogy mely területeken lehet javítani a kampányok hatékonyságát. Ezzel a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat az ügyfelei számára jelentős megtakarítást és eredményjavulást érhet el, mivel a kampányokat folyamatosan az aktuális adatokra alapozva optimalizálják.

Az ügyfélkezelő rendszerek (CRM – Customer Relationship Management) szintén a technológiai infrastruktúra fontos részét képezik, és ezek a rendszerek lehetővé teszik az ügyfelek igényeinek és preferenciáinak átfogó megértését. A CRM rendszerek nemcsak a kampányok személyre szabását segítik, hanem lehetőséget adnak az ügyfelekkel való folyamatos kapcsolattartásra és a kampányok utáni visszajelzések gyűjtésére is. Ez a közvetlen kapcsolattartás lehetővé teszi a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára, hogy az ügyfelek elégedettségét folyamatosan fenntartsa, és a következő kampányokat még inkább az ügyfelek egyedi elvárásaihoz igazítsa.

A vállalat a kiberbiztonságot is kiemelten kezeli, hiszen az ügyfelek érzékeny adatainak védelme a digitális marketingstratégiák megvalósítása során elengedhetetlen. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat különféle kiberbiztonsági intézkedéseket alkalmaz, beleértve az adatforgalom titkosítását, a többfaktoros hitelesítést és a hálózat folyamatos monitorozását, hogy megakadályozza az esetleges adatvédelmi incidenseket. A vállalat biztosítja, hogy az adatok csak az arra jogosult munkatársak számára elérhetők, és az adatok kezelését minden lépésben az aktuális adatvédelmi előírásoknak megfelelően végzik. Ezzel a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat nemcsak ügyfelei számára nyújt biztonságot, hanem egy stabil és megbízható digitális környezetet is, amely elengedhetetlen az adatvezérelt marketing és a pontos kampánykezelés szempontjából.

### **Fenntarthatósági és társadalmi felelősségvállalási (CSR) tevékenységek:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat kiemelt figyelmet fordít a fenntarthatóságra és a társadalmi felelősségvállalásra, mivel fontosnak tartja, hogy pozitív hatást gyakoroljon a társadalomra és a környezetre egyaránt. A vállalat különböző intézkedésekkel és programokkal igyekszik minimalizálni ökológiai lábnyomát, miközben ösztönzi munkavállalóit és ügyfeleit is a környezettudatos szemléletre. A fenntarthatósági célok beépítése a mindennapi működésbe egyaránt szolgálja a környezetvédelmet és a társadalmi felelősségvállalást.

A környezetbarát kampányok megtervezése során a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat igyekszik csökkenteni a papír- és energiafelhasználást, és a digitális megoldások előtérbe helyezésével mérsékli a hagyományos, nyomtatott anyagok használatát. A digitális kampányok és a közösségi média alkalmazása révén a cég fenntarthatóbb módszerekkel érheti el célközönségét, miközben kevesebb hulladékot termel, és csökkenti a környezetre gyakorolt negatív hatást. Az ügynökség belső működésében is előtérbe helyezi az energiatakarékosságot, például energiatakarékos eszközöket használ, és ösztönzi az irodai papírmentes működést, ezzel is hozzájárulva a zöldebb iroda kialakításához.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat nemcsak a környezetvédelemre figyel, hanem aktívan részt vesz helyi közösségi projektekben és jótékonysági kezdeményezésekben is. A vállalat támogat olyan helyi szervezeteket és projekteket, amelyek célja a közösségek erősítése, az oktatás támogatása és a szociálisan hátrányos helyzetű emberek segítése. Ezek az együttműködések lehetővé teszik, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat hozzájáruljon a társadalmi jólét növeléséhez és pozitív hatást gyakoroljon a helyi közösségekre. A cég rendszeresen szervez önkéntes programokat, amelyeken keresztül munkatársai aktívan részt vehetnek a társadalmi szerepvállalásban, és így közvetlen módon járulhatnak hozzá a közösségi kezdeményezések sikeréhez.

A társadalmi felelősségvállalás részeként a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat munkatársait is ösztönzi arra, hogy vállaljanak szerepet a fenntarthatósági és közösségi programokban. A vállalat támogatja az önkéntes kezdeményezéseket, és lehetőséget biztosít a dolgozóknak arra, hogy részt vegyenek a vállalat által szervezett vagy támogatott közösségi eseményeken. Ez az aktív szerepvállalás erősíti a dolgozók elkötelezettségét, és lehetőséget ad nekik arra, hogy személyes szinten is hozzájáruljanak a közös célokhoz. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat munkatársai így nemcsak szakmailag, hanem társadalmilag is értékes tevékenységekben vehetnek részt, ami tovább erősíti a vállalat fenntarthatóság iránti elkötelezettségét.

### **Jövőbeli tervek és stratégiák:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat jövőbeli tervei és stratégiái arra irányulnak, hogy a vállalat megerősítse piaci pozícióját Magyarországon és Közép-Európában, miközben a digitális marketing és az adatelemzés területén tovább növeli szolgáltatási portfólióját. A cég célja, hogy az ügyféligények folyamatos változására gyorsan és rugalmasan tudjon reagálni, ezért a vállalat az innovatív technológiai megoldások és a digitalizáció terén kíván jelentős fejlesztéseket végrehajtani. Ezek a fejlesztések nemcsak a jelenlegi ügyfelek magasabb szintű kiszolgálását teszik lehetővé, hanem új ügyfelek megnyerésére és a régióban való terjeszkedésre is alkalmasak.

