

USA-2

Zasady kwalifikacji i przebieg kampanii

Kogo kwalifikujemy jako firmę, kogo jako osobę, co do nich wysyłamy fizycznie, co mailem i w jakiej kolejności. Dokument składa w jedno reguły, które są już rozstrzygnięte i zaszyte w arkuszu ABM oraz w kanonie w kompendium.

Czym ten dokument NIE jest

Nie jest nowym źródłem prawdy. Źródłem są: usa2-playbook.md (decyzje D1-D10), usa2-hq-addresses.md (adresy wysyłkowe), outreach-sequence.md (persony i kadencja), usa2-data-checklist.md (testy danych) oraz kod arkusza: fit.py (ocena i bloker ATEX) i contacts.py (taksonomia osób). Jeśli ten wydruk kłóci się z którymkolwiek z nich — rację ma tamten plik, a ten dokument jest do poprawy.

Stan na 9 września 2026

Co	Ile
Lokalizacji w arkuszu (w tym 20 central)	707
Spółek matek	24
Zakładów z oceną 4-5/5	8
Zakładów zdyskwalifikowanych (dane zostają)	124
— z tego blokada ATEX	66
Osób w arkuszu (każda z przypisanym zakładem)	3616
Osób na liście roboczej „Do przypisania”	578
Lokalizacji wybranych do ABM	8
Osób wybranych do ABM	47
— z tego z mailem	41
— z tego z przesyłką fizyczną	44

Arkusz: `abm-usa-2.gekkophotonics.com`
/home/debian/apps/abm-usa

Sterownia: `abm.gekkophotonics.com`

źródło:

1 Jakie firmy kwalifikujemy

Kampania celuje w producentów chemii i nawozów w USA, u których w procesie płynie medium warte pomiaru w linii. Selekcja firmy odbywa się na trzech piętrach: czy firma jest w zakresie, czy dany zakład jest w zakresie, i czy nie ma twardego wykluczenia.

Piętro 1 — firma w zakresie

Wykluczamy tylko te, których RDZEN to petrochemia albo gazy techniczne (decyzja D1). Grupy dywersyfikowane zostają — u nich oznaczamy dywizje poza zakresem, a nie odrzucamy całej firmy. Przychód NIE jest bramką dla gigantów (D9): notujemy go jako informację. Próg 100 mln USD dotyczy wyłącznie fali 2, czyli średnich producentów amerykańskich poza grupami z fali 1.

Klasyfikacja to istniejący system SABCD, bez wymyślania nowego. Fiszka giganta ma LISTĘ segmentów, nie jeden — tier fiszki to najwyższy tier obecny w portfolio.

Tier	Co z portfela tu wpada
S	żywice formaldehydowe (PF/UF/MUF/UFC, formalina) · nawozy (UAN, ATS, urea, DEF) · surowce kosmetyczne (SLES, gliceryna) · ścieki
A	silikony przemysłowe · kleje · żywice powłokowe (alkidowe, akrylowe) · recykling polimerów · PU prepolimer NCO · stop polimerowy
B	farby (downstream) · petrochemia ogólna · oleje
C	kosmetyki inne segmenty · nawozy inne segmenty

Piętro 2 — który zakład i jak go adresujemy

Adres HQ w USA jest obowiązkowy dla każdej firmy i jest domyślnym celem wysyłki (decyzja D10). Powód jest praktyczny: kampania idzie fizycznie pocztą, a część gigantów ma siedzibę w Stanach przy produkcji niemal całkowicie w Europie. Stąd dwa profile adresowania:

- Profil A — produkcja w USA: list idzie do ZAKŁADU. Tam pracuje człowiek, który patrzy na proces.
- Profil B — HQ w USA, produkcja w Europie: list idzie do SIEDZIBY w Stanach, bo tam zapada decyzja o standaryzacji na wszystkich zakładach grupy. Jeden list, wiele zakładów w zasięgu.

Każda fiszka musi jednoznacznie wskazać profil. W arkuszu rolę lokalizacji opisuje kolumna „Klasyfikacja lokalizacji” — produkcja, biuro (HQ USA), R&D, magazyn, albo prefiks OUT dla lokalizacji poza grupą.

