

## **The Pre**

### **Több, mint egy márka: egy küldetés**

"Én leszek a bizonyíték, hogy ebből fel lehet épülni. A cégem lesz a történet, amit nem tudtam elmondani. A termékem pedig az emlékeztető, hogy nem vagy egyedül."

„Ez nem csoda. Nem elixír. Egy visszajelzés a testednek, hogy biztonságban vagy.”

[www.thepre.eu](http://www.thepre.eu)

## **Fejezet 1 – Egy reggel, amikor elég lett a várakozásból**

*„Ha nem tudom visszakapni a régi testem, akkor építek egy új életet.”*

Az a reggel pont olyan volt, mint az előző kétszáz: nehéz, lassú, hangtalan. Egy fél csésze langyos teával ültem az ágy szélén, a kezeim kicsit remegtek, és nem tudtam eldönteni, hogy ez a szokásos poszt-COVID tünet, vagy csak megint túl sokat gondolkodtam az éjszaka. Már nem számoltam a napokat, de tudtam: hosszú hónapok óta éltem úgy, mintha várakoznék valamire, ami nem jön.

Nem volt semmiféle nagy áttörés, se hang, se fény, csak egy csendes, mégis megingathatatlan gondolat, ami abban a pillanatban szinte belém költözött:

**„Meg fogom csinálni.”**

Nem tudtam pontosan mit, de azt tudtam, hogy valamit. Valamit, amibe bele tudok kapaszkodni, ami elkezd visszavezetni önmagamhoz. A testem romos volt, az idegrendszerem a padló alatt, de a lelkem aznap először suttogott: **indulj el.**

A következő órákban papírt vettem elő, és írtam. Nem üzleti tervet. Nem stratégiát. Egy ígéretet.

**2022. október 17.**

**"Amíg nem épülök fel teljesen, létrehozok egy vállalkozást, ami gyógyít. Először engem, aztán másokat is.** A testem lassan, de a lelkem most kezd igazán működni. Meg fogom találni azokat az embereket, akikkel valami újat hozhatunk létre. Egy terméket. Egy üzenetet. Egy közösséget. Egy céget, ami nem csak termel, hanem vissza is ad. És amikor ez kész lesz, újra egész leszek. **A cégem lesz a bizonyíték, hogy a töréspont nem a vég. Hanem a kezdet."**

Nem a gyógyszeres, nem a terápiás értelemben.  
Hanem az **alkotás terápiája**.

A külső világ még nem változott. A lakás csendes volt, a napok összefolytak, és gyakran újra jött a kétely:

„Ki vagyok én, hogy ilyet akarjak csinálni?”

„Mi van, ha csak egy álom marad?”

„Mi van, ha elbukom?”

De minden ilyen kérdés mellé felírtam egy másikat:

**„Mi van, ha pont ez az út vezet vissza önmagamhoz?”**

Nem akartam újra a régi lenni.

A régi testem, a régi életem, a régi hitem... az mind elment valahova, ahova már nem volt visszaút.

Inkább **új ember akartam lenni**.

Olyan, aki nemcsak túlélte, hanem újra alkotta magát.

És ez volt az első igazi lépés.  
Nem a labor, nem a marketing.  
Csak ez:

**"Én leszek a bizonyíték, hogy ebből fel lehet épülni.  
A cégem lesz a történet, amit nem tudtam elmondani.  
A termékem pedig az emlékeztető, hogy nem vagy  
egyedül."**

## Fejezet 2 – Ahogy értelmet kapott a küldetés

*„Minden, amit meg akartam fogalmazni, először szín lett. Aztán forma. Aztán egy név. És amikor kimondtam, tudtam, hogy már nem csak bennem él.”*

Eleinte csak egy mappa volt a laptopomon. Az volt ráírva:

**„Projekt.”**

Semmi hangzatos név. Semmi vízió még. Csak egy hely, ahová elmenthettem az ötleteimet.

Minden nap megnyitottam. Nem tudtam, mit keresek, de éreztem, hogy valami készül.

Elkezdtem képeket gyűjteni. Nem termékeket, nem csomagolásokat – érzéseket.

Egy fakó kék csempe, egy repedezett kőfal, egy nyitott ablak reggeli fényben.

Egy zongoradarab, amit gyerekként hallottam.

Egy szó: **nyugalom**. Aztán egy másik: **visszatérés**.

---

A márka nem született meg egyik napról a másikra. Nem egy brainstorming volt.

Ez **inkább egy párbeszéd** volt köztem és az új életem között.

**Mi vagyok én most?**

– Törékeny, de kíváncsi.

**Mit akarok adni másoknak?**

– Egy biztonságos teret. Egy érintést, ami nem fáj. Egy szertartást, ami nem követel, csak jelen van.

A következő napokban elkezdtem beszélgetni emberekkel. Félve, halkán.

Küldtem egy e-mailt egy szakmai partnernek: „Lenne egy ötletem. Szerinted...?”

Beszéltem egy formatervezővel. Egy grafikussal. Egy laborral.

Nem volt még semmim – csak ez a belső, lassan növekvő bizalom, hogy **valami elkezdődött.**

Akkor már tudtam, hogy ez nem egy alapozó lesz, hanem egy érintés, ami segít újrakapcsolódni.