A digitális szolgáltatások további bővítése a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára prioritás, mivel a marketingipar egyre inkább a digitális és adatalapú megoldások felé mozdul el. A vállalat célja, hogy az ügyfelek számára testre szabott és pontosabb megoldásokat kínáljon, amelyek révén azok még hatékonyabban érhetik el célközönségüket. A digitális marketing terén a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat többek között új közösségi média stratégiák kidolgozására, programozott hirdetésvásárlásra, valamint a tartalommarketing fejlesztésére összpontosít, hogy lépést tartson a gyorsan változó piaci trendekkel. Az adatelemző szolgáltatások fejlesztésével a vállalat célja, hogy részletes, valós idejű adatokat és mélyreható elemzéseket nyújtson, amelyekkel ügyfelei marketingdöntéseit pontosan tudja támogatni.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat a mesterséges intelligencia (MI) alapú megoldások bevezetését is kiemelt stratégiai célként kezeli, mivel az MI-alapú technológiák lehetőséget nyújtanak a kampányok még pontosabb célzására és a hirdetési költések optimalizálására. Az MI segítségével a vállalat képes lesz a nagyobb adatmennyiségek gyorsabb és hatékonyabb feldolgozására, ami lehetővé teszi a célközönség viselkedésének előrejelzését és a marketingtevékenységek automatizálását. Az MI-alapú prediktív elemzések segítenek a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalatnek és ügyfeleinek a kampányok várható eredményeinek modellezésében, ezáltal növelve a kampányok megtérülését és a hirdetések hatékonyságát.

A versenyképesség és hatékonyság növelése érdekében a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat tervezett fejlesztései kiterjednek az új technológiai megoldások bevezetésére is, beleértve a fejlett adatelemző eszközöket, ügyfélkapcsolat-menedzsment (CRM) rendszereket, valamint a korszerű kampánykezelő szoftvereket. Ezek az új technológiák segítenek a vállalatnak abban, hogy átfogó képet kapjon az ügyfelek igényeiről és piaci pozíciójáról, valamint lehetővé teszik a kampányok még célzottabb és hatékonyabb lebonyolítását. Az ügyfélkapcsolat-menedzsment és kampánymenedzsment fejlesztései révén a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat jobban képes lesz kezelni és nyomon követni az ügyfélkapcsolatokat, növelve ezzel a lojalitást és az ügyfelek elégedettségét.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat jövőbeli stratégiájának része a piacbővítés is, amelynek célja, hogy a vállalat Közép-Európa szintjén is meghatározó szereplővé váljon. A cég a régiós terjeszkedés során szeretne új partnerkapcsolatokat kialakítani és megszilárdítani jelenlétét a térségben, hogy még szélesebb ügyfélkör számára biztosítson értékes marketingmegoldásokat. A vállalat a jövőben fokozott figyelmet fordít a közép-európai piac sajátosságaira és igényeire, és célja, hogy rugalmasan igazodjon ezekhez, biztosítva, hogy szolgáltatásai minden piacon kiemelkedő eredményeket hozzanak.

### **Kockázatkezelés:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat számára a kockázatkezelés kiemelt jelentőségű terület, amely alapvető szerepet játszik a kampányok sikerességében és az ügyfelek elégedettségének biztosításában. A vállalat szigorú kockázatkezelési politikákat vezetett be annak érdekében, hogy minden területen megelőzze a potenciális problémákat és minimalizálja a működésből eredő kockázatokat. A kockázatkezelési folyamatok célja, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat szolgáltatásai megbízhatóak, jogilag megfelelők és biztonságosak legyenek, ami elengedhetetlen az ügyfelek bizalmának megőrzéséhez.

A pénzügyi kockázatok minimalizálása érdekében a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat pontos költségvetés-tervezési és költségellenőrzési folyamatokat alkalmaz. Minden kampányhoz külön költségvetést készítenek, amely figyelembe veszi az adott kampány céljait, a rendelkezésre álló erőforrásokat és a költséghatékonysági szempontokat. A költségek folyamatos nyomon követésével és az előrejelzésekkel a vállalat gyorsan reagálhat a költségvetési eltérésekre és a váratlan kiadásokra. Ez a proaktív pénzügyi megközelítés biztosítja, hogy a kampányok költségvetése betartható legyen, és a várható megtérülés összhangban legyen az ügyfelek elvárásaival.

A jogi kockázatok csökkentésére a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat szigorú szabályozási megfelelőségi eljárásokat alkalmaz. A marketing- és médiaipar számos jogi szabályozás alá tartozik, különösen a reklám-, versenyjog és fogyasztóvédelem terén, amelyeket a vállalat gondosan követ és betart. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat jogi szakértőkkel dolgozik annak érdekében, hogy minden kampány a vonatkozó szabályozásoknak megfelelően készüljön, ezzel elkerülve a jogi következményeket és az esetleges bírságokat. A megfelelőségi folyamatok biztosítják, hogy a kampányok minden eleme összhangban legyen a helyi és nemzetközi jogi előírásokkal, ezzel óvva a vállalat és az ügyfelek hírnevét.

Az adatvédelmi kockázatok kezelése szintén központi szerepet kap a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalatnél, hiszen a digitális kampányok során az ügyfelek és a célközönség érzékeny adatai is érintettek lehetnek. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat szigorú adatvédelmi eljárásokat és biztonsági intézkedéseket alkalmaz annak érdekében, hogy az adatokat csak a szükséges mértékben és megfelelő biztonsági környezetben kezeljék. A vállalat teljes mértékben megfelel a GDPR és egyéb adatvédelmi szabályozásoknak, és minden adatot titkosítva, biztonságos rendszerekben tárol. Az adatbiztonság érdekében bevezetett eljárások közé tartozik a többfaktoros hitelesítés, a folyamatos hálózatfigyelés és a hozzáférési jogosultságok szigorú korlátozása. Ezek a lépések nemcsak az ügyfelek adatainak védelmét szolgálják, hanem a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat iránti bizalmat is növelik.

### **Bónuszrendszer:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. bónuszrendszere egy jól átgondolt, motiváló eszköz, amely támogatja a vállalat céljainak elérését és az alkalmazottak elkötelezettségének növelését. Az 56 fős médiaügynökség számára kialakított rendszer különböző típusú bónuszokat tartalmaz, amelyek a teljesítményt, az innovációt és a csapatszellemet díjazva ösztönzik a dolgozókat. A bónuszok az éves értékelési rendszerre épülnek, biztosítva az átláthatóságot és az egyéni, valamint csapatszintű eredmények elismerését.

### Alapbónusz – Éves alapbónusz minden munkatársnak

Az éves alapbónusz a munkavállalók éves bérük egy meghatározott százalékát kapják meg, amely a vállalat éves eredményeitől függően 5-10% között mozog. Ez a bónusz minden olyan alkalmazottnak jár, aki legalább egy éve a vállalatnál dolgozik, ezzel ösztönözve a lojalitást és elismerve az elkötelezettséget.