Reguła dopisana 2026-09-09: jeśli zakład tej firmy jest już wybrany do ABM, do centrali piszemy TEŻ — bo tam siedzą ludzie o zakresie korporacyjnym (VP Operations, Director of Engineering), których na zakładzie nie ma.

Piętro 3 — twarde wykluczenia

Dwa filtry nie podlegają negocjacji i zerują kwalifikację niezależnie od tego, jak dobrze zakład wygląda technicznie.

Bloker ATEX — zakład poza zasięgiem kampanii

Dopóki nie mamy konfiguracji dopuszczonej do stref zagrożenia wybuchem, zakład, w którym medium wymaga ATEX, jest poza zasięgiem — nie typujemy go i nie wysyłamy tam outreachu, niezależnie od dopasowania technicznego (decyzja Michała, 2026-09-09).

Zasada rozstrzygnięcia: co zakład DEKLARUJE JAKO PRODUKT → twarda blokada. Co TRI mówi, że jest

na terenie → gaz palny blokuje, ciecz palna daje „do ustalenia” (kara -1 do oceny). Segment z fizyki opisuje GRUPĘ, nie zakład — nim nie wolno dyskwalifikować.

Blokada nie usuwa danych: wiersz zostaje z oceną 0/5, czerwonym tłem i informacją, jaka byłaby ocena, gdybyśmy ATEX mieli. Dzięki temu po certyfikacji lista wraca jednym filtrem. Dziś blokada dotyczy 66 zakładów.

UWAGA — sprzeczność do rozstrzygnięcia: kompendium (technical-specs.md, spectrally-x1-probe.md, index.md) DEKLARUJE certyfikację ATEX/IECEX Strefa 0, a materiały marketingowe sprzedają to wprost. Jedno z dwóch jest nieprawdą, a to twierdzenie wychodzi do klientów.

Filtr farmaceutyczny — wyłącznie inbound

Zakład, którego rdzeń produktowy to farmacja (lipidy cGMP, API, excypienty), wypada z kwalifikacji jako TWARDY FILTR ICP. Powód: cykl walidacyjny i wymagania cGMP czynią z tego zupełnie inną sprzedaż. Danych NIE usuwamy — zakład i osoby zostają w arkuszu, na wypadek gdyby to oni odezwali się do nas.

Dyskwalifikacja jest ADDYTYWNA i nieniszcząca. Kolumna „Dyskwalifikacja” zbiera powody rozdzielone plusem: pharma, ATEX, zakład wygaszany. Razem dotyczy to dziś 124 lokalizacji, wszystkie z pełnymi danymi.

Osobna kolumna „Wejście przez inny podmiot” notuje przypadki, gdzie do zakładu wchodzi się przez spółkę matkę, JV albo zakład siostrzany. To materiał wprost do treści listu, nie tylko notatka techniczna.

2 Skąd biorą się zakłady i jak je oceniamy

Źródła

Klasa	Źródło	Co daje
S1	10-K, raporty roczne, firmowe listy lokalizacji	lokalizacje potwierdzone przez samą firmę — najmocniejszy dowód
S2	EPA TRI (Toxics Release Inventory), EPA FRS	federalny rejestr obiektów raportujących emisje, czyli miejsc z REALNĄ produkcją. Daje adresy zakładów, nie biur, oraz listę chemikaliów na terenie
S3	prasa branżowa, komunikaty, lokalne agencje rozwoju	sygnały o inwestycjach i uruchomieniach; nigdy jako jedyny dowód

TRI — co znaczy „brak formularzy TRI za 2022-2024”

TRI to obowiązkowe roczne zgłoszenie do EPA dla zakładów przekraczających progi użycia substancji z listy. Brak formularza za dany rok znaczy jedno z trzech: zakład jest poniżej progu, przestał produkować, albo nie zgłasza. Sprawdza się to w data.epa.gov/efservice/tri_facility. To sygnał do weryfikacji, NIE dowód zamknięcia zakładu.