A bőrön át – de valójában **belülről kifelé.**

Elkezdtem írni egy mondatot, ami majd a dobozra kerül. Még nem volt kész a termék, de már tudtam, mit akarok ráírni:

**„Ez nem egy kozmetikum. Ez egy visszajelzés a testednek: biztonságban vagy.”**

### Fejezet 3 – Testet öltött bizalom

*„A testem romjai fölött lassan felépült valami új. Először csak papíron. Aztán üvegben. És egyszer csak ott volt a kezemben – a bizonyíték, hogy amit érzek, az nem örület, hanem irány.”*

Amikor először mondtam ki hangosan:

**„Szeretnék egy alapozót, ami a lelki egyensúlyt támogatná”**, a laborban csend lett a vonal másik végén.

Egy pillanatra azt hittem, nevetségeset mondtam. Aztán megszólalt a fejlesztő – nő volt, a hangja kedves és tárgyilagos:

– „Tudja, ez egyáltalán nem lehetetlen. Vannak olyan molekulák, amelyek képesek az idegrendszerre hatni – természetes úton, a bőrön keresztül. Illatokkal, neuroaktív hatóanyagokkal, hűsítő összetevőkkel a bőr receptorain át. Kevesen gondolják, hogy a kozmetika lehet gyógyító rítus is.”

Megálltam.

**Valaki megértett.**

Nem volt több kérdés. Csak egy szó:

– „Kezdjük.”

---

Az első minta nem volt tökéletes.

De az illata...

olyan volt, mintha kinyitottak volna bennem egy ablakot, amit hosszú évek óta zárva tartottam.

Semmi tolakodó. Nem volt „parfüm”. Inkább emlék.  
Egy nyári délután. Egy nagymama-féle simogatás. Egy mély levegővétel, ami után egy pillanatra csend lett a fejemben.

„Ez az. Ezt kerestem. Az érzést.”

A textúra selymes volt. Nem hivalkodó– csak ott „van”.  
Nem dísz. Nem mutogatni való. Hanem egy **mindennapi szertartás**, ami közben valami benned újra elhiszi: jól vagy.

---

A labor újra jelentkezett pár héttel később.  
A szakmai nevét nem jegyeztem meg a hatóanyagnak,  
csak azt, amit mondtak róla:

„Enyhe dopaminrendszeri aktivitást vált ki. Stabilizálja a paraszimpatikus idegrendszert. Klinikai szinten biztonságos. A természetből származik.”

Én csak ennyit mondtam:

– **„Ha ez az, amit én éreztem... akkor ez lesz az első termék.”**

---

A csomagolásra nem került márkanév. Még nem.  
Csak egy mondat, kézzel írva, puha grafittal a prototípus oldalán:

**„Minden alkalommal, amikor megérinted magad velem, a tested azt érzi: biztonságban vagy.”**

Aztán egy nap, amikor hazahozták a végleges mintát, és kivettem a konyhapultra, néztem, és azt mondtam:

**„Ez már nem álom.”**

Nem azért, mert tökéletes lett.

Hanem mert valódi. Mert valami belőlem kint van, és meg lehet fogni.

És tudtam, hogy ez csak az első lesz.

Az első érintés.

Az első üzenet.

**„Az első kapaszkodó – nekem. És majd másoknak is”.**

## Fejezet 4 – A legelső, akinek odaadtam

*„Van, amikor nem terméket adsz – hanem egy érzést, amitől valaki újra hinni kezd.”*

Az első, akinek odaadtam, **Réka** volt. Régi barátnő, akivel évekkel ezelőtt egy nehéz időszakban találkoztunk – ő is épp „újratanult élni”.

Behívtam egy kávéra. Nem mondtam semmit előre. Csak letettem elé az üvegcsét:

– „**Ez az első.**”

Kinyitotta. Megállt.

A szeme nem lett nagyobb, nem volt túlzó reakció – csak más lett a levegő körülötte. Mintha hirtelen figyelni kezdene valami nagyon halk hangra.

– „Ez termék. Ez érzés.” – mondta halkán.

– „Ez... olyan, mint mikor reggel még aludnál, de már süt a nap.”

---

Felkente az arcára. Néztük egymást.

Semmi nagy dráma. Csak egy sóhaj. Egy pillanat, amikor nem siettünk tovább.

– „Nem érzem magam tökéletesnek tőle. De jobban vagyok a bőrömben.”

És akkor értettem meg:

**Ez a cél. Nem szebbé tenni. Hanem hazahozni.**

---

Aznap este, amikor egyedül maradtam, elővettem egy régi jegyzetfüzetet, és írtam:

**„Ha csak ennyit ad – egy sóhajt, egy pillanatot,  
amikor valaki kicsit jobban van magával – már  
megérte.**

## Fejezet 5– Az első tíz vásárló

*„Nem marketing kellett. Hanem bátorság. Hogy kimondjam: van itt valami, amit nem csak magamnak készítettem.”*

A legelső vásárlók nem „célcsoport” voltak. Nem követők, nem tesztelők, nem piac.

### **Emberek voltak.**

Tíz név. Tíz történet. Tíz élethelyzet, amit sosem kértem, mégis megkaptam.

Egyikük levele úgy kezdődött:

„Rettegtem, hogy újra rám jön a roham. De ez a krém... nem varázslat, csak mintha valaki megfogná a kezem belülről.”

Valaki megköszönte. Valaki elhallgatott.

Valaki csak annyit küldött vissza, hogy „Ez kellett.”

---

Nem volt még webshop. Nem voltak kampányok, csomagolásdizájn, PR-stratégia.

Volt tíz kézzel írt boríték, benne egy kis minta és egy üzenet:

**„Ez nem csoda. Nem elixír. Ez egy emlékeztető. Hogy nem vagy egyedül.”**

---

Néhány nap múlva kaptam egy hangüzenetet.

Fiatal nő, fáradt hang:

– „Nem tudom, miben hiszek épp... de ez a reggeli mozdulat... mintha valami rendszert adna a káoszba.”

Aznap este sokáig nem aludtam.

Nem azért, mert izgultam. Hanem mert **valami felébredt bennem**. Egy felismerés, amit nem lehetett többé elhallgatni:

**„Ez már nem csak az én terápiám. Hanem másoké is.”**

---

Elővettem a jegyzeteim. Végig pörgettem a neveket. A visszajelzéseket. A reakciókat.