### Teljesítménybónusz – Egyéni és csapatcélok elérése alapján

Az egyéni és csapatteljesítmény alapján megítélt bónusz célja, hogy az alkalmazottakat konkrét célok elérésére ösztönözze. Az éves teljesítményértékelés során az elvárt projektszám, az ügyfél-elégedettség növelése vagy kreatív ötletek kidolgozása alapján értékelik a dolgozókat. Az egyéni teljesítmény bónusz összege az éves bér 5-15%-a lehet. A csapatszintű teljesítmények díjazása esetén a bónuszt a csapat tagjai között osztják szét a projekt meghatározott céljainak elérése alapján.

### Projektbónusz – Kiemelkedő projektmegvalósításokért

Az ügyfelek által magasra értékelt vagy kiemelkedően sikeres projektek után járó bónusz a csapattagok egyéni hozzájárulásai alapján kerül kiosztásra. A bónusz mértéke a projekt költségvetésének 1-2%-a, amely ösztönzi a munkatársakat a minőségi munkavégzésre és a kimagasló eredmények elérésére.

### Innovációs bónusz – Új ötletek és kreatív megoldások díjazása

Az évente megrendezett belső innovációs verseny keretében a vállalat díjazza a legjobb ötleteket és megoldásokat, amelyek hozzájárulnak a cég fejlődéséhez vagy új szolgáltatások bevezetéséhez. Az innovációs bónusz fix összegben kerül kifizetésre, amely 100.000-300.000 forint között mozog, az ötlet kiemelkedőségétől és üzleti potenciáljától függően. A bónusz egyénileg vagy csapatszinten is elnyerhető, attól függően, hogy az ötlet közös munka vagy egyéni erőfeszítés eredménye.

### Éves vállalati célokhoz kötött bónusz

Ez a bónusz a vállalat éves pénzügyi és teljesítménycéljainak elérését díjazza. Ha a cég például 10%-os bevételnövekedést ér el, vagy új ügyfeleket szerez, minden alkalmazott részesül egy egyszeri bónuszban. Az éves bónusz összege az éves bér 5-10%-a, amelyet egyenlően osztanak szét a dolgozók között, erősítve az összefogást és a közös célok fontosságát.

### Elismerési program – Év Dolgozója és Év Csapata díjak

Az „Év Dolgozója” és az „Év Csapata” díjat a munkatársak szavazatai alapján ítélik oda. Az egyéni díjazottak fix, például 150.000-250.000 forint bónuszt kapnak, míg a csapattagok között kisebb, egyenlő mértékű bónuszt osztanak szét. Ez az elismerési program célja, hogy növelje a dolgozói elégedettséget, és kiemelje azokat, akik különösen hozzájárultak a vállalat sikeréhez.

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. bónuszrendszere átlátható, teljesítményorientált és motiváló, amely az egyéni és csapatszintű eredményeket egyaránt elismeri. A rendszer elősegíti az innovációt, az ügyfélközpontúságot és a vállalati célok elérését, miközben erősíti a dolgozók lojalitását és elégedettségét.

**Szabadságolási folyamat:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. szabadságolási rendszere egy jól kidolgozott és a magyar munkajogi és adótörvényi előírásoknak megfelelő struktúrát kínál, amely nemcsak a dolgozók pihenését támogatja, hanem hozzájárul a munka és a magánélet egyensúlyának megteremtéséhez is. Ez a rendszer a munkavállalói elégedettség és elkötelezettség növelésére összpontosít, miközben a vállalat hosszú távú sikerét is elősegíti.

### Alapszabadság és pótszabadságok

Minden munkavállalót évente megillet a törvény által előírt 20 nap alapszabadság, amely 25 éves kor felett az életkor előrehaladtával fokozatosan növekszik. A rendszer automatikusan figyelembe veszi az életkor alapján járó extra napokat. A gyermekes munkavállalók további kedvezményeket élveznek:

* Egy gyermek után 2 nap,
* Két gyermek után 4 nap,
* Három vagy több gyermek után 7 nap pótszabadság jár évente. Emellett a 18 év alatti munkavállalók +5 nap pótszabadságot kapnak. Ezek az alapszabadságon felüli kedvezmények segítenek az eltérő élethelyzetek figyelembevételében és a dolgozók jólétének támogatásában.

### Rugalmas szabadságkezelés

A modern munkavégzés igényeit szem előtt tartva a rendszer rugalmas szabadságkezelési lehetőségeket kínál:

* Home office napok összevonása: Az otthoni munkanapokat előzetes egyeztetés után a dolgozók szabadnapként használhatják fel, ami lehetővé teszi hosszabb pihenési időszakok kialakítását.
* Hosszú hétvégék és pihenőnapok: A dolgozók előre jelezhetik igényeiket, és szabadságaikat hosszabb időszakokra, például kéthetes pihenésekre vagy hosszú hétvégékre csoportosíthatják.

### Ügynökségi szabadnapok

A vállalat évente több olyan napot is biztosít, amelyek nem csökkentik az alapszabadságot:

* Karácsonyi időszak: Két extra szabadnapot kapnak a munkavállalók december 24. és 31. között, amikor az iroda zárva tart.
* Nyári és év végi pihenőnapok: Az ügynökség évente két olyan napot jelöl ki, amikor minden dolgozó egyszerre pihenhet. Ezek a napok rugalmasan igazodnak a vállalat terheléséhez.

### Extra szabadságok és wellbeing napok

A munkavállalók jóllétét szem előtt tartva a vállalat további lehetőségeket kínál:

* Wellbeing napok: Évente két extra nap jár minden munkavállalónak, amelyet mentális és fizikai egészségük megőrzésére fordíthatnak. Ezek a napok orvosi vizsgálatokra, wellness programokra vagy egyszerű pihenésre használhatók.
* Közösségi napok: Az önkéntes munkát vagy közösségi projekteket végző dolgozók évente egy külön szabadnapot kapnak, amely nem csökkenti az alapszabadságukat.

