

Online marketing eszközök workshop

Gilincsek Szabolcs

Technetic Services

CEO

szabolcs.gilincsek@technetic.hu

+36 30 790 22 97



technetic
SERVICES



GILINDA

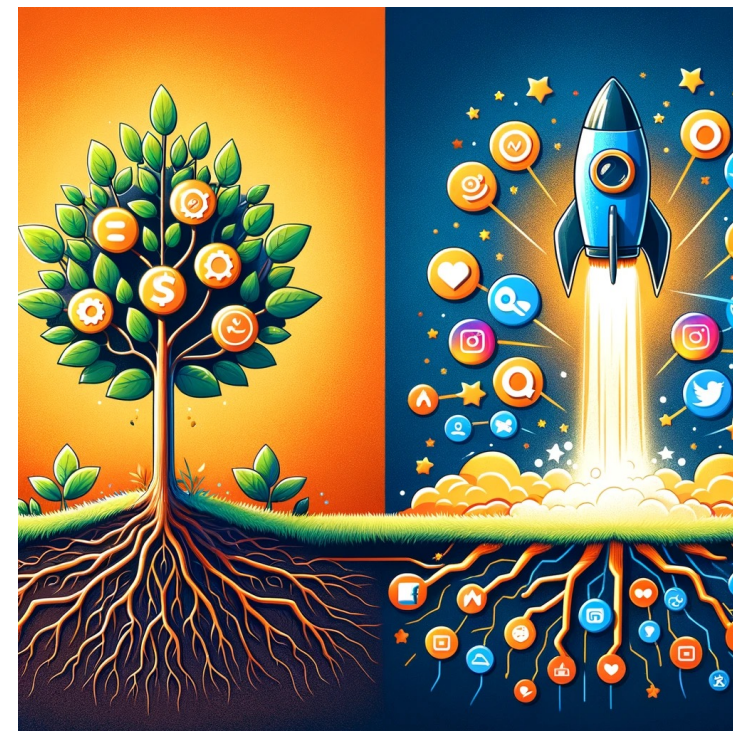
Miért fontos az online marketing?

- Mert muszáj csinálni...
- Az Internet a sales-esünk
- Hitelesség, márkaismertség
- Hatékony verseny
- Virális és organikus növekedés



Virális és organikus növekedés

Organikus terjedés	Virális terjedés
Hosszú távú építkezés	Gyors elterjedés
Költséghatékony	Megosztások és interakciók
Célzott közönség	Magas elérés
SEO	Emocionális hatás
Közösségépítés	Kiszámíthatatlanság



Mi a célunk egyáltalán?

- Hosszú távú stratégia
- Kitűnni a tömegből
- Helyi ismeretek mindig nagy előny
- „Ingyen Google találatok”
- Szakértői Atyaúristen státusz



Startvonal előtt...

- Termék/szolgáltatás
- Konceptió/stratégia/eszközök
- Célcsoport
- Versenytársak (közvetett is)
- Célok (mérhető)
- Fókuszáltság vs kísérletezés



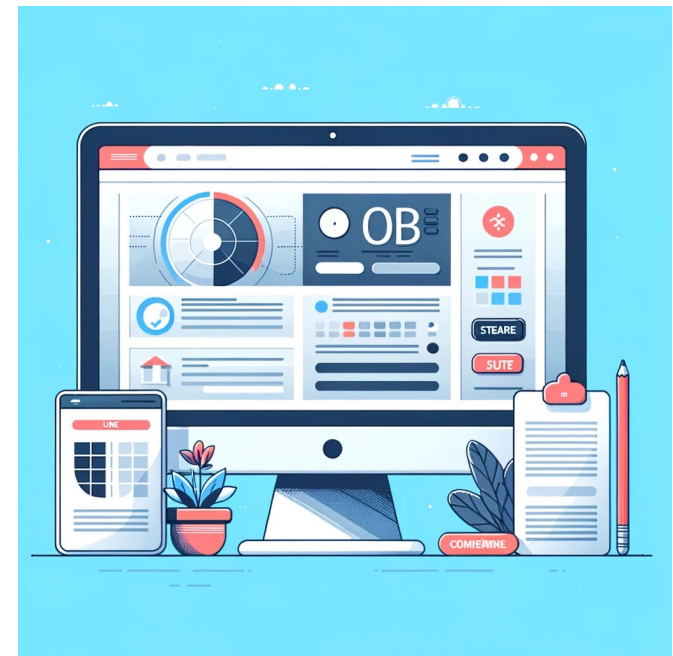
Legfontosabb területek

- Kereső optimalizálás
- Közösségi média marketing
- Email marketing
- Tartalommarketing
- Online hirdetések