És ott, egy halvány ceruzavonallal, a lap alján, leírtam:

**„Ha csak tíz ember érzi jobban magát, mint tegnap – akkor ez már egy küldetés.”**

---

Ez lett az első mérföldkő. Nem számokban.

**Érintésekben.**

Tíz kis történet, tíz bőrfelület, ahol valaki újra el tudta viselni magát.

Ez lett az első sikerdefiníció. És én tudtam: ez az irány.

## Fejezet 6 – A név mögött: The Pre Kft.

*„Nem visszatérni akartam oda, ahol voltam. Hanem létrehozni valamit, ami még előtte nem létezett.”*

A névválasztás napokig nem jött.

Minden név foglalt volt. Minden hangzatos ötlet túl szűknek tűnt ahhoz, amit képviselni szerettem volna.

Ez nem csak egy termék volt. Nem is csak egy márka. Ez egy **belső ígéret** volt, amit még akkor tettem magamnak, amikor alig tudtam felkelni reggel.

---

Aztán egyszer, egy kora hajnali pillanatban beugrott. Olyan név kell amit, ha kimond az ember: megnyugszik.

**The Pre.**

Nem „előkezelés”, nem „próbaverzió.”

Hanem valami, ami **megelőz.**

A gyógyulást.

A romlást.

A kiegészítést.

A teljes összeomlást.

---

**The Pre**, mint:

- a pillanat, mielőtt elengeded magad
- a gondolat, mielőtt elhiszed, hogy vége
- a reggel, amikor még nem tudod, de már döntöttél

Számomra ez a név **azt az állapotot jelentette, ahol újraírhatod magad.**

Nem utólag helyrehozni valamit – hanem **előre hinni valamiben.** Még mielőtt bárki más hinne benned.

---

A The Pre Kft. nem egy marketingosztályról indult. Egy hálózobából. Egy fél csésze teából. Egy testből, ami nem működött.

És egy lélekből, ami mégis azt mondta: „kezdjük el.”

Ezért a vállalkozás nem csak termékeket készít.

**Gondolatokat csomagol.**

Üzeneteket a krémekbe.

Üzenetet az emberek felé:

**„A változás nem akkor kezdődik, amikor már készen vagy. Hanem amikor elhiszed, hogy újra lehet kezdeni.”**

---

Lassan kialakult egy kis csapat.

Nem alkalmazottak – emberek, akik **hittek** abban, amit csináltunk.

Nem dolgozók – hanem részesei valaminek.

Az első belső dokumentumban ezt írtam a cégkultúra definíciójaként:

**„A The Pre nem egy vállalkozás. Egy állapot. Az a tér, ahol még minden lehet.”**

---

Ez lett az alapja a **társadalmi felelősségvállalásunknak** is.

Nem csak visszaadni akarunk – **megelőzni**.

Kiégést, elmagányosodást, testi-lelki széthullást.

Ezért a bevételeink egy részét olyan programokra tettük félre, amik **megelőzést szolgálnak**:

– emberek támogatása, akik segítségre szorulnak egy-egy nehéz életszakaszban (például rehabilitációs támogatás baleset után),

– ingyenes mentálhigiénés tanácsadás biztosítása rászorulóknak,

– nonprofit önismereti és lelki edukációs kampányok szervezése fiataloknak és közösségeknek.

És mindezt **már az elején**. Nem vártuk meg a milliárdos profitot.

Mert **a The Pre az elejét jelenti. Nem a végét.**

---

A nevünk most már rajta van tégelyeken, papírokon, e-maileken.

De számomra mindig egy mondat marad:

**„A The Pre az a pont, ahol még lehet dönteni.”**

## Fejezet 7 – Hogyan lesz ebből cég?

*„A termék már megvolt. De a világ nem termékekre kíváncsi. Hanem történetekre. Vízióra. Arcokra. És egy döntésre: hogy nem marad meg a konyhapulton.”*

A legnehezebb az volt, hogy ki merjem mondani:  
**„Ez most már komoly.”**

Nem hobbiprojekt. Nem terápiás napló.  
Hanem egy **vállalkozás**. Egy rendszer. Egy szervezet, aminek lüktetnie kell, mint egy szívnek – nap mint nap.

---

Az első tanácsadó, akivel leültem, úgy nézett rám, mintha egy TED-előadás végén lennék.  
– „Ez egy brand. Ebben potenciál van. Piacot építünk köré.”

Én pedig csak ültem ott, és éreztem:  
**„Nekem nem piac kell. Nekem kapcsolat kell.”**

De tudtam: ha azt akarom, hogy elérjen másokhoz, akkor keretet kell adni.

Tervet. Formát. Struktúrát.

**Lelke már van. Most testet kell kapnia.**

---

Így jöttek a napok, amikor Excel-táblázatok fölött ültem, miközben még mindig remegett a kezem a reggeli teánál.

Amikor cégkivonatokat néztem, miközben este sírni lett

volna kedvem, mert túl sok volt.

És amikor aláírtam az alapító okiratot, az volt az érzésem:

**„Ez most tényleg megtörténik. Én lettem valaki, akinek már nem csak álma, hanem felelőssége is van.”**

---

Egy mondat ott maradt bennem, mint egy mantrává vált ígéret:

**„A cégem lesz a bizonyíték, hogy a töréspont nem a vég. Hanem a kezdet.”**

---

Nem akartam elveszíteni a szándékot a rendszerben. Ezért minden döntésnél feltettem magamnak a kérdést:

**„Ez a lépés közelebb visz az emberekhez – vagy csak a pénzhez?”**

És ha csak pénzre mutatott az iránytű, visszaléptem.

A cél nem az volt, hogy szép csomagolású krémeket gyártsunk.