### Szabadság kivétel és átcsoportosítás

A szabadságok átlátható és rugalmas kezelése érdekében a következő szabályok érvényesek:

* Előzetes tervezés: A szabadságot legalább 15 nappal korábban kell jelezni, hogy a munkaterhelés zökkenőmentesen elosztható legyen.
* Szabadság átvitele: A fel nem használt szabadságnapokat a következő évre át lehet vinni, de azokat legkésőbb június 30-ig fel kell használni.
* Kényszerszabadság elkerülése: A vállalat mindent megtesz annak érdekében, hogy a dolgozók saját maguk tervezzék meg pihenésüket, és ne kényszerből vegyék ki a szabadságukat.

### További rugalmasságok

* Részmunkaidős munkavállalók szabadságarányosítása: A részmunkaidőben dolgozók a munkaidejük arányában jogosultak szabadságra.
* Extra szabadság cafetéria formájában: A munkavállalók cafetéria csomagjuk egy részét extra szabadságnapokra válthatják, ami különösen hasznos lehet azok számára, akik több időt szeretnének családjukkal tölteni.

### A szabadságolási rendszer előnyei

Ez a szabadságolási rendszer nemcsak megfelel a jogi követelményeknek, hanem aktívan támogatja a munkavállalók mentális és fizikai egészségét, valamint a munka-magánélet egyensúlyát. Az alapszabadságon túl kínált extra napok és a rugalmasság biztosítják, hogy minden dolgozó elégedett és motivált maradjon, miközben hozzájárulnak az ügynökség sikeréhez. A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat szabadságolási rendszere példamutató, mivel egyszerre szolgálja a vállalati és egyéni érdekeket, ezáltal erősítve a dolgozók lojalitását és elégedettségét.

**Felvételi eljárás:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. felvételi folyamata egy több lépcsős, professzionális és átlátható rendszer, amelynek célja, hogy biztosítsa a legjobb tehetségek bevonzását és kiválasztását, miközben mind a jelöltek, mind a vállalat számára gördülékeny és informatív élményt nyújt. A rendszer a teljes toborzási és beléptetési folyamatot lefedi, egészen az álláshirdetéstől az onboardingig.

### Álláshirdetés és toborzás

A felvételi folyamat első lépése az adott pozíció követelményeinek pontos meghatározása. A HR csapat és a szakmai vezetők közösen dolgozzák ki a munkakörhöz szükséges készségeket, feladatokat és elvárásokat. Az álláshirdetés ezt követően több csatornán – a vállalat weboldalán, LinkedIn-en és szakmai portálokon – kerül közzétételre, kiemelve a vállalat kultúráját és értékeit. A jelentkezőknek online kell benyújtaniuk az önéletrajzukat, motivációs levelüket és egy rövid kérdőívet, amely elősegíti a gyors előszűrést.

### Első szűrés és telefonos interjú

A HR csapat áttekinti az önéletrajzokat, és kiválasztja a pozíció szempontjából releváns jelölteket. A kiválasztott jelentkezőkkel egy 10-15 perces telefonos beszélgetést folytatnak, amely során az alapvető szakmai háttér, a motiváció és az állás elvárásai kerülnek megbeszélésre. Ez az előszűrés segíti a megfelelő jelöltek gyors azonosítását és a személyes interjúra való felkészülést.

### Első személyes vagy online interjú – Szakmai beszélgetés

A következő lépésben a jelölteket egy szakmai interjúra hívják meg, amely lehet személyes vagy online. Az interjún a HR képviselői és a szakmai vezetők találkoznak a jelöltekkel, hogy alaposabban megismerjék a tapasztalataikat, technikai tudásukat és készségeiket. Az interjú része lehet egy rövid, valós projekthez kapcsolódó feladat, amely segít a gyakorlati készségek értékelésében. A jelentkezők számára ez az alkalom lehetőséget biztosít, hogy felkészülten mutassák be szakmai hátterüket és a vállalattal kapcsolatos ismereteiket.

### Gyakorlati feladat vagy próbamunka

A folyamat egyik fontos eleme egy gyakorlati feladat kijelölése, amely az adott munkakörhöz kapcsolódó kihívást modellez. Ez lehet például kampánytervezési vázlat, adatelemzési feladat vagy kreatív koncepció készítése. A jelölt a saját tempójában készítheti el a feladatot a megadott határidőre, amely után a szakmai csapat értékeli az eredményt. Az értékelés során figyelembe veszik a kreativitást, a logikus gondolkodást és a probléma megoldási készségeket. Szükség esetén a jelölt lehetőséget kap, hogy bemutassa a megoldásait és a gondolatmenetét.

### Második személyes vagy online interjú – Vezetői interjú

A sikeres gyakorlati feladatot követően egy második interjúra kerül sor, ahol a HR és szakmai vezetők mélyebb beszélgetést folytatnak a jelölttel. Ennek célja, hogy megismerjék a jelölt személyiségét, jövőbeli céljait és azt, hogyan illeszkedhet a vállalati kultúrába. A vezetők bemutatják a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat értékeit, a pozícióhoz kapcsolódó fejlődési lehetőségeket és elvárásokat.

### Ajánlat és beléptetés

A kiválasztott jelölt számára a HR csapat egy személyre szabott ajánlatot készít, amely tartalmazza a fizetést, juttatásokat és a bónuszrendszert. Az ajánlat elfogadását követően elindul a belépési folyamat, amely magában foglalja a szükséges dokumentumok kitöltését és a belépési nap előkészítését. Az új munkatárs egy bevezető tájékoztatón is részt vesz, amely során megismerkedik a vállalat rendszereivel és a csapattagokkal.

### Onboarding folyamat

A belépés után az új munkatársak számára egy strukturált onboarding program biztosítja a gördülékeny beilleszkedést. Az első hónap során:

* Bevezető tréningek: A vállalat kultúrájának, folyamatait és rendszereinek bemutatása.
* Mentor kijelölése: Minden új dolgozó mellé egy tapasztalt kollégát jelölnek ki mentorként, aki az első hónapokban segíti a beilleszkedést.
* Csapatintegráció: Az új munkatárs aktívan részt vesz a csapatmunkában, és megkezdi az együttműködést kollégáival.

Ez a jól felépített felvételi folyamat biztosítja, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat megtalálja azokat a tehetségeket, akik szakmai tudásukkal és személyiségükkel is hozzájárulnak a vállalat sikeréhez. A rendszer átlátható, támogatja a professzionális kapcsolatépítést és megteremti a hosszú távú, sikeres együttműködés alapjait.