Ocena zakładu 0-5

Ocena mówi, jak dobrze zakład pasuje do tego, co Spectrally faktycznie mierzy. Liczy ją fit.py na podstawie deklarowanego produktu, chemikaliów z TRI i zakresu fizycznego sondy. Do oceny doklejane są dwie rzeczy, które trzeba czytać razem z liczbą: „Ryzyka pomiarowe” (co może utrudnić pomiar — mętność, wysoka temperatura, ciśnienie, palnik siarki) oraz „Klasyfikacja fizyczna” (czy medium mieści się w zakresie sondy).

Zakładów z oceną 4-5/5 jest dziś 8. To jednak NIE jest lista wysyłkowa — listę tworzy dopiero ręczny wybór w kolumnie „Zakwalifikowany do ABM”, po przejrzeniu ryzyk, ATEX-u i tego, czy mamy tam ludzi.

3 Jakie osoby kwalifikujemy

Osobę opisują TRZY niezależne osie. Mieszanie ich było źródłem realnych pomyłek, więc warto trzymać je osobno.

Oś	Na co odpowiada	Do czego jej używamy
Grupa działowa G01-G10	w jakim dziale ten człowiek pracuje	pokrycie zakładu — czy mamy kogoś z produkcji, jakości, utrzymania ruchu
Poziom P1 / P2 / P3	ile ma władzy i budżetu	TREŚĆ listu i maila — do VP pisze się inaczej niż do inżyniera
Wartość dla nas A / B / C	czy jego praca w ogóle dotyczy pomiaru	KANAŁ — kto dostaje przesyłkę fizyczną, a kto tylko mail

Poziom — władza, nie ważność

Poziom	Kto to jest
P1 — decyzyjny	budżet i decyzja o zakupie sprzętu: CEO, President, VP, dyrektor działu, Head of
P2 — kierowniczy	champion techniczny albo gatekeeper instalacji: Plant Manager, kierownik produkcji, manager, superintendent, lead, principal
P3 — wykonawczy	ludzie, którzy realnie obsługują proces: inżynier procesu, laborant, operator, technik

Dlaczego inżynier procesu wychodzi na P3 — i dlaczego to NIE znaczy „mniej ważny”

Poziom mierzy WŁADZĘ, nie trafność. „Process Engineer” nie ma w tytule żadnego słowa władzy, więc ląduje na P3 — obok operatora. A to często najlepszy kontakt techniczny, jaki mamy na zakładzie.

Naprawiliśmy to (2026-09-09) NIE psując osi poziomu, bo ona rządzi treścią listu, ale rozdzielając decyzję o kanale. Przesyłkę dostaje ten, kto MOŻE ZDECYDOWAĆ (P1/P2), ALBO ten, KOGO TO DOTYCZY (rdzeń pomiarowy A). Przy kampanii tej wielkości koszt listu jest bez znaczenia, a inżynier procesu bez przesyłki to zmarnowany najlepszy kontakt.

Wartość dla nas — czyja praca dotyczy pomiaru

Wartość	Grupy	Dlaczego
A — rdzeń pomiarowy	G03 inżynieria procesu i projekty · G04 automatyka, sterowanie, I&C · G05 jakość i laboratorium	G03 specyfikuje i wdraża pomiar, G04 integruje sondę ze sterowaniem, a G05 robi dziś tę analizę offline — sonda wchodzi wprost w ich pracę
B — okołoprocessowy	G01 zarząd · G02 produkcja i operacje · G06 R&D · G07 utrzymanie ruchu · G08 EHS · G09 zakupy	decydują, płacą albo obsługują, ale pomiar nie jest ich tematem dziennym
C — poza tematem	G10 inne (HR, IT, finanse, sprzedaż, marketing, administracja)	zapisujemy dla kompletności, do kampanii nie wchodzą

Dziesięć grup działowych

#	Grupa	P1 decyzyjny	P2 kierowniczy	P3 wykonawczy
G01	Zarząd i dyrekcja	CEO, President, COO, GM, właściciel	—	pozostali VP i C-level
G02	Produkcja i operacje	VP / Dyrektor produkcji, Dyr. operacyjny	Plant Manager, kierownik produkcji	supervisor, mistrz, kierownik zmiany, operator
G03	Inżynieria procesu i projekty	Dyrektor inżynierii	kier. inżynierii procesu, engineering manager	process engineer, inżynier PAT, project engineer, technolog
G04	Automatyka, sterowanie, I&C / IT-OT	—	kier. automatyki / I&C	controls engineer, DCS/PLC, instrumentation tech, historian
G05	Jakość i laboratorium	Dyrektor jakości	QA/QC manager, kier. laboratorium	laborant, analityk, QC inspector
G06	R&D i technologia	Dyrektor techniczny, Dyrektor R&D	kierownik R&D	technolog, application / technical service
G07	Utrzymanie ruchu i niezawodność	—	kier. utrzymania ruchu	reliability engineer, mechanical, E&I
G08	EHS i zgodność	—	kier. EHS	specjalista BHP i środowiskowy
G09	Zakupy i łańcuch dostaw	—	kier. zakupów	buyer, planista
G10	Inne	—	—	HR, IT, finanse, sprzedaż, administracja — poza kampanią

Kanał — kto dostaje co

Kto	Kanał
P1 i P2, niezależnie od grupy	przesyłka fizyczna + mail
P3 z rdzenia pomiarowego A (G03/G04/G05)	przesyłka fizyczna + mail
P3 z grup B	tylko mail
HR i obsługa budynku (sprząatanie, ochrona, catering)	poza kampanią całkowicie — nie dostają nawet maila
Osoba ODZNACZONA z listy ABM	kanał sam schodzi do „tylko mail” — nie wypada z kampanii, tylko z listy przesyłkowej. Nie tracimy kontaktu, na który wydaliśmy kredyty

Minimum to jedna osoba na zakład. Górnego limitu nie ma: jeśli znajdziemy kierownika laboratorium, zapisujemy też laborantów; jeśli znajdziemy VP, zapisujemy resztę zarządu. Zasada: kluczowe osoby dostają przesyłkę i mail, wszyscy pozostali z tych samych działów — mail.

Jeśli na zakładzie NIE MA nikogo z P1/P2, przesyłkę dostaje najlepszy P3. Brak P1 to normalny stan, nie luka w danych: tak działa Greenville SC i Terre Haute IN, gdzie najwyżej stoi Plant Manager — a on bywa faktycznym decydem o instalacji pomiarowej.

4 Jak szukamy osób i ile to kosztuje

Kolejność narzędzi jest ustaleniem biznesowym, nie preferencją techniczną, i nie odwracamy jej bez decyzji Michała.

#	Krok	Narzędzie	Co daje	Koszt
1	discovery	Clay find-and-enrich-contacts-at-company + datapoint Email	PEŁNE nazwisko, LinkedIn, stanowisko, lokalizacja ORAZ rozwiązany mail — wszystko w jednym wywołaniu na firmę	1 wywołanie / firma
2	klasyfikacja	contacts.classify()	G01-G10 + P1/P2/P3 + wartość A/B/C + kanał	0
3	luki	Apollo people/bulk_match	nazwisko i mail dla osób, których Clay nie znalazł	1 kredyt / osoba
4	ostatnia deska	FullEnrich	mail, gdy Apollo zwróci „unavailable”	1 kredyt / osoba
5	wzór domeny	wyliczenie	imie.nazwisko@ — TYLKO do bazy, NIGDY do wysyłki	0

Dowód, dlaczego Clay jest pierwszy (Greenville SC, 2026-09-09)

Apollo api_search (0 kredytów) dał 31 osób, ale z ZAMASKOWANYMI nazwiskami („Bill Ka***I”). bulk_match za 15 kredytów odsłonił 14 nazwisk i 6 użytecznych maili — i NIE MIAŁ W OGÓLE Plant Managera ani HSE Managera.

Clay, jedno wywołanie: 20 osób z pełnymi nazwiskami i mailami, w tym Plant Manager, HSE Manager, Quality Manager i Global Maintenance Reliability Manager — czterech P2, których Apollo nie pokazał wcale.

Pułapki, których trzeba pilnować

- Filtr lokalizacji w Clayu jest LUŻNY — degraduje się do poziomu stanu i łapie cały obszar metropolitalny oraz mylące nazwy. Zapytanie „Greenville, South Carolina” zwróciło ludzi ze Spartanburga, Charleston i Columbii, a także dwie osoby z Greenville w TEKSASIE. Dlatego pytamy STANAMI i przypisujemy do zakładu lokalnie.
- Clay zwraca duplikaty tej samej osoby pod dwoma identyfikatorami — deduplikować po URL LinkedIn, nie po identyfikatorze narzędzia.
- Clay zwraca też byłych pracowników („Retired”) — odsiewać.
- Maile z Claya przychodzą OSOBNO. Pierwsza odpowiedź ma tylko pola bazowe; wartości enrichmentu czyta się przez get-task-context z tym samym taskId. Ten odczyt jest BEZPŁATNY, dlatego taskId zapisujemy ZAWSZE — dopóki go mamy, nie tracimy zapytania.
- Zapisujemy też zapytania z wynikiem ZEROWYM. Wynik negatywny to dowód, nie brak danych: „Clay, solvay.com, Bay St. Louis + Mississippi → 0 kontaktów” jest podstawą decyzji, a bez tego wpisu ktoś za miesiąc zapłaci za to samo zapytanie ponownie.

Zasada kosztowa maila

Do kampanii mailowej wchodzi WYŁĄCZNIE maile ze statusem „verified”. Zgadnięte odbijają się i psują dostarczalność całej domeny — to wniosek z USA-1.

Wzór maila wolno wyliczać tylko dla osób, u których znamy nazwisko z potwierdzonego źródła, i tylko do bazy lokalnej. Uwaga na formę imienia — potwierdzone przypadki idą w OBIE strony: „chris.lasky@” dla Christophera, ale „daniel.cummings@” dla Dana i „andrew.frazee@” dla

Andy"ego. Zgadywanie po skrócie imienia jest zawodne.

Lista robocza „Do przypisania”

W tabeli kontaktów KAŻDY wiersz musi mieć zakład. Osoba bez zakładu jest tam bezużyteczna: znamy jej firmę, bo szukaliśmy po domenę, ale nie wiemy, czy pracuje w zakładzie z naszej listy, czy w tym samym koncernie na drugim końcu świata.

Takie osoby NIE są kasowane — trafiają na osobną zakładkę „Do przypisania” (dziś 578 osób). To kolejka robocza: po ustaleniu zakładu wracają do arkusza. Filtry na tej zakładce pokazują od razu, gdzie leżą najszybsze zyski: osoby z odsłoniętym nazwiskiem i mailem, którym brakuje tylko zakładu, oraz te, u których firma ma w danym stanie DOKŁADNIE JEDEN zakład.

Czego NIE robimy automatycznie: gdy firma ma w stanie osoby jeden zakład, nie przypisujemy tam człowieka sami — stan to słabszy dowód niż miasto (może być zdalny albo z centrali). Wpis dostaje odpowiedź z nazwą kandydata, żeby weryfikacja była „potwierdź albo odrzuć”, a nie „ustal coś”.

5 Co robimy fizycznie

Przesyłka fizyczna jest pierwszym dotknięciem i głównym wyróżnikiem tej kampanii. Mail sam w sobie nie przebija się u ludzi na tym poziomie; koperta owszem.

Reguły adresowania — tu się najłatwiej pomylić

- NUMER SUITE ALBO BUDYNKU JEST CZĘŚCIĄ ADRESU. Bez niego przesyłka krąży po biurowcu. Dotyczy m.in. Nouryon (Building 1, Suite 500), DuPont (Building 730), Kronos (Suite 1700), AkzoNobel (Suite 500).
Building 730 vs 735 przy 974 Centre Road w Wilmington: DuPont to 730, Qnity to 735. Bez numeru budynku list trafia do świeżo wydzielonej spółki konkurencyjnej.
- ADRES REJESTROWY NIE JEST ADRESEM DO PRZESYŁKI. Dla wielu spółek LLC adres w rejestrze to agent w Delaware („251 Little Falls Drive, Wilmington DE 19808” albo „c/o Corporation Service Company”). Tam przesyłka NIE DOTRZE do decydenta.
- PEŁNA NAZWA SPÓŁKI NA KOPERCIE JEST OBOWIĄZKOWA przy adresach współdzielonych. Pod 201 Polito Ave w Lyndhurst siedzą Sika Corporation, Watson Bowman Acme Corp. i Sika US Urban Renewal LLC. To samo dotyczy parków przemysłowych.
- ALTANA nie ma jednej centrali w USA — cztery dywizje to cztery odrębne podmioty. Korespondencję adresować „BYK USA LLC”, NIGDY „ALTANA”.

Druk kopert — arkusze A4

W tabeli kontaktów jest przycisk „Druk adresów (A4)”. Bierze BIEŻĄCY widok tabeli, więc najpierw filtruje się listę (np. zakładka ABM kontakty), a potem klika przycisk. Otwiera osobną kartę z arkuszami A4 po 10 adresów (2 kolumny × 5 rzędów), gotową do wydrukowania wszystkiego jednym Ctrl+P.

Adres na kopercie to adres ZAKŁADU, nie osoby — nikt w tej bazie nie ma adresu domowego i nie chcemy go mieć. Blok zawiera imię i nazwisko, nazwę firmy, ulicę, miasto ze stanem i kodem, oraz UNITED STATES. Pod blokiem jest szara linia „ref:” z nazwą zakładu i poziomem — do sortowania kopert, nie do adresu.

6 Mikrosajty

Ustalenie: KAŻDY zakład wybrany do kampanii dostaje dedykowany mikrosajt — poświęcony temu zakładowi i temu, co on produkuje. Nie jedna landing page na kampanię, nie jedna na firmę, ale jedna na zakład.

Sens jest w tym, że list odwołuje się do ICH procesu, a nie do naszej znajomości rynku. Adresat widzi stronę o swoim medium i swoim zakładzie, nie ogólną broszurę.

Otwarte — do rozstrzygnięcia przed wysyłką

Ta sekcja opisuje decyzję kierunkową, ale szczegóły NIE są jeszcze ustalone i nie należy ich zakładać:

- struktura i szablon mikrosajtu (co jest stałe, co per zakład)
- sposób adresowania mikrosajtu w liście — QR, krótki URL, kod na kopercie
- czy mikrosajt ma formularz, czy tylko dane kontaktowe
- jak mierzymy wejścia i wiążemy je z konkretnym adresatem

Do tego wracamy, gdy lista zakładów będzie zamknięta.

7 Co robimy mailingowo

Makro-hook kampanii

USA przeżywa boom automatyki i AI w produkcji. Firmy chemiczne i nawozowe budują cyfrowe bliźniaki, wdrażają MES i chcą strumieniować dane procesowe w czasie rzeczywistym. Spectrally X1 INLINE to czujniki dostarczające dane analityczne do tych systemów.

Każdy mail zaczyna się od ICH świata — inwestycji w automatykę, CCS, AI-driven operations — nie od naszego produktu.

Kadencja

- D1 → Email 1 (cold)
- D2 → LinkedIn: prośba o połączenie (bez notatki lub 1 zdanie)
- D4 → Email 2
- D7 → LinkedIn: komentarz/reakcja na ich post lub udostępnienie artykułu
- D9 → Email 3
- D16 → Email 4
- D18 → LinkedIn: wiadomość bezpośrednia (tylko jeśli połączeni)
- D25 → Email 5
- D35 → Email 6 (breakup)

Sekwencje są rozpisane per segment produktowy (żywice formaldehydowe, żywice powłokowe, nawozy azotowe i dalsze) w outreach-sequence.md — po sześć maili na segment, z gotowymi tematami i treścią.

Kolejność kanałów w czasie

Kiedy	Co
Krok 1	przesyłka fizyczna do P1/P2 oraz do rdzenia pomiarowego A — z odwołaniem do mikrosajtu ich zakładu
Krok 2	sekwencja mailowa do WSZYSTKICH zakwalifikowanych z tych samych działów, łącznie z P3 z grup B, którzy dostają tylko mail
Krok 3	LinkedIn przeplatany z mailami zgodnie z kadencją powyżej

8 Skąd wiemy, że dane się zgadzają

Po każdym przebudowaniu arkusza uruchamiamy `enrich/verify.py` — 28 testów, wynik zerowy oznacza czysto. Testy nie sprawdzają „czy dane są ładne”, tylko konkretne pułapki, w które już raz wpadliśmy.

Test	Czego pilnuje	Skąd się wziął
T15	ten sam LinkedIn u wielu kontaktów	Clay zwraca tę samą osobę pod dwoma identyfikatorami
T18	kanał ma jedną z dozwolonych wartości	inna wartość wypada z listy wysyłkowej
T21	mail oznaczony do sprawdzenia	wzorec „nazwisko.imie@” u Sika i formy skrócone imion
T24/T25	liczba wierszy w <code>index.html</code> zgadza się ze źródłem	cichy rozjazd między danymi a wystawioną stroną
T26	każde wywołanie CLAYA ma <code>taskId</code>	bez <code>taskId</code> tracimy darmowy ponowny odczyt odpowiedzi
T27	magazyn <code>enrichmentu</code> nie ma lepszych danych niż arkusz	loadery pomijały rekord, gdy identyfikator już był w arkuszu — a część siedziała tam ze starej fali jako „niewzbogacony”, bez nazwiska i maila
T28	nikt nie jest jednocześnie w arkuszu i na liście roboczej, w arkuszu nie ma osoby bez zakładu, każdy wpis w kolejce ma powód	wyprowadzenie osób bez zakładu nie może znaczyć ich utraty

Pułapka, o której trzeba pamiętać przy każdym pytaniu o dane

Mamy TRZY osobne systemy: arkusz ABM, Pipedrive i Woodpecker. Zdanie „nie mamy nikogo z Sacramento” może być prawdziwe w arkuszu i FAŁSZYWE w Pipedrive jednocześnie. Zawsze mów, o którym systemie mowa.

Dodatkowo: filtry `?email=` w Woodpeckerze i `?org_id=` w Pipedrive są CICHY IGNOROWANE i zwracają całą listę. Dla Pipedrive używać `/organizations/{id}/persons`.

9 Co jest jeszcze otwarte

Lista rzeczy, których ten dokument NIE rozstrzyga, żeby nikt nie wziął milczenia za decyzję.

Sprawa	Stan
Sprzecznosc ATEX	kompedium deklaruje certyfikację ATEX/IECEX Strefa 0, a kampania działa z założeniem, że jej nie mamy. To twierdzenie wychodzi do klientów w materiałach marketingowych — do rozstrzygnięcia przez Michała
Szczegóły mikrosajtów	kierunek ustalony, szablon i sposób linkowania z listu — nie
Treść listu fizycznego	przewodnik istnieje (abm-letter-writing-guide.md), ale wersje per segment i per zakład nie są zamknięte
Centrale bez kanonicznego adresu	Croda (jest wiersz biuro/R&D w Plainsboro, prawdopodobnie siedziba — do potwierdzenia), ALTANA/BYK (brak jednej centrali), LG Chem (kanon sam stawia znak zapytania), DELO
Strona docs kampanii	do zrobienia na samym końcu, na wzór Partner Zone — dopiero gdy lista zakładów i osób będzie zamknięta
Zamaskowane nazwiska	345 osób z darmowej warstwy Apollo czeka na odsłonięcie po 1 kredycie; wchodzi do arkusza tylko po odsłonięciu

Dokument wygenerowany automatycznie z `playbook_pdf.py` — liczby są pobierane z arkusza i z backendu zaznaczyć w momencie generowania, więc po zmianach wystarczy uruchomić skrypt ponownie.