**Hanem hogy olyan reggeleket adjunk, amiket túl lehet élni.**

Ez a különbség. Ez lett a gerinc.

---

A cég megalakult.

Nem volt benne semmi látványos. Nem volt sajtótájékoztató, sem ünnepség.

Csak egy csendes pillanat, amikor este a gép előtt ülve ráfrissítettem a céginformációra – és ott volt a nevem.

Egy nő, 44 évesen, post-COVID tünetekkel, remegő kézzel.

Egy álom, ami először krém lett. Aztán történet. Aztán márkanév.

És most: **cég.**

Nem tudtam, hogyan kell világcéget építeni.

De azt már tudtam:

**hogyan kell újra hinni abban, hogy lehet.**

## **Fejezet 8 – Aki először kimondta helyettem: „Ez működik”**

*„Sokáig úgy éreztem, hogy valamit csinálok. Aztán jött valaki, aki kimondta: nem csak csinálok – **felépítetted.**”*

Az első hónap kaotikus volt.

A The Pre Kft. létezett papíron, az alapozó üvegcsékben – de az egész még mindig csak **érzés** volt, nem rendszer.

Egy délután aztán amikor már napok óta halogattam minden e-mailt, kaptam egy üzenetet. Egy ismerős. Nem voltunk közel, de figyelemmel kísérte a folyamatot. Ő nem szokott felesleges szavakat használni.

„Most már nem terméket csinálsz. Hanem valamit, amit másolni fognak.”

Nem értettem.

Visszaírtam, hogy „ez még csak az első termék, nem akarok túl nagyot álmodni.”

A válasz szinte azonnal jött:

„Nem a termék különleges. Hanem a mögötte lévő döntés. Hogy ezt így, ebben a formában, ebben az időben csináltad. Ez a bátorság a termék.”

---

Egy hét múlva találkoztunk személyesen. Egy kávézóban ültünk. Ő elővette a táskájából az alapozót, és letette elém.

– „Ez több, mint alapozó. Ez egy üzenet. Egy struktúra. Egy megoldás azoknak, akiknek most még nincs szavuk a fájdalmukra.”

Csendben voltam. Talán egy kicsit el is szégyelltem magam, hogy nem vettem komolyan a saját munkámat. Ő pedig még egyszer kimondta:

A neve mostantól Lélekalapozó lesz.

**„Ez működik. Nemcsak érzelmileg. Üzletileg is.”**

---

A találkozó után hazamentem, és először írtam le a céges stratégiánk vázát. Nem marketingnyelven. Hanem **emberiül**.

### **Küldetés:**

Olyan kozmetikumokat fejlesztünk, amik nemcsak a bőrrel, hanem az idegrendszerrel is kommunikálnak. A cél nem a tökéletes arc – hanem az élhető reggel.

### **Vízió:**

A Lélekalapozó az első egy olyan termékcsaládban, ami stresszoldó hatóanyagokkal dolgozik.

A The Pre Kft. nemcsak termel, hanem tanít, kapcsol és visszaad.

### **Társadalmi felelősségvállalás:**

Minden eladott termék után visszaforgatunk mentálhigiénés programokba, emberek idegrendszeri rehabilitációjába, és olyan közösségi kezdeményezésekbe, ahol az **újjáépülés** a cél.

---

Ez volt az első nap, amikor nem csak álmodoztam – hanem **vezetőként** gondolkodtam.

Nem volt hangos áttörés. Csak egy ember, aki visszatükrözte a munkámat.

És az első mondat, amit nem én írtam a termékem mellé, de mégis rólam szólt:

**„Ez működik.”**

És ez megváltoztatott mindent.

---

## Fejezet 9– Az első elutasítás

*„Azt hittem, ha elég őszinte vagyok, mindenki érteni fog. Aztán jött az első ‘nem’. És vele együtt valami más: a felismerés, hogy nem is kell mindenkinek tetszenie.”*

Már majdnem eufóriában voltam.

Az első vásárlók visszajelzései, a megerősítés az ismerőstől, a céges stratégia letisztulása – minden úgy tűnt, végre sínre került.

Úgy éreztem, készen állok arra, hogy szélesebb körnek is megmutassam, mi az a **Lélekalapozó**.

---

Találtam egy független, „natúr” termékeket forgalmazó bolt hálózatot.

Pont azt hirdették, amiről én is beszéltem:

természetesség, érzékenység, társadalmi szemlélet.

Megkerestem őket, küldtem mintát, leírást, személyes hangvételű bemutatkozó levelet.

Néhány nap múlva jött a válasz.

Korrekt, de hideg.

„A termék filozófiája érdekes, de a piacképessége számunkra nem egyértelmű. A ‘hangulatra ható kozmetikum’ nem illeszkedik jelenlegi kommunikációnkba.”

---

Ott ültem a gépem előtt, és a szívem nem vert gyorsabban. Inkább lassabban.

Mint amikor hirtelen valaki levesz a színpadról, és nem marad közönség.

Először elöntött a bizonytalanság:

„Túl bonyolult, amit mondok?”

„Nem értik, vagy én nem tudtam jól megmutatni?”

„Lehet, hogy tényleg csak én hittem el, hogy ez különleges?”

---

Aztán órákkal később, ahogy visszaolvastam az elutasító levelet, megértettem valamit:

**Nem az a baj, hogy nem értették. Hanem hogy nem is akarták.**

Nekik ez csak egy termék volt.

Nekem pedig: **egy döntés. Egy kapaszkodó. Egy út a gyógyulás felé.**

És ekkor született meg bennem a mondat, ami azóta is minden döntésem mögött ott van:

**„Nem mindenkinek készül. Csak azoknak, akik értik.”**

---

Aznap este nem írtam újabb e-mailt.

Nem próbáltam másik boltot.