### **Onboarding folyamat:**

### A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. onboarding folyamata egy részletesen kidolgozott rendszer, amely biztosítja az új munkatársak zökkenőmentes beilleszkedését, a vállalati kultúra gyors megértését, valamint az aktív és eredményes munkavégzés mihamarabbi elindulását. A folyamat külön figyelmet fordít a KKV-k igényeire jellemző rugalmas és személyre szabott megközelítésre, amely erősíti az alkalmazottak elégedettségét és elkötelezettségét.

### Előkészítés a belépés előtt

### Dokumentumok előkészítése: A HR csapat gondoskodik arról, hogy minden szükséges dokumentum, például a munkaszerződés, munkaköri leírás és adóbevallási nyilatkozat előkészítve legyen az új munkatárs számára.

### Munkaeszközök biztosítása: A vállalat az új dolgozó számára beszerzi a szükséges munkaeszközöket, mint például számítógépet, telefont és egyéb irodai eszközöket. Ezen kívül előre beállítják az e-mail címet és a hozzáféréseket a belső rendszerekhez.

### Üdvözlő csomag: Az új munkatárs egy céglogóval ellátott üdvözlő csomagot kap, amely tartalmazhat jegyzetfüzetet, bögrét, valamint a munkakezdést támogató anyagokat, például cégbemutatót és belső szabályzatokat.

### Első munkanap – A beilleszkedés kezdete

### Személyes fogadás: Az új dolgozót egy előre kijelölt mentor vagy vezető fogadja, bemutatja az irodát, a csapattagokat, és rövid áttekintést ad a cég működéséről.

### Bevezető beszélgetés: A cég történetének, értékrendjének és kultúrájának bemutatása mellett ismertetik az első hónap fő feladatait és elvárásait.

### Munkaállomás átadása: Az új munkatárs megkapja a munkaeszközeit, és aktiválják hozzáféréseit a vállalat belső rendszereihez.

### Üdvözlő ebéd vagy kávé: Egy kötetlen találkozó keretében lehetőség nyílik az új dolgozó és a csapat közötti kapcsolatépítésre.

### Az első hét – Alapvető ismeretek elsajátítása

### Tréningek és tájékoztatók: Az első napokban a cég folyamatait, rendszereit és szabályzatait bemutató tréningek segítik az új munkatárs beilleszkedését. Ezek közé tartoznak az alapszabályzatok, a munkaidő-nyilvántartás és a szabadságolási rendszer ismertetése, valamint szakmai bevezető tréningek az adott munkakörhöz kapcsolódóan.

### Mentor kijelölése: Az új munkatársat egy tapasztalt kolléga segíti, aki támogatást nyújt a cég működésével kapcsolatos kérdésekben és a mindennapi munkavégzés során.

### Kisebb feladatok kiadása: Az új dolgozó az első hét végére kisebb, konkrét feladatokat kap, amelyekkel aktívan bekapcsolódhat a munkafolyamatokba.

### Az első hónap – Beilleszkedés és aktív munka

### Rendszeres visszajelzések: Heti találkozók keretében a mentor és a vezető visszajelzést ad az új munkatársnak az első tapasztalatokról, kérdésekről és javaslatokról.

### Csapatépítő tevékenységek: Az első hónapban egy kisebb csapatépítő programot szerveznek, például vacsorát vagy szabadidős programot, amely elősegíti a csapatkohéziót.

### Szerepek és felelősségek tisztázása: A vezető és az új dolgozó részletesen átbeszélik a munkakörhöz kapcsolódó feladatokat és elvárásokat.

### Az első három hónap – Próbaidő és teljesítményértékelés

### Próbaidő alatti támogatás: A mentor és a vezető rendszeresen figyelemmel kíséri a munkatárs beilleszkedését, és azonnal segítséget nyújtanak, ha szükséges.

### Havi értékelő találkozók: Az első hónap végén formális visszajelzést adnak a munkavállaló eddigi teljesítményéről, valamint meghatározzák a rövid- és középtávú célokat.

### Közös célok kijelölése: A próbaidő végére konkrét célokat tűznek ki, amelyek biztosítják a munkavállaló további fejlődését és a vállalati célokkal való összhangot.

### Kiegészítő elemek KKV-k számára

### Belső tudásmegosztás: Az új munkatársak számára havi belső workshopokat szerveznek, ahol a tapasztalt kollégák megosztják tudásukat és gyakorlati tapasztalataikat.

### Nyitott ajtók politikája: Az új dolgozóknak lehetősége van informális találkozókat kezdeményezni a vezetőséggel, hogy jobban megértsék a cég stratégiáját és céljait.

### Költségtérítések: A vállalat fedezi az első hónapok során felmerülő extra költségeket, például az utazási költségeket, ha a dolgozó távolabbról érkezik.

### Feedback gyűjtése: Az onboarding folyamat végén az új munkatárs kérdőívben értékeli a folyamatot, amely segíti a vállalatot a beilleszkedési rendszer folyamatos fejlesztésében.

### Ez az átfogó onboarding folyamat nemcsak az új munkatárs gyors beilleszkedését és hatékony munkakezdését támogatja, hanem segít erősíteni a vállalati kultúrát és az alkalmazottak elköteleződését. A mentorálás, a folyamatos visszajelzések és a közös célok kijelölése révén a rendszer elősegíti, hogy az új munkatárs a csapat értékes és elégedett tagjává váljon.

**Munkarend:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. munkarendje egy átgondolt, strukturált, mégis rugalmas rendszer, amely a munkavállalók és a vállalat igényeit egyaránt figyelembe veszi. A cél, hogy támogassa a hatékony működést, a csapatmunka gördülékenységét, valamint segítse a munka és a magánélet egyensúlyának fenntartását.