Weboldal felépítés

- Felhasználóbarát design
- Mobilbarát megjelenés
- Hitelesség
- Google szolgáltatások
- Online hirdetések



Weboldal SEO

- Aloldalak szövegezése
- Értékes tartalom - Pagerank
- On-page SEO
- Off-page SEO
- Technikai SEO



Online hirdetés

- Az elején drága
- Folyamatos optimalizálás
- Szezonális jelleget figyelembe kell venni
- Konverzióalapú vs. PPC
- A licit ár hektikus
- Lokációs alapú hirdetés
- Célközönség meghatározás



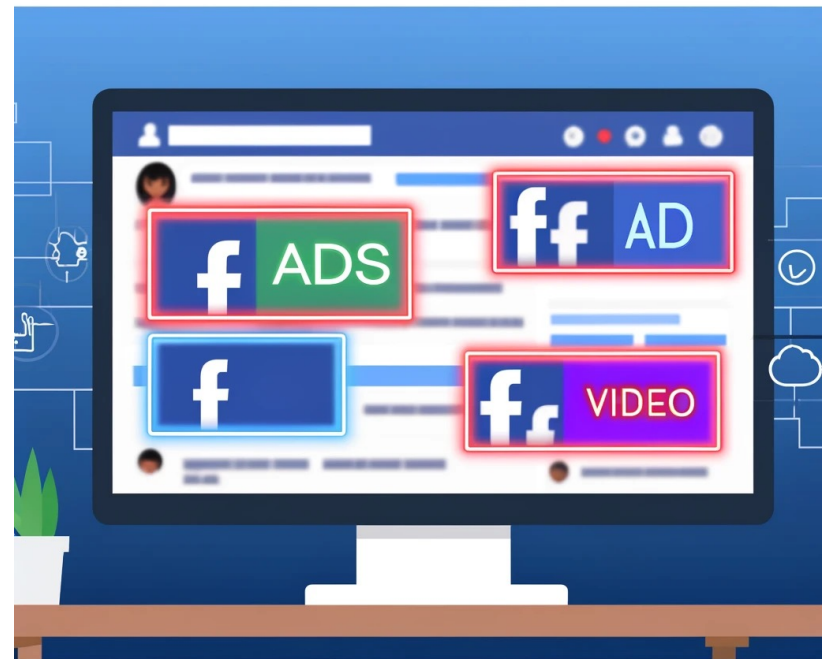
Facebook jelenlét

- Márkaépítés
- Közösségépítés
- Piac elérése
- Hirdetési lehetőségek
- Versenyelőny