Csak leültem, és elővettem egy régi, meggyűrt cetlit, amire még hónapokkal korábban ezt írtam:

**„Ez nem csak egy termék. Ez egy válasz.”**

Akkor még nem tudtam, mire lesz válasz. Most már tudtam.

---

Az első „**nem**” fájt.

De az első „**igen**” sem ért volna semmit nélküle.

Mert **nem az volt a cél, hogy minden ajtón bejussak.**

Hanem az, hogy amikor egy ajtó kinyílik – **tényleg engem várjon mögötte valaki.**

---

Ez lett az elutasítás ajándéka:

**Nem akartam többé „beilleszkedni”. Csak jelen lenni.**

**Hitelesen. Teljesen.**

## Fejezet 10 – Tudomány a tégely mögött

*„Az intuíció volt az első szikra. De a tűz akkor gyulladt fel igazán, amikor a tudomány is ráfűjt.”*

A Lélekalapozó már ott volt a kezekben.

Nők írták, hogy reggelente máshogy néznek a tükörbe.

Hogy „nem csak a bőröm simább, hanem valahogy én is.”

De bennem egyre hangosabban kopogott egy kérdés:

**„Mi van, ha ez csak placebo?”**

---

Nem vagyok orvos. Nem vagyok vegyész.

Csak egy nő vagyok, aki beteg volt, és nem akarta úgy hagyni az életét, ahogy széthullott.

Ezért döntöttem úgy, hogy **beengedem a tudományt.**

Ne csak a szívem higgyen a krémekben – hanem az adatok is beszéljenek.

---

Megkerestem egy doktornőt, aki már régóta kutat a **stressz hatásairól a bőrön és az idegrendszeren.**

Ő nem ígért azonnali csodát. Azt mondta:

– „A kozmetikum nem gyógyszer. De lehet üzenet. Ha jól van összerakva.”

Laborvizsgálat indult. Átnézték az összetevőket, új kombinációkat teszteltek.

Kiderült: a **hűsítő hatás**, amit eleinte „érzésnek”

gondoltunk, **valóban élettanilag reagáltatja a bőrt.**  
Ez már nem marketing. Ez mérhető hatás.

És jött egy új felfedezés:  
az egyik összetevő, amit a partnercég használt,  
**neuroaktív hatású.**

Nem erős, nem szintetikus – de bizonyítottan **pozitív hatással van a stressz által terhelt idegrendszeri receptorokra.**

---

A doktornő egy hosszú levelet írt a vizsgálatok után. Ez volt benne az első mondat:

„A Lélekalapozó nemcsak működik – hanem tudja is, miért működik.”

---

De a világ nem fogadja el egyből az újat.

Amíg a labor dolgozott, elindítottunk egy **használói tesztprogramot.**

25 nő. 4 hét. Napi kétszeri használat.

Nem tudták, mit keresünk. Csak használták a krémet, és írták, hogyan érzik magukat.

Az eredmény?

Meglepett még engem is.

- **100%** azt írta: „reggeli stresszérzetem csökkent”
- **100%:** „úgy érzem, ez csökkenti a szorongásomat”

- **100%:** „jobban érzem magam lelkileg”

És jöttek a megjegyzések, amik végleg megerősítettek:

„A Lélekalapozó nem elfed. Elindít.”

„Olyan, mintha valaki gyengéden megérintene reggelente.”

„Nem tudom mi van benne, de visszahozott valamit magamból.”

---

A doktornő azóta **szakmai tanácsadónk lett.**

Nem reklámarc. Nem PR-elem.

Egy szakember, aki azt mondta:

„Ez a termék képes lehet átírni, hogyan gondolkodunk a szépségápolásról.”

---

És én ott ültem az irodában, újra kicsit remegő kézzel – de most már más miatt.

Mert nem csak álmodoztam.

**Bizonyítottam.**

Még magamnak is.

## Fejezet 11 – A kampány, amit nem terveztünk

*„Nem marketing volt. Visszhang. Egy hang, ami már nem belőlem jött – hanem azokból, akikhez elért.”*

Az első teszt hónap után nem terveztünk nagy dobást. Nem volt kampánystratégia, nem voltak profin megvágott videók, sem reklámszövegek.

Én még mindig inkább gyógyultam, mint építettem – a Lélekalapozó pedig egyre csendesebben kezdett élni.

**Pont attól lett hangos.**

---

Egyik reggel az Instagramon megláttam egy posztot. Egy nő, akiről nem tudtam, hogy részt vett a tesztelésben, ezt írta:

„Napi három perc. Ennyi. És már nem csak a bőröm szívja fel – hanem valahogy én is.”

A kép egy reggeli napfényben készült, smink nélkül, a krém mellett egy bögre kávé.

Aztán jött a következő.

Egy negyvenes anyuka:

„Amikor reggelente rára kom, olyan, mintha újra a saját kezem lenne az, ami szeretget.”

És aztán még egy, meg még egy.

Nem kértem őket.

Nem fizettünk hirdetésért.

**Csak elkezdtek mesélni, amit ők éltek át.**

---

**Nem a termékről beszéltek. Hanem magukról.**

És ez volt az, amit senki nem tudott volna előre megírni.

A „kampány” nem hirdetés lett, hanem **vallomások láncolata.**

Egy nő megírta, hogy pánikrohamok után is ez volt az első dolog, amit el tudott viselni az arcán.

Egy másik arról mesélt, hogy „azóta nem érzem idegennek magam reggelente.”

Ekkor döntöttem: nem akarok profin szerkesztett reklámokat.

**Ezek az emberek a mi szóvivőink.**

Az ő szavaik őszintébbek, mint bármilyen kampányszöveg.

---

Megcsináltuk a #lélekalapozó hashtaget, és csak kértük: Ha úgy érzed, adott valamit – meséld el.

A posztok nem lettek tökéletesek.