### Alapvető munkarend

A munkahét hétfőtől péntekig tart, a munkaidő általában 8:00 és 17:00 óra között alakul, amely tartalmaz egy egyórás ebédszünetet. A heti 40 órás munkaidőkeret a magyar munkajogi előírásoknak megfelelően van meghatározva. A munkarend fix és rugalmas elemeket is tartalmaz:

* Fix jelenléti időszak: Minden nap 10:00 és 15:00 óra között kötelező az elérhetőség, amikor a csapatmegbeszélések és ügyfélkapcsolatok prioritást élveznek.
* Rugalmas kezdés és befejezés: A kötelező jelenléti időn kívül a munkavállalók szabadon dönthetnek arról, hogy mikor kezdik és fejezik be a munkanapjukat.

### Home office lehetőség

A vállalat hibrid munkarendet alkalmaz, amely lehetővé teszi, hogy a munkavállalók heti két napot otthonról dolgozzanak előzetes egyeztetés alapján. Azokon a napokon, amikor nincs ügyfélmegbeszélés vagy csapatértekezlet, a munkavégzés teljes egészében távolról történhet. A vállalat biztosítja a távmunkához szükséges technikai eszközöket, például laptopot és megfelelő szoftvereket.

### Munkahelyi jelenlét

A hibrid modell részeként a munkavállalók számára javasolt, hogy hetente legalább három napot az irodában töltsenek, különösen a csapatmegbeszélések és közös projektek összehangolása érdekében. Havonta egyszer a vállalat „irodanapot” szervez, amely során az egész csapat részt vesz közös megbeszéléseken, tréningeken vagy csapatépítő programokon.

### Rugalmasság és egyéni igények figyelembevétele

A vállalat nagy hangsúlyt fektet az egyéni igények figyelembevételére. Támogatja a részmunkaidős megállapodásokat, valamint lehetőséget biztosít a munkaidő gyermekneveléshez vagy egyéb egyedi körülményekhez való igazítására. Emellett külön extra lehetőségeket is kínál:

* Wellbeing napok: Minden munkavállaló évente két extra napot kap, amelyet saját pihenésére vagy feltöltődésére fordíthat.
* Közösségi napok: Évente egy szabadságnapot biztosítanak önkéntes munka vagy közösségi tevékenység céljából.

### Csapatmegbeszélések és munkaszervezés

A heti munkavégzést rendszeres meetingek támogatják:

* Heti meetingek: Minden hétfőn csapatindító megbeszélést tartanak, amelyeken áttekintik az aktuális heti prioritásokat és feladatokat.
* Projektalapú munkarend: A csapatok a projektek időkeretéhez igazítják a munkavégzést. Nagyobb kampányok idején előfordulhat hosszabb munkaidő, amelyet később pihenőnapokkal kompenzálnak.

### Túlóra kezelése

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat törekszik a túlórák minimalizálására, hogy elkerülje a munkavállalók túlterhelését. Amennyiben mégis szükség lenne túlórára:

* Előzetes engedélyezés: Túlórát kizárólag vezetői jóváhagyással lehet végezni.
* Kompenzáció: A túlórát szabadidővel vagy pénzbeli kompenzációval egyenlítik ki az adott hónapon belül.

### Munkavégzés és szünetek szabályozása

A munkavállalók minden munkanap során jogosultak egy 60 perces ebédszünetre, amelyet rugalmasan igazíthatnak a munkavégzésükhöz. Ezen kívül napi két 10-15 perces rövid szünetet is beiktathatnak, amelyet kávézásra vagy egyéb kikapcsolódásra használhatnak.

### Éves szabadság és pihenőnapok

A munkavállalók jogosultak az életkoruk és gyermekeik után járó szabadságnapokra, amelyeket előre egyeztetnek a vezetőikkel. A vállalat emellett a karácsony és újév közötti időszakban zárva tart, így minden dolgozó extra pihenőnapokat kap, amelyek nem csökkentik az alapszabadságukat.

### A munkarend előnyei

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat munkarendje egyaránt biztosítja a strukturáltságot és a rugalmasságot. A rugalmas munkaidő és a hibrid munkarend lehetővé teszi, hogy a munkavállalók saját igényeikhez igazítsák a munkavégzést. A home office lehetőségek és a wellbeing napok támogatják a pihenést és a feltöltődést, miközben a fix jelenléti időszakok és a heti meetingek biztosítják a csapatok összehangolt munkáját. Ez a munkarend ideális egy dinamikus, kreatív ügynökség számára, amely egyszerre kívánja fenntartani a hatékony működést és a dolgozók elégedettségét.

### **Számlázási folyamat:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. számlázási folyamata egy jól strukturált és hatékony rendszer, amely biztosítja a gyors, pontos és átlátható pénzügyi tranzakciók kezelését, miközben teljes mértékben megfelel a magyar számviteli és adózási szabályoknak. Ez a folyamat az ügyfelek elégedettségének növelésére és a vállalat pénzügyi stabilitásának biztosítására lett kialakítva.

A számlázási folyamat az ügyféllel kötött szerződés megkötésével kezdődik, amelyben részletesen rögzítik a szolgáltatások típusát, árazását, a fizetési feltételeket és a számlázási ütemezést. A szerződés tartalmazza a fizetési határidőket, a számlák kiállításának módját – például papír alapú vagy elektronikus formában –, valamint az esetleges részletfizetési lehetőségeket.

A projektek indításakor a kampány minden költségét és szolgáltatási díját rögzítik a vállalat belső rendszerében, amely lehetővé teszi a pontos és naprakész számlázási adatok előkészítését. Az ügyfél számlázási adatait, mint például a cégnév, adószám és számlázási cím, szintén rögzítik a rendszerben. A számlázási időszak lehet egyszeri – például kreatív tartalom előállítása esetén –, vagy időszakos, mint például havi kampánymenedzsment szolgáltatások esetében.

A számlák előkészítése és kiállítása a teljesítési igazolás alapján történik, amelyet az ügyfél előzetesen jóváhagy. Ezután a pénzügyi osztály elkészíti a számlát a vállalat számlázási szoftverében, például Billingo vagy Számlázz.hu segítségével. A számla tartalmazza az aktuális magyarországi ÁFA-kulcsot, jelenleg 27%-ot, és PDF formátumban, elektronikus aláírással ellátva küldik el az ügyfél részére, biztosítva annak hitelességét.

Minden számla a kiállítás előtt belső ellenőrzésen esik át, amelynek során a pénzügyi osztály ellenőrzi az adatok pontosságát, beleértve az összeget, a teljesítési dátumot és az ügyfél adatait. Az ügyfél a számla kézhezvétele után ellenőrzi annak tartalmát, és szükség esetén visszajelzést ad. A számla elfogadását követően a fizetési folyamat elindul.

