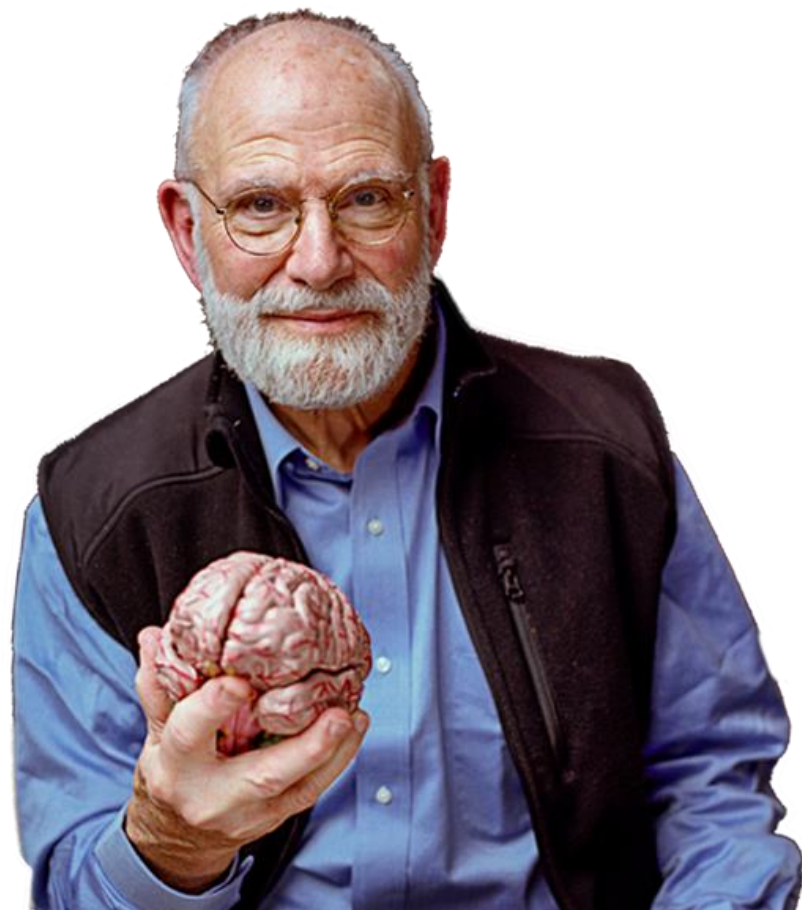


A láthatatlan marketing

dr. Szvetelszky Zsuzsanna

MTA TK „Lendület” RECENS



BAUSA



**AUG
2017**

GLOBAL DIGITAL SNAPSHOT

THE LATEST NUMBERS FOR INTERNET, SOCIAL MEDIA, AND MOBILE USAGE AROUND THE WORLD

TOTAL
POPULATION



we
are
social

7.524

BILLION

URBANISATION:

54%

INTERNET
USERS



3.819

BILLION

PENETRATION:

51%

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS



we
are
social

3.028

BILLION

PENETRATION:

40%

UNIQUE
MOBILE USERS



5.052

BILLION

PENETRATION:

67%

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



2.780

BILLION

PENETRATION:

37%

SOURCE: POPULATION: UNITED NATIONS, U.S. CENSUS BUREAU; INTERNET: INTERNETWORLDSTATS; TWE: INTERNETWORLDSTATS; CM: WORLD FACTBOOK; FB: FB; NATIONAL REGULATORY AUTHORITY; SOCIAL MEDIA AND MOBILE SOCIAL MEDIA: FACEBOOK; TENCENT; VIO NTACT; UVR INTERNET RU; KAKAO; NAVEE; NRI; ACHAE; CAFERATZAR; SMIAPWEL; DING; EXTRAPOLATION OF TNS DATA; MOBILE: GSMA INTELLIGENCE; EXTRAPOLATION OF EMARKETER AND ERICSSON DATA.



Hootsuite

**we
are
social**



Data-driven behavior change



Hogy mit látunk, azon múlik, hogy kik vagyunk: a világkép egy szemüveg

Világképünk a hiedelmeink összessége, nem pedig értékítélet arról, hogy kik vagyunk

A fogyasztó világképe nem állandó: az a fontos, hogy éppen most mit gondol, és miről beszélget a barátaival

A közös világkép nem feltétlenül teremt közösséget

- Amit a világkép befolyásol:
- 1. figyelem – az egyik legértékesebb emberi erőforrás
- 2. előítélet – amit az emberek nem akarnak megváltoztatni
- 3. nyelvezet – szavak, színes, betűtípusok, csatorna

A marketingnek kapcsolódnia kell a fogyasztó világnézetéhez



„Vivőanyagok”