De **hitelesek voltak.**

---

Nem sokkal később jött az első e-mail egy női magazin szerkesztőjétől:

„Ritkán látni olyan márkát, ahol nem a terméket nyomják – hanem az embereket emelik. Írhatnánk erről?”

Így indult el a **médiafigyelem**, ami már nem rajtunk múlt.  
A Lélekalapozó nem divatcikk lett, hanem történet.

---

Én pedig ott ültem este a kanapén, egy halk zenével,  
kezemben a krémmel.

Nem a bőrömrre kentem fel aznap. Csak tartottam.

És azt mondtam magamnak:

**„Ez már nem az én történetem. Hanem a miénk.”**

## Fejezet 12– A Szétválás Napja

*„A legnagyobb ötletek néha a legnagyobb kihívásokat rejtik magukban.”*

Már éppen kezdett beindulni minden. A Lélekalapozó híre gyorsan terjedt, a vásárlók visszajelzései lelkesek voltak, az orvos szakértő támogatása hitelesítette a márkát, és mi magunk is elhittük végre, hogy valóban létrehoztunk valami különlegeset. Aztán egy nap jött az e-mail a laborból.

„A termék instabil. A stresszoldó összetevők és a pigment szétváltnak. A formula jelenlegi formájában nem tartható.”

Először csak néztem a képernyőt. Aztán újraolvastam. És újra. Később visszahívtam őket, hátha félreértés. Nem az volt. Azt mondták, ez nem ritka, de sajnos újra kell gondolni az egészet. Teljesen. A gyártás leállt. A készletek ott porosodtak, miközben a rendeléseket már nem tudtuk teljesíteni. És ami a legrosszabb: újra a nulláról kellett indulni, amikor azt hittük, már az építkezés fázisában vagyunk.

Éreztem, ahogy a mellkasomban összeszorul valami. Megint. Mint annyiszor a betegség alatt. Csak most nem a testem fáj, hanem az, amit már elkezdtem felépíteni.

Az anyagi kár jelentős volt. Új alapanyagokat kellett keresni, új receptúrát kifejleszteni, új engedélyeztetési folyamatot indítani. A csapat fáradt volt. Én is. Néha úgy

éreztem, nem megy tovább. Talán mégsem volt ez az egész több, mint egy szép álom.

Aztán egy este, amikor már csak én voltam az irodában, leültem az ablak mellé. Kinéztem az üvegen át a sötétbe, és azt mondtam magamnak:

**„Ez most nem a vég. Ez csak egy próbatétel.”**

És tényleg az volt. Az elkövetkező hetekben új laborpartnert vontunk be, aki segített megoldani a problémát. A pigmentet és a hatóanyagokat mikrokapszulázni kezdtük, így nemcsak stabil lett a formula, de a bőrön való felszívódás is hatékonyabbá vált. Ebből a bukásból lett az áttörés.

A csapat erősebben állt talpra, mint előtte. Új energiák születtek, új ötletek is – mint a Báziskrém, ami színezék nélkül, csak a hatóanyagokkal dolgozott. És bár a hónapok alatt sok könnyet, álmatlan éjszakát, kompromisszumot követelt ez az időszak, most már tudom: kellett. Mert nemcsak a termék tisztult meg, hanem én is.

A The Pre azóta új alapokon áll. De szilárdabb, erősebb. És őszintébb is.

**„A The Pre nem csak a bőrödre hat. Hanem arra a részedre is, ami épp újra tanul bízni. Élni. Szeretni. És hinni abban, hogy a legszebb dolgok néha ott kezdődnek, ahol egyszer már minden darabokra hullott.”**

## Fejezet 13 – Amikor először el kellett mondanom nyilvánosan

*„Volt egy pillanat, amikor meg kellett kérdezni magamtól: hiszek-e eléggé ebben a történetben ahhoz, hogy el is merjem mondani?”*

Nem volt benne semmi nagy – csak egy kis, tematikus vállalkozói rendezvény.

Harminc-negyven ember, többségében nők. Egyetlen e-mail jött:

„Nagyon inspiráló, amit csináltok. Mesélnél róla nálunk?”

És ahogy elolvastam, az első gondolatom az volt:

**„Én nem vagyok előadó. Nem vagyok kész.”**

---

Aztán ott álltam egy keskeny, meleg fényű szobában. Egy mikrofonnal a kezemben, egy Lélekalapozós tégely az asztalon.

Előttem arcok. Olyan nők, akik talán már voltak ott, ahol én.

Fáradt tekintetek, halk mosolyok, kíváncsi várakozás.

A szívem a torkomban dobogott. A tenyerem nedves volt. A gondolataim kuszák.

De a szám kinyílt.

És elkezdtem.

---

Nem stratégia volt. Nem sikerszámok.

### **Egy történet volt. Én voltam.**

Elmondtam azt a reggelt. A fél csésze teát. A remegő kezemet.

A döntést, amit akkor senki nem látott, csak én éreztem.

Megmutattam a krémet. Azt mondtam:

„Ez nem csoda. Nem elixír. Ez egy emlékeztető. Hogy lehet másképp is kezdeni a napot.”

---

A levegő megváltozott. Nem taps jött – hanem csend. Egy vastag, nehéz csend, amiben **valami megmozdult.**

A legvégén egy nő odajött hozzám. Kb. velem egyidős lehetett.

Csak annyit mondott:

„Nem a krémet fogom használni. Hanem a mondatodat.”

Aztán megölelt.

---

Hazafelé sírtam a kocsiban. Nem a meghatottságtól.