A fizetési határidők általában 15 vagy 30 naposak, amelyeket a szerződés rögzít. A számlázási rendszer automatikusan emlékeztető e-maileket küld a határidő lejárta előtt három nappal, illetve lejárat után azonnal. Nagyobb kampányok esetén az ügyfelek részletfizetési opcióval élhetnek, amelyet szintén a szerződés tartalmaz.

Késedelmes fizetés esetén a vállalat késedelmi kamatot számíthat fel, amelyet a törvényes kamatláb alapján határoznak meg. Ha az ügyfél 7 napos késedelem után sem teljesít, a pénzügyi osztály újabb emlékeztetőt küld, és telefonon felveszi vele a kapcsolatot. Amennyiben a fizetés 30 napon belül sem érkezik meg, a vállalat jogi lépéseket tehet, vagy behajtó céget vonhat be a követelés rendezésére.

A számlák nyilvántartása és könyvelése digitálisan és papír alapon is történik, hogy megfeleljen a magyar számviteli előírásoknak. Az összesített adatok automatikusan bekerülnek a vállalat könyvelési rendszerébe, ahol a pénzügyi osztály nyomon követi a kifizetéseket és bevételeket. Ezen adatok alapján havi és éves jelentéseket készítenek a vezetőség számára, amely segíti a pénzügyi teljesítmény értékelését és a stabil működés fenntartását.

Ez a számlázási rendszer átláthatóvá és hatékonnyá teszi a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. pénzügyi folyamatait. Az automatizációval támogatott emlékeztetők és könyvelési integrációk biztosítják a folyamat gyorsaságát, míg a jogszabályoknak való teljes megfelelés garantálja az ügyfelek bizalmát és a vállalat hitelességét. Ez a rendszer nemcsak a pontos számlázást és a stabil pénzügyi működést biztosítja, hanem támogatja az ügyfelekkel való hatékony és hosszú távú együttműködést is.

**Részlegek és feladatköreik:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. szervezeti felépítése a vállalat fő tevékenységei köré épül, biztosítva az ügyfelek hatékony kiszolgálását és a belső működés gördülékenységét. Az Fiktív Reklám Ügynökség Kft. részlegek külön-külön is fontos szerepet játszanak a cég sikeres működésében, miközben szoros együttműködésben dolgoznak a közös célok elérése érdekében.

### Stratégiai tervezési részleg

A stratégiai tervezési részleg fő feladata, hogy megalapozza az ügyfelek kampányainak sikerét. Ez magában foglalja a piaci elemzések elkészítését, az ügyfél céljainak és célközönségének megfelelő marketing- és médiastratégiák kidolgozását, valamint a konkrét kampánycélok és mérőszámok (KPI-k) meghatározását. A részleg folyamatosan figyeli az iparági trendeket, és rendszeresen konzultál az ügyfelekkel, hogy a stratégiák mindig az aktuális igényekhez igazodjanak.

### Kreatív részleg

A kreatív részleg a vizuális és tartalmi elemek megalkotásáért felelős. Feladataik közé tartozik egyedi, figyelemfelkeltő grafikai anyagok, kampányszlogenek és hirdetési tartalmak készítése, valamint az ügyfelek márkaidentitásának kialakítása. Innovatív ötleteket dolgoznak ki új kampánykoncepciókhoz, és az ügyfél vagy a belső csapat visszajelzései alapján finomítják a kreatív anyagokat.

### Digitális marketing részleg

A digitális marketing részleg a modern online megoldásokért felel. Keresőoptimalizálással (SEO) javítják az ügyfelek weboldalainak láthatóságát, és fizetett kampányokat (PPC) kezelnek a Google Ads, Facebook Ads és más digitális platformokon. További feladataik közé tartozik a közösségi média menedzsment, személyre szabott e-mail marketing kampányok lebonyolítása, valamint a webes analitika segítségével a kampányok folyamatos optimalizálása.

### Adatelemző és kutatási részleg

Az adatelemző részleg a kampányokhoz és piacokhoz kapcsolódó adatok gyűjtését, tisztítását és elemzését végzi. Az elemzési modellek kidolgozásával segítenek megérteni a kampányok teljesítményét és az ügyfélviselkedést, míg a vizualizációs jelentésekkel világos és érthető adatokat biztosítanak a döntéshozók számára. Emellett prediktív modelleket is alkalmaznak, hogy előre jelezzék a jövőbeli trendeket és ezek hatását az ügyfelek stratégiájára.

### Ügyfélkapcsolati és értékesítési részleg

Ez a részleg felel az új ügyfelek bevonzásáért és a meglévő partnerek igényeinek kezeléséért. Feladataik közé tartozik az ügyfélelégedettség biztosítása rendszeres találkozók és visszajelző interjúk révén, egyedi ajánlatok kidolgozása, valamint az ügyfelek és a belső csapatok közötti információáramlás koordinálása. Konfliktuskezelési képességeikkel gyors és hatékony megoldást nyújtanak az ügyféligények kezelésében.

### Pénzügyi és adminisztrációs részleg

A pénzügyi részleg a számlázásért, a költségvetés-tervezésért és a fizetési határidők nyomon követéséért felel. Biztosítják a pénzügyi tranzakciók jogszerűségét és megfelelőségét a jogi és adózási szabályokkal. Az adminisztratív feladatok közé tartozik a belső dokumentációk kezelése és az iroda működésének támogatása.

### HR és szervezeti kultúra részleg

A HR részleg fő fókusza az új tehetségek toborzása, beilleszkedési folyamatuk koordinálása, valamint a meglévő dolgozók teljesítményének értékelése. Rendszeresen mérik a dolgozói elégedettséget, kérdőívek és interjúk segítségével, és tréningeket szerveznek a folyamatos szakmai fejlődés érdekében.

### IT és technológiai részleg

Ez a részleg biztosítja a vállalat technológiai infrastruktúrájának folyamatos működését, a dolgozók technikai támogatását és az egyedi szoftverfejlesztéseket. Kiemelten kezelik a kiberbiztonságot, hogy megvédjék a céges és ügyféladatokat.