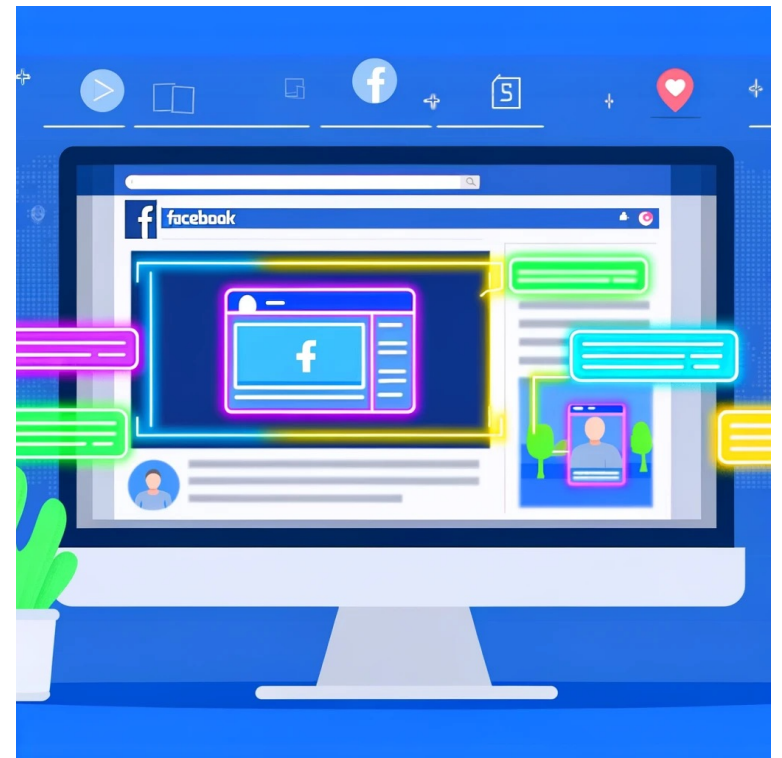
Facebook hirdetés

- A „feed”-ért versenyzünk
- Hirdetés cél szegmentálás
- Viselkedésalapú
- Hirdetési formátumok
- Egyedi célközönség építés



Facebook célközönség

- Bármelyik felépíthető
- Hideg közönség
- Lookalike
- Saját lista
- Remarketing lista



Google hirdetés típusok

- Szöveges hirdetések
- Display hirdetések
- Shopping hirdetések
- Video hirdetések
- Applikáció hirdetések



Google hirdetés

- Kulcsszó kutatás
- PPC típusú hirdetések (manuális vs smart)
- Célok
- Konverziók
- ROI/ROAS (Google AdSense)
- Hirdetésbővítmények



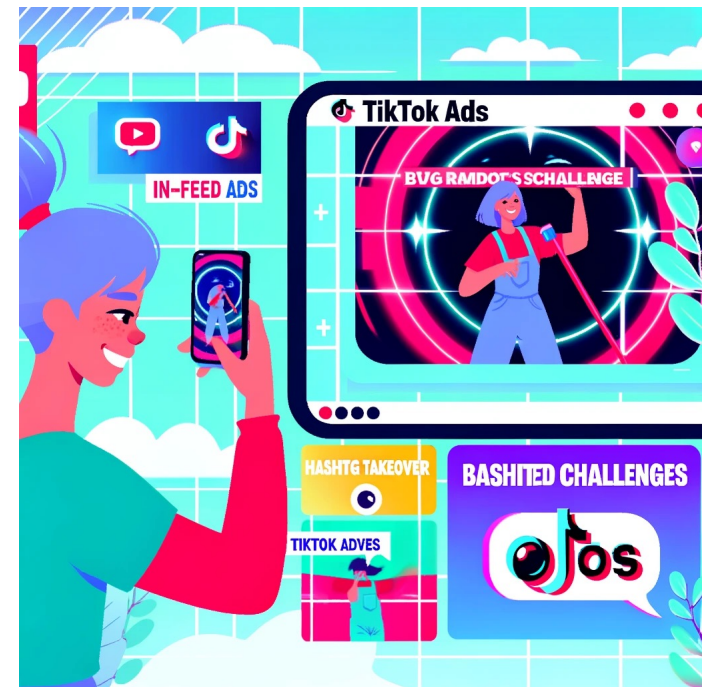
TikTok mint platform

- Rövid videók megosztása
- Főként Z generáció (18-34: 70%)
- Közönség megértése: trendek
- A viralitás a kulcs – első 2 sec
- Nagyon jó analitika
- Jól futnak az edukációs tartalmak



A TikTok fizetett hirdetései

- Célközönség figyelembevétele
- Influencer marketing
- Közönség bevonása fontos
- Elég drága
- Igazán kreatív tartalom kell
- Fel kell ülni a trendekre



LinkedIn jelenlét

- Személyes brand -» B2B márkáépítés
- „Tökéletes” személyes és vállalati profil
- Távcsöves puska (sales, HR, partner)
- Posztolás és interaktálás
- Részletes analitika
- Időigényes platform



LinkedIn Ads

- Szöveges hirdetések
- Szponzorált tartalom
- Szponzorált InMail
- Dinamikus hirdetések
- Videós/karuszel hirdetések
- Jó drága



Remarketing

- Hirdetések újra célzása
- Képes, videós hirdetések
- Like gyűjtés
- Feliratkozási lehetőség
- „Belépő” szolgáltatás felajánlása
- Blogcikkek hirdetése



Digitális eszközök

- Weboldal tartalomkezelő (CMS)
- Email marketing megoldás
- Chatbot szoftver
- SEO eszközök



Kérdések



Online marketing eszközök workshop

Gilincsek Szabolcs

Technetic Services

CEO

szabolcs.gilincsek@technetic.hu

+36 30 790 22 97



technetic
SERVICES



GILINDA