**Megkönnyebbüléstől.**

Hogy kimondtam. Hogy vállaltam. Hogy **nem maradt bennem.**

---

Aznap este felírtam egy új szabályt a füzetembe:

**„Nem a termék viszi el az üzenetet. Az ember. És ha te vagy az ember – neked kell elmondani.”**

## Fejezet 14 – A növekedés első ára

*„A siker nem akkor jön, amikor minden kész van. Hanem amikor minden egyszerre történik – és te mégis ott maradsz közepén.”*

A Lélekalapozó szárnyalni kezdett.

Nem úgy, ahogy a marketingkönyvek írják.

Nem robbanásszerűen, hanem **suttogásokkal**.

Ajánlások, barátnök, ismerősök – kis körök, amik egyre nagyobbakat rajzoltak.

Egy hónap alatt több megrendelés jött, mint amire készültünk.

A tárolás káosz volt, a szállítás túlfutott, a dobozokat kézzel hajtogattuk, és volt, hogy éjjel kettőkor még etiketteket vágunk ollóval, mert a nyomda késett.

És közben, valami megváltozott bennem:

**Nem féltém már a túl soktól. Inkább attól féltém, hogy nem tudom megőrizni azt, amiben hittem.**

---

És akkor, a hajtás közepén, új ötletek kezdtek érkezni. Nem erőltetetten – hanem **szinte kérésként**, amire a testem, a lelkem és a vásárlók is válaszoltak.

Valaki azt írta:

„Imádom a hatását, de én nem használok alapozót. Kár, hogy nem lehetne krémként is.”

Egy másik:

„Fürdés után mindig megnyugszom. Mi lenne, ha lenne egy fürdőtermék ugyanezzel a hatással?”

És én egyszer csak megláttam: **nem egy terméket csinálunk. Hanem egy rendszert. Egy állapotot. Egy eszközt a naphoz.**

---

Így született meg a **Báziskrém** – ugyanaz a hatóanyag, de semleges szín, alapozás nélkül.

Azoknak, akik **egyszerűen csak érezni akarták**, amit a Lélekalapozó adott.

Aztán jött a **fürdőkoncentrátum** – egy pár csepp, ami az esti fürdést rituálévá változtatta.

A **szemránckrém**, mert „ott fáradok el legelőször.”

Az **arcszérum**, egy koncentrált csepp belső figyelem.

Az **arcmasz**k, amit reggelente nem a bőröd miatt használsz, hanem hogy legyen egy tíz perced magadra.

Minden termék ugyanazt a kérdést szolgálta:

**„Hogyan tudok ma egy kicsit jobban lenni – anélkül, hogy el kellene tűnnöm a világ elől?”**

---

De ezzel együtt jött a következő kihívás:

**Több megrendelés. Több termék. Több felelősség.**

Először csak annyit éreztem, hogy szűkül a levegő.

Nem volt időm enni. Nem volt időm érezni.

Olyan volt, mintha a vállalkozás, amit gyógyításra szántam, újra lenyomna.

---

Egy reggel leültem, és visszaolvastam az első ígéretemet:

**„Amíg nem épülök fel teljesen, létrehozok egy vállalkozást, ami gyógyít. Először engem, aztán másokat is.”**

És akkor rájöttem:

**A sorrend fontos. Először engem.**

Így újrászerveztük a működést. Kiszervezések.

Automatizálás. Logisztika.

És egy új szabály: minden döntés előtt megkérdeztem magam:

**„Ez még mindig gyógyít engem?”**

Ha nem, visszaléptem. Ha igen, mentem tovább.

A siker ára nem az volt, hogy elfáradtam.

Hanem hogy újra meg kellett tanulnom, **hogyan maradok jelen önmagamban.**

És ez lett a következő szint.

## **Fejezet 15 – Az első lépések a nemzetközi piacon és a visszaadás pillanata**

*„A siker nem mérhető csak számokban. Akkor lesz teljes, amikor visszaadod azt, amit kaptál.”*

A The Pre Kft. első nemzetközi lépései lassan, de biztosan elindultak.

Új piacok nyíltak meg előttünk – Európa több országában is megjelentek a termékeink.

Az idegen nyelvek, különböző kultúrák, szabályozások mind kihívások voltak, de a Lélekalapozó és a hozzá kapcsolódó termékcsalád szívvel készült, így az emberek megérezték a mögötte rejlő gondolatot és törődést.

---

De, ami igazán számított, nem a piaci adatok vagy a növekedés volt.

Az egyik legszebb pillanat az volt, amikor először tudtunk segíteni – nem egy ügyfelet, nem egy influencer-t, hanem egy embert. Egy nőt.

---

Egy anya, aki egy súlyos baleset után kezdte meg hosszú és fájdalmas rehabilitációját.

Az ő története nem különbözött sokban az enyémtől: a test, ami megviselt, a lélek, ami néha megtorpan, a remény, ami új erőt adott.

A cég társadalmi felelősségvállalási programján keresztül támogattuk őt – anyagi segítséget nyújtottunk, hogy megkönnyítsük a gyógyulását, hogy több esélye legyen visszatérni önmagához.

---

Amikor megkaptam a levelét, könnyek szöktek a szemembe:

„Nem csak pénzt kaptam tőletek. Egy támogatást, hogy újra higgyek.”

Ekkor értettem meg igazán, hogy miért kezdtem el ezt az egészet.

Nem a termékek miatt.

Nem a profit miatt.

Hanem **az emberek miatt.**

## Fejezet 16 – A három világ találkozása

*„Az üzlet a test, a lélek a fény, az érzélem a szív.  
Amikor mindhárom egyszerre mozdul, megszületik az  
egyensúly.”*

A nemzetközi piacra lépés után úgy tűnt, minden a helyére kerül.

A termékek ott voltak a polcokon, az e-mailek sorra érkeztek külföldről, és a márka nevét egyre több nyelven ejtették ki.

A siker kézzelfoghatóvá vált – és mégis, bennem valami csendesen változni kezdett.