### Projektmenedzsment részleg

A projektmenedzsment csapat felügyeli a kampányok és projektek ütemezését, az erőforrások elosztását és a határidők betartását. Összehangolják a különböző részlegek munkáját, és rendszeresen jelentéseket készítenek az eredményekről, kihívásokról és javaslatokról a vezetőség és az ügyfelek számára.

### Jogi és megfelelőségi részleg

A jogi részleg feladata az ügyfél- és beszállítói szerződések ellenőrzése, a GDPR-nak és adatvédelmi szabályoknak való megfelelés biztosítása, valamint a cég jogi ügyeinek kezelése és belső tanácsadás nyújtása.

### Részlegek közötti együttműködés

A részlegek szorosan együttműködnek a magas színvonalú szolgáltatások biztosítása érdekében. A hatékony kommunikációt rendszeres csapatmegbeszélések, projektnapok és stratégiai értekezletek támogatják, amelyek elősegítik a vállalat gördülékeny működését és ügyfélközpontú szolgáltatásainak sikerességét.

### **Értékesítési szabályzat:**

A Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. értékesítési szabályzata olyan keretrendszert biztosít, amely átláthatóvá, hatékonnyá és ügyfélközpontúvá teszi a vállalat értékesítési folyamatait. A szabályzat célja, hogy a működés megfeleljen az etikai és jogszabályi előírásoknak, miközben erősíti a piaci versenyképességet és az ügyfélkapcsolatok hosszú távú fenntartását. Az alábbiakban bemutatjuk a szabályzat főbb elemeit.

### Általános irányelvek

Az értékesítési tevékenységek során minden munkatárs köteles az etikus üzleti magatartás szabályait betartani. A tisztességes verseny és transzparencia alapelvei mellett tilos bármilyen tisztességtelen versenyre irányuló magatartás, például félrevezető információk közlése vagy versenytársak lejáratása. Az ügyfélközpontúság érdekében az ügyfelek igényeit alaposan feltérképezik, és az elvárásoknak megfelelő, személyre szabott megoldásokat ajánlanak. Az értékesítési folyamatok során a vállalat maradéktalanul betartja a magyar jogszabályokat, különös tekintettel az adatvédelemre (GDPR) és a fogyasztóvédelmi előírásokra.

### Az értékesítési folyamat szabályozása

Az értékesítési folyamat több szakaszból áll. Az első lépés a piackutatás és ügyfélszegmentáció, amely során az ügyfelek elemzése és szegmentálása zajlik. Ezt követi a kapcsolatfelvétel és az ügyfél igényeinek megértésére épülő személyre szabott ajánlatkészítés. A tárgyalási szakaszban az értékesítési csapat a szerződési feltételek, például az árképzés és a kampány ütemezés határain belül egyeztet az ügyféllel. A megállapodásokat írásban rögzítik, amely tartalmazza a kampánycélokat, a fizetési feltételeket és esetleges bónuszokat. A szerződés aláírása után a szolgáltatásokat a rögzített ütemezés szerint nyújtják, majd a számlázás következik.

### Ajánlatkészítés és árpolitika

Az árajánlatok minden esetben tartalmazzák a szolgáltatások pontos leírását, az árakat, a fizetési határidőket és az esetleges kedvezményeket. Kedvezményeket kizárólag írásos formában, a vezetőség jóváhagyásával lehet biztosítani. Az árajánlatok érvényességi ideje 30 nap, ezután automatikusan lejárnak, ha az ügyfél nem fogadja el az ajánlatot. Az árképzést a piaci viszonyok, a szolgáltatások értéke és az ügyfél igényei határozzák meg. Nagyobb projektek vagy hosszú távú együttműködések esetén egyedi árazást alkalmaznak, amelyet szintén a vezetőség hagy jóvá.

### Kapcsolattartás és ügyfélkommunikáció

Az ügyfelekkel folytatott kommunikáció professzionális, pontos és releváns. Az ügyfélkérdésekre és panaszokra legfeljebb 48 órán belül válaszolnak. Az értékesítési csapat rendszeresen szervez találkozókat az ügyfelekkel, hogy fenntartsák az elégedettséget és naprakészen tartsák a kapcsolatokat. Az ügyfelek minden lépésről visszajelzést kapnak, hogy tisztában legyenek projektjeik aktuális szakaszával.

### Bónusz- és jutalékrendszer

Az értékesítési csapat motiválására bónuszokat és jutalékokat alkalmaznak. Az egyéni teljesítményhez kötött jutalék az értékesítők által hozott ügyfelek bevételeinek meghatározott százalékán alapul. Az éves és negyedéves bónuszokat a bevételi célok eléréséhez kötik. Ha a csapat közösen éri el az éves értékesítési célt, külön csapatbónuszt is kapnak.

### Reklamáció- és konfliktuskezelés

Az ügyfélpanaszokat egy dedikált kapcsolattartó kezeli, aki gyors és hatékony megoldásra törekszik. Ha a reklamáció nem oldható meg egyszerűen, a vezetőség mediációt biztosít, vagy szükség esetén a jogi osztály veszi át az ügyet. A konfliktusok kezelése során az ügyfél és a cég érdekeit egyaránt figyelembe veszik, hogy mindkét fél számára megfelelő kompromisszum születhessen.

### Teljesítménymérés és jelentések

Az értékesítési csapat teljesítményét rendszeres jelentések és kulcsfontosságú teljesítménymutatók (KPI-k) alapján értékelik. Ezek közé tartozik az új ügyfelek száma, a havi bevételi célok teljesítése és az ügyfél-elégedettség. A havi, negyedéves és éves jelentések segítik a vezetőséget az értékesítési stratégiák hatékonyságának felmérésében.

### Az értékesítési szabályzat előnyei

Ez a szabályzat biztosítja, hogy a Fiktív Reklám Ügynökség Kft. vállalat Kft. értékesítési folyamatai átláthatóak, ügyfélközpontúak és jogilag is megalapozottak legyenek. Az etikus működés, a professzionális ügyfélkapcsolatok és az átgondolt árpolitika hozzájárulnak a vállalat piaci versenyképességének növeléséhez és a hosszú távú ügyfélkapcsolatok fenntartásához.