



ONLINE és OFFLINE marketing kezdő és haladó vállalkozásoknak



Több kedves ügyfelünk is azzal a kérdéssel fordul hozzánk, hogy most szeretné elindítani vállalkozását és ehhez keres egy kreatív csapatot, akik megtervezik a vállalkozás arculatát. De sokan keresnek bennünket azzal kapcsolatban is, hogy jelenlegi céges arculatukkal nincsenek megelégedve és tervezzük nekik újat.

Az arculat tervezésén túl felteszik kérdéseiket marketinggel kapcsolatban is. A csapatunk marketing tevékenységgel is foglalkozik. Ez az ingyenes tanulmányunk azoknak szól, akik szeretnék az online és offline marketingjüket kicsit felturbózni. Nézzünk először néhány alapfogalmat.

Célcsoport: Először is el kell döntenünk, hogy kiket akarunk elérni, kikkel szeretnénk megvásároltatni a termékeinket, szolgáltatásainkat. Kik a jelenlegi és kik lesznek a leendő ügyfeleink. Kik felé kívánunk reklám kampányokat folytatni.

Online marketing: Online marketing tevékenységnek hívjuk azt a reklámozási formát, amikor az interneten hirdetünk, reklámozunk. Csak online megjelenésünkre koncentrálunk.

Offline marketing: Offline marketing tevékenységet akkor végzünk, hogyha hagyományos módon jelenünk meg az ügyfelek előtt, tehát nem az interneten.

A cél, hogy minél kevesebb ráfordítással, minél nagyobb hasznot érvünk el. Vagy úgyis mondhatnám, minél olcsóbban tudjunk minél eredményesebb marketinget csinálni.

ONLINE MARKETING

1. Közösségi média

A közösségi média szó nagyon hatásosan hangzik, szinte már mindenki tudja, hogy mit jelent, de aki esetleg még nem ismeri ezt a fogalmat, annak egy kis segítség. A közösségi média olyan gyűjtőhely az interneten, ahol egyszerre több ember (általában nagyon sok) megtalálható. Ezek az emberek valamilyen kapcsolódásban állnak egymással, információt osztanak meg, beszélgetnek, zenét hallgatnak, videót néznek, stb. Marketing célra leggyakrabban használt közösségi médiák a következők:

a. Facebook, Iwiw

A két oldal sok mindenben hasonlít, sok mindenben különbözik. Az a tapasztalat, hogy a **facebook** egyre népszerűbb és egyre több magyar regisztrálója van, talán már több is, mint az **iwiw**-nek. Mindkét oldal klasszikus közösségi oldal, ahol különböző országokból, különböző nemzetiségekből, csoportból származó emberek regisztráltak és számos hasznos és haszontalan információt osztanak meg magukról, egymásról, a világról. Sokszor nagyon felelőtlenül és nem figyelve arra, hogy az interneten minden visszakereshető és megnézhető. Gondoljunk csak arra, hogyha valaki egy állásra jelentkezik, akkor biztos az interjúztató rá fog keresni a jelölt nevére az interneten, közösségi oldalakon és lehet olyan információt is talál róla, amelyet a jelölt nem akart az interjúztató tudomására hozni.

De nézzük, hogyha nem magánszemélyként, hanem céggént gondolkozunk, akkor miért is jók ezek az oldalak. Először is bizalomépítésre. Hogy a legkönnyebb bármit is értékesíteni? Hát úgy, hogyha nem én reklámozom, hanem egy ismerősöm ajánlja az ő ismerőseinek, őszintén. Az elégedett ügyfélnél nincs jobb értékesítő. Az emberek sokkal jobban hisznek közeli ismerőseiknek, barátainak, mint a legprofibb értékesítőnek. A **facebook** kitűnően alkalmas arra, hogy bizalmat építsünk. A **facebookon**





ha nem magánszemélyként, hanem vállalkozásként regisztrálunk, vagy csoportként, akkor nem ismerősöket gyűjtünk, hanem ún. **LIKE-okat**, azaz úgy kapcsolódunk más felhasználókhoz, hogy nem ismerőseik vagyunk, hanem tetszik nekik a tevékenységünk. Céggként soha ne magánszemélyként regisztráljunk, mert magánszemélyként korlátozva vannak a kapcsolatok, míg céggként akár több tízezer, vagy akár százezer kapcsolatunk is lehet. Értelemszerűen egy embernek nem lehet ennyi ismerőse, ezért ezt nem is engedi a **facebook**. Továbbá a **facebookot** betehetjük saját weboldalunkba, ha céggként regisztráltunk és az oldalunk látogatóit azonnal a **facebookra** terelhetjük, míg ezt magánszemélyként nem tehetjük meg.

Miért jó, hogy a **facebookon** gyűjtjük a kapcsolatokat? Mint említettem elsősorban arra, hogy közösséget építsünk, bármikor hírlevél nélkül megszólíthassunk embereket, a csoportunk tagjai megoszthassák azonnal a rólunk szóló híreket, információkat saját baráti körükkel, így növelve cégünk ismertségét, valamint közvetve weboldalunk látogatottságát is.

A **facebook** profilunk testre is szabható, így egyedivé tehetjük azt. Nézd meg a mi profilunkat: <https://www.facebook.com/greengrafix>

És a **facebook** egyik legnagyobb előnye, hogy ingyenes. Csak humán erőforrást kell rászánni, és máris használhatjuk, reklámozhatunk, ajánlhatjuk ismerőseinknek új oldalunkat, gyűjthetjük a like-okat és építhetjük az image-ünket.

b. Youtube

A **youtube**-ről is sokan hallottak már, ez nem egy klasszikus regisztrálás, csatlakozós oldal, itt a felhasználók videókat töltenek fel, amiket mások megnéznék. A **youtube**-on lehetőség van saját oldal kialakítására, ami egyedi külsőt is kaphat. Ha olyan tevékenységet végzünk, ahol videó formában is bemutathatjuk magunkat, akkor a **youtube** tökéletes hely a reklámozásra. Szinte bármilyen cég készíthet magáról videót. Bemutathatjuk, hogy hogyan dolgozunk, bemutathatjuk videó formában a termékeinket, bemutathatjuk videó formában csapatunkat, stb. Ezeket a videókat elhelyezhetjük a **youtube**-on és a weboldalunkra már csak behivatkozunk ezeket a videókat.

Egy jó tanács: Csak profi videókat készítsünk, ha egy picit gyengébb minőségű egy profi videónál (felvétel, vágás, tartalom, stb.), akkor inkább ne csináljunk!

A **facebookra** saját **youtube** csatornánkat is beépíthetjük, így ügyfeleink onnan is megnézhetik videóinkat. Hát nem szuper? És ez is teljesen ingyen van.

c. Twitter

Magyarországon a **twittert** kevesen használják, külföldön viszont egyre többen. A **twitter** egy egyszerű oldal, ahová be tudunk regisztrálni (szintén tudunk egyedi arculatot készíteni az oldalunknak) és rövid 160 karakteres üzeneteket megosztani magunkról, szinte bármit. Új akció van, látogassatok el weboldalunkra. De csak azon személyek fogják ezt az üzenetet megkapni, akik ún. **KÖVETŐINK**, azaz szintén regisztráltak a **twitteren** és bekapcsolták, hogy követőink akarnak lenni, kíváncsiak ránk, kíváncsiak az üzeneteinkre. De mivel a **twitternek** nincs más funkciója, és ezt a funkciót többé kevésbé a **facebook** tudja helyettesíteni, éppen ezért Magyarországon céges marketing tevékenységre kevesen használják, inkább hírességek osztják meg gondolataikat rajta, amit a lelkes rajongók olvasnak nap, mint nap.





2. Blog készítés, hír készítés

Sokszor kérdezik tőlem az ügyfelek, hogy hogyan lehet azt megoldani, hogy a keresőkben az ő oldaluk kerüljön előre anélkül, hogy ezért fizetnének. Hát ez nem egyszerű, és azonnal nem is megoldható, ehhez sok-sok munka kell. De vannak segítségem. Mielőtt rátérnék a blog készítésre, néhány információ a keresőoptimalizálásról (**SEO – Search Engine Optimization**, azaz keresőoptimalizálás):

Mi a célja a keresőmarketingnek?

Keresők találati listájában előkelő (akár első) helyen végezni és mindent megtenni azért, hogy a weboldalunk látogatója minél több időt töltsön el nálunk, esetleg regisztráljon, de végül ügyféllé váljon, ezt hívják ügyfélkonverciónak.

Miért is akarunk előre kerülni a keresőbe?

Ezt már mindenki tudja, hiszen ha mi magunk keresünk valamit az interneten például a **google** keresővel, akkor már a második találati oldalig sem megyünk el, tehát csak az első találati oldalról válogatunk. Ezért cél az elsők között megjelenni bizonyos kulcsszavakra.

Hogyan tudunk előrébb jutni?

A keresők csak szöveges információt látnak, így minél több, minél gyakrabban frissülő tartalomra van szükség. Fontos, hogy más oldalakon is legyenek hivatkozások a saját oldalunkra (linképítés, de erről később), azaz legyenek külső hivatkozások. Meg kell találnunk azokat a kulcsszavakat, amelyekre keresve előre szeretnénk jutni, és a weboldalunkat az adott témára kihegyezni. Például ha mi a webdesign szóra szeretnénk előre kerülni, akkor folyamatosan olyan tartalommal kell frissítenünk az oldalunkat, ami a webdesignról szól. Figyeljünk a szöveg formázására is, mert a kereső motorok ezt is figyelik. Persze az sem jó, hogyha a teljes oldal kiemelt betűtípussal írjuk. Minél idősebb egy domain, azaz maga a weboldal, annál jobb, tehát éppen ezért nagyon nehéz egy új weboldalnak előre kerülnie, de megfelelő kulcsszó erősítéssel nem lehetetlen.

Mik a leggyakoribb hibák?

Ha a weboldalunkat teljesen flash alapon készítjük, ugyanis így a kereső motorok nem látják az oldalunkat. A keresők szöveget keresnek, és hogy egy oldalon az adott szöveg sokszor fordul elő vagy sem. Persze ezek a kereső motorok intelligensek, tehát ha csak ugyanazt a szöveget másoljuk folyamatosan, azt észreveszi a kereső motor és tiltó listára is kerülhetünk, így garantálva, hogy soha ne kerülhessünk előre. Tehát az a jó, hogyha sok szöveg van az oldalon, az sokszor frissül (akár hetente) de a szöveg mindig eltérő, így látja a kereső motor, hogy valódi emberek, valódi embereknek írják az oldalt.

És most visszatérve magára a **blog** témára és a **hírekhez**, hogyan is tud ez segíteni nekünk? Ha a weboldalunkon van egy hírek aloldal (mint ahogyan a www.ggxstudio.com oldalunkon is megtalálható a <http://www.ggxstudio.com/?action=news>), akkor máris lehetőségünk van arra, hogy a weboldalunkon található szöveget hétről hétre, hónapról hónapra bővítsük, frissítsük. Minél több tartalom van a weboldalunkon annál előrébb fogunk jutni a keresőkben is. Egy egyszerű szöveges oldal, amihez nem nyúltunk már legalább 1 éve, biztos, hogy nem fog előrébb jutni a keresőkben.

A blog annyival jobb, mint a hírek aloldal, hogy itt engedjük a látogatói hozzászólásokat is, és valódi kapcsolat alakulhat ki az oldal olvasói és az oldal üzemeltetői, azaz mi közöttünk. Fontos, hogy még a negatív hozzászólást se töröljük soha, hanem higgadtan válaszoljunk a negatív kommentekre is, hiszen így egy új olvasó látja, hogy a kritikát is elfogadjuk, és meg tudjuk magunkat védeni, de nem úgy, hogy töröljük a hozzászólást.





Ez a marketing eszköz szintén ingyen a rendelkezésünkre áll, csak hétről hétre új cikkel, új tartalommal kell előállnunk és ügyfeleink bizalmát nyerhetjük így el.

3. Linképítés

Említettem már korábban, hogy a linképítéssel növelhetjük oldalunk látogatottságát, de mi is ez és hogyan működik? A www.startlap.hu gyűjtőoldalról vagy a www.linkcenter.hu gyűjtőoldalról már biztosan mindenki hallott. Ezek az oldalak tematikus aloldalakkal állnak, ahol az oldal szerkesztője összegyűjti az összeillő weboldalakat. Például ha mi informatikai szolgáltatást nyújtunk, akkor bizonyára ott lenne a helyünk a www.informatika.lap.hu aloldalon. A magyar tematikus oldalakkal viszonylag könnyű dolgunk van, mert kikeressük azt a tematikus aloldalt ahová beillik a weboldalunk és írunk a szerkesztőnek (minden startlap oldal jobb felső sarkában van egy ún. linkajánlás rész) és ha valóban megfelelünk az oldal tematikájának, akkor felkerül weboldalunk linkje az adott oldalra.

Lehetőség van más magyar oldalakon is elhelyezni a linkünket, ezek már kevésbé ismertek, de pont azért jöttek létre, hogy növeljék az oldalunk látogatottságát. Kereshetünk ilyen oldalakat magunk is, ilyenek például www.linkbank.hu, www.linkgyujtemeny.com vagy a www.linkhaz.info, de igénybe vehetünk külsős szolgáltatókat, akik néhány száz forintért vállalják, hogy elhelyezik weboldalunkat egy másik oldalon. Ilyen külső szolgáltatók általában 200 oldalt is ismernek, így 200 helyen tudják elhelyezni weboldalunkat hivatkozásként.

Ez a szolgáltatás természetesen fizetős, de saját magunk is elkezdhetjük ezt a tevékenységet.

4. Fizetős kattintás alapú hirdetések

a. Adwords

Az **AdWords** az egyik legismertebb webkereső, a **Google** által üzemeltetett kattintás alapú on-line hirdetési rendszer. Az **AdWords**-nél megadhatjuk, mennyit vagyunk hajlandóak fizetni egy olyan látogatóért, aki hirdetésünkre kattintott, illetve azt is megadhatjuk, hogy mekkora összeget szánunk hirdetésre egy nap. Valójában egy kulcsszóra történő kattintás díját a verseny határozza meg.

Az **AdWords** a legbiztosabb módszer arra, hogy a www.google.hu keresőben első helyre kerüljünk. Igaz, szponzorált linkként, azaz fizetős hirdetésként. Amikor egy internetező beüt egy keresőszót a keresőbe, akkor megjelenhetünk az első oldalon, ha az adott keresőszóért, kulcsszóért hajlandóak vagyunk fizetni. Természetesen az **AdWords** fiókunkban előre meg kell adni a kulcsszavainkat és előre meg kell mondani, hogy mennyit vagyunk hajlandóak fizetni egy kattintásért.

Azt gondolom, hogy ez elengedhetetlen része a mindennapi marketing tevékenységnek.

b. Etarget és társai

Az **etarget** rendszerű hirdetési forma nagyon hasonlít az **AdWordhöz**, de különbözik is. Itt szintén kattintásokért fizetünk, de hirdetésünk nem a www.google.hu keresőjében jelenik meg, hanem hazai nagy látogatottságú oldalakon, például a www.index.hu vagy a www.origo.hu oldalon. Mindenki látott már olyan hirdetést, amikor egy cikk olvasása közben megjelent egy reklám, de nem bannerként, azaz képként, hanem szöveges hirdetésként. Ezek is fizetős hirdetések, viszont szintén jól használhatóak.





5. Egyéb fizetős hirdetések:

a. Banner

A banner hirdetés az egyik legrégebbi online hirdetési forma. Egy előre meghatározott méretben (általában pixelben adják meg) készíthetjük el hirdetésünk, amelyet valamely nagy látogatottságú oldal elhelyez a saját oldalán. Ha a látogatónak megtetszik a kép, a hirdetés szövege, akkor rákattint a hirdetésre. Banner reklám általában nem kattintás alapú, hanem előre meghatározott ideig szerepel egy oldalon és előre meghatározott pénzt kérnek érte.

b. PR cikk

Nagyon hatékony hirdetési forma. Biztosan mindenki olvasott már olyan cikket, ami valamilyen terméket vagy szolgáltatást, vagy céget mutatott be. Az ilyen cikkek nagyon jó reklámhordozók, és aki olvassa, annak nem tűnik fel, hogy valójában fizetett hirdetést olvas. Úgy vannak fogalmazva, mintha egy valódi riport lenne a cikk, de valójában ezért a cégek fizetnek, hogy megjelenjen róluk, vagy termékükről egy cikk valamilyen nagy látogatottságú oldalon.

Bátran alkalmazzuk ezeket az ingyenes és fizetős online hirdetési formákat, megéri!





OFFLINE MARKETING

Az offline marketing egyre hátrébb szorul, hiszen a 21. században már szinte mindenki az interneten keresztül vásárol, de ha nem is, akkor is az interneten keresztül választja ki azt a helyet, ahol vásárolni szeretne. Ennek ellenére mi javasoljuk az offline marketing eszközök használatát, kombinálását az online eszközökkel.

1. Reklámajándékok

Reklámajándékokra rányomtathatjuk cégünk emblémáját, cégünk fő üzenetét, hogy miért vagyunk mi jobbak, mint mások. Reklámajándék lehet egy kulcstartó, hűtő mágnes, toll, stb. Ajándékba is adhatjuk ügyfeleinknek.

A tollat elteszi az ügyfél, a szlogenünk, elérhetőségünk mindig ott lehet az asztalán, a kabát zsebében. Fő üzenetünk ott lehet ügyfelünk lakásában a hűtőn. De így elérhetjük azt is, hogy mindig ott legyünk az ügyfelünk kulcstartóján, akármikor előveszi a kulcscsomóját, rá fog nézni a hirdetésünkre.

2. Nyomtatott sajtó

Amilyen hatásos egy PR cikk az interneten, ugyanolyan hatásos lehet egy PR cikk a nyomtatott sajtóban. De a nyomtatott sajtóban is tudunk reklámozni. Ma is nagyon sokan olvasnak nyomtatott magazinokat. Meg kell találnunk azt a magazint, újságot, ahol érdemes megjelennünk, mert a célcsoportunk valószínűleg olvasótábora az adott sajtóterméknek.

3. Kuponok, szórólapok

Mindannyian láttunk már kupont, bedobva a postaládába, kivágtuk már újságból, kaptuk ajándékba, letöltöttük az internetről. Merjük bátran használni. Nem árt persze, ha grafikussal terveztetjük meg a kupont, mert a gagyi kupon a kukában fog kikötni, úgy ahogy én kidobom a postaládámba kétnaponta bedobott vízvezeték szerelő kupon, aztán ha vízvezeték szerelőt keresek, akkor keresek a neten. A szórólap önmagában semmit nem ér, mindig legyen rajta valami kedvezményre jogosító rész, az se baj, ha kivágható a kupon szelvény a szórólapból.

4. Plakát, óriásplakát, kivetítő

Úton útfélen közlekedve a szemünk folyamatosan pásztázza a környezetünket. Mennyi információt szívunk magunkba, amíg otthonról elmegyünk a munkahelyre, ugye? Használd ki ezeket a lehetőségeket, hirdess plakáton, molinón, buszon, villamoson, fényreklámon.

5. Rádió, tv hirdetés

Nap, mint rádiót hallgatunk, tévét nézünk. Ezek is megvásárolható reklámfelületek, bár igaz, hogy drágábbak, mint a hagyományos módszerek, de bizonyos tevékenységet sokkal hatásosabb ilyen helyeken reklámozni.

6. Kiállítások, vásárok

Manapság rengeteg kiállításról, vásárról, expóról lehet hallani. Keressük meg azt a tematikus vásárt, ahol kiállíthatjuk termékeinket, megmutathatjuk szolgáltatásainkat. Ha nincs ilyen szervezzük saját magunk egyet!

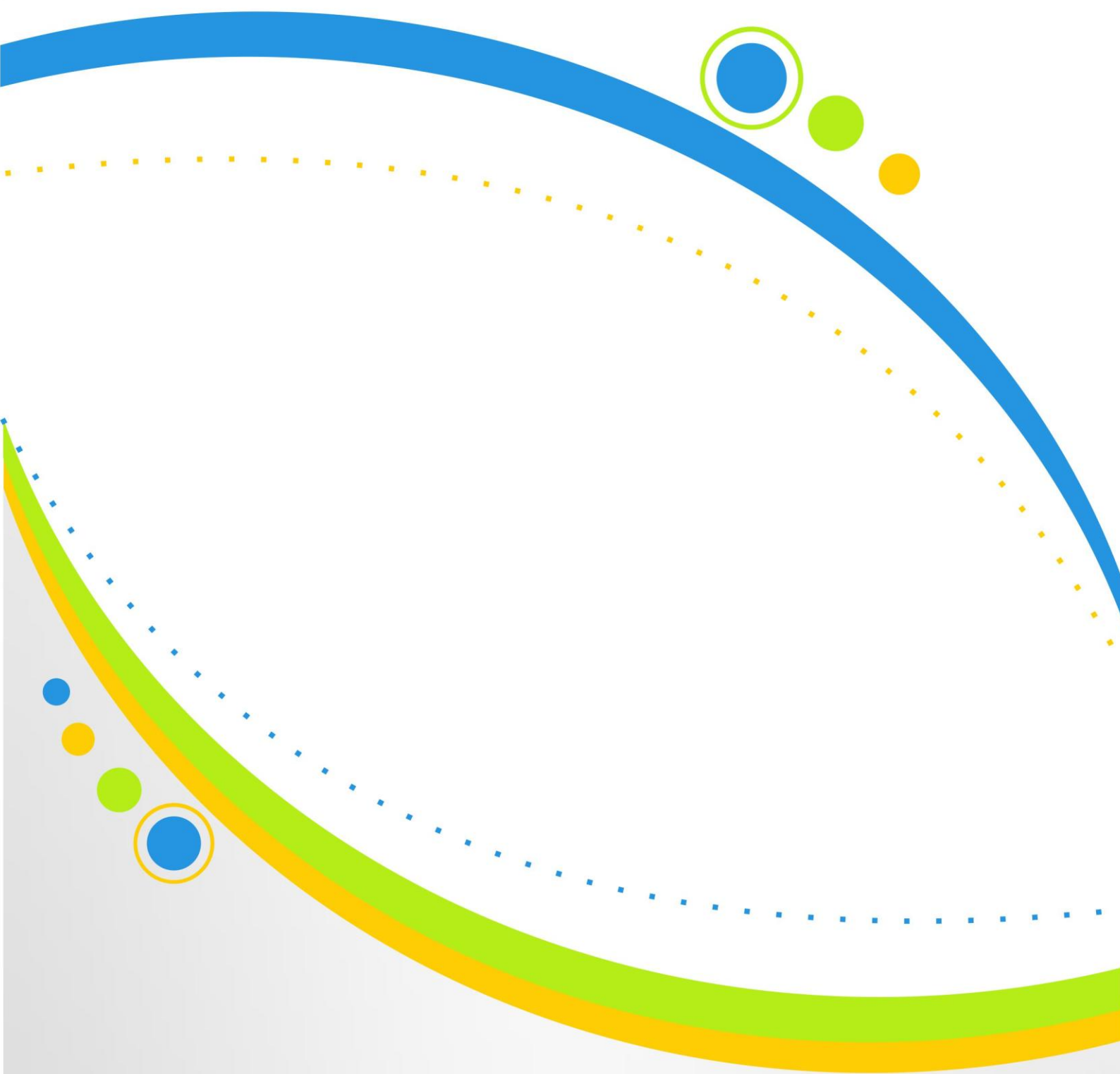




Reméljük ez a néhány információ segítségére lesz mindenkinek, aki elolvassa ezt az **e-bookot**. Ha bármi kérdés felmerül a leírtakkal kapcsolatban, vagy bármilyen hasonló témában, bátran keressetek bennünket az info@greengrafix.hu e-mail címen vagy látogassatok el weboldalunkra www.ggxstudio.com.

Üdvözlettel a GGX Stúdió Kft. csapata!





Minden jog fenntarva!

www.ggxstudio.com