Rájöttem, hogy a **termék eladása csak egy dolog.**

A valódi kérdés nem az volt, hány országban van jelen a The Pre, hanem hogy **én, aki ezt az egészet mozgatja, hol vagyok jelen.**

Nem a külvilágban, hanem **önmagamban.**

Miközben a cég nőtt, bennem is valami elkezdett növekedni – de már nem az üzleti tudás, hanem a **lélek.** Egyre inkább éreztem, hogy a márka mögött nem csupán munka és stratégia van, hanem egy **belső hívás,** ami szavak nélkül vezetett.

A külföldi megrendelések mögött emberek álltak, érzések, történetek – és minden új kapcsolat valahogy visszavezetett önmagamhoz.

Egy nap, egy nemzetközi partnerrel folytatott megbeszélés után, mikor minden „üzletileg” tökéletesen alakult, mégis furcsán üresnek éreztem magam.

És akkor megértettem:

az üzlet nem választható el a lélektől.

A kettő egymást tanítja, egymást emeli.

A **vállalkozó bennem** megtanult tervezni, dönteni, kockáztatni.

De a **lélek bennem** megtanulta látni az embert a számok mögött.

És az **érzelme**k, amiket korábban gyengeségnek hittem, lettek a legnagyobb erőm – mert általuk tudtam kapcsolódni.

Ekkor jött a felismerés:

Ez az egész nem rólam szól.

Nem „én” vagyok a középpontban, hanem az az áramlás, ami rajtam keresztül történik.

A **fizikai világ**, ahol a cég működik,

a **lelki világ**, ahol a szándék születik,

és az **érzelmi világ**, ahol a kapcsolódás megtörténik –

**a jelen pillanatban találkoznak.**

Ez lett a tanításom.

Nem külön kell fejleszteni a vállalkozót, a lelket és az embert –

hanem **egyesíteni** őket.

Mert amikor ez megtörténik, a munka nem csak sikeres, hanem értelmes lesz.

A döntések nem csak racionálisak, hanem tiszták.

És a növekedés nem csak felfelé, hanem **befelé** is irányul.

A The Pre már nemcsak termék, hanem tükör is: megtanít látni, adni, jelen lenni.

És én ma már tudom – a legnagyobb eredmény nem az, hogy hány országban vagyunk jelen, hanem hogy **a cégen keresztül... ott vagyunk ...jelen.**

## Fejezet 17 – A nagypapám tanítása

*„Nem attól lesz teljes az élet, ha sokat elérsz, hanem attól, ha meg tudsz állni, és észreveszed, amid már van.”*

Ahogy most ezeket a sorokat írom, már sötétedik. Az irodám ablakában visszatükröződik az arcom és megjelenik gondolataimban egy kép.

Egy virágos kert, a háttérben ezeryi sárga virág, és egy idős férfi, aki mindig, amikor végzett a kerti munkával, jólesően nézelődött a tornácról.

Ő volt a nagypapám.

Gyerekként sokszor ültem mellette.

A jelenléte valahogy mindig megtöltötte a levegőt.

Szeretett figyelni: a szélre, a virágokra, a madarak hangjára.

Mintha tudta volna, hogy minden apró dolog az élet része — és hogy az életet nem sietni, hanem észrevenni kell.

Emlékszem, egyszer megkérdeztem tőle:

– Papa, te miért vagy mindig ilyen békés?

Elmosolyodott, megtörölte a homlokát, és azt mondta:

– **Mindazért, ami körbevesz.**

Akkor még nem értettem.

De ma már tudom, mit jelent.

Amikor évekkel később elindítottam a céget, minden új volt, minden kihívás friss és ijesztő egyszerre.

Tele voltam tervekkel, félelmekkel, akarattal.  
Azt hittem, a gyógyulásom majd akkor jön el, ha sikerül  
— ha elérünk valamit, ha látszik az eredmény.

De a mai nap, ahogy ülök az irodámban eszembe jut  
Nagypapám mondata:

**„Mindazért, ami körbevesz.”**

És átkattan valami bennem.  
Mintha az egész világ egyszerre lenne csendes és tiszta.  
Rájöttem, hogy az a férfi, aki egykor a tornácon ült, nem  
tanítani akart —  
hanem **megmutatni, hogyan lehet „lenni”**.

---

Azóta, ha nehéz napom van, leülök egy pillanatra, és  
próbálok „úgy lenni”, ahogy ő volt.  
Nem sietni. Nem bizonyítani. Csak figyelni.  
A szélre, a levegő illatára, az emberek arcára.  
Mert ott, abban a figyelemben vagyok igaz—  
nem valahol messze, hanem most, **itt**.

---

Most, hogy a The Pre már több országban jelen van,  
sokan kérdezik tőlem:

„Mi a titok?”

Én csak mosolygok, mert tudom: nincs titok.  
Csak **jelenlét van**, és az a szelíd tudás, amit tőle  
kaptam.

Mert minden üzlet, minden döntés, minden emberi találkozás csak annyit ér,  
amennyi szeretet abban a pillanatban át tud rajtad folyni.

A The Pre sosem csak rólunk szólt.  
Hanem mindenkiről, aki hisz abban, hogy lehet másképp  
— szívből, tudattal, egymásért.

---

Nézem az ablakon visszatükröződő önarcképemet és  
már nem látok, csak a szívem mosolyog.

A The Pre Kft. nem csak egy cég.  
Egy család. Egy közösség. Egy remény.

Mert minden alkalommal, amikor egy ember szeme újra felcsillan, amikor valaki újra bízni kezd önmagában miközben a termékünket használja – **ott vagyunk mi is, csendesen, de jelen.**

Ez a legnagyobb siker.

*„Ha egyszer képes vagy segíteni egyetlen léleknek, az egész világot megváltoztattad.”*

Itt tartunk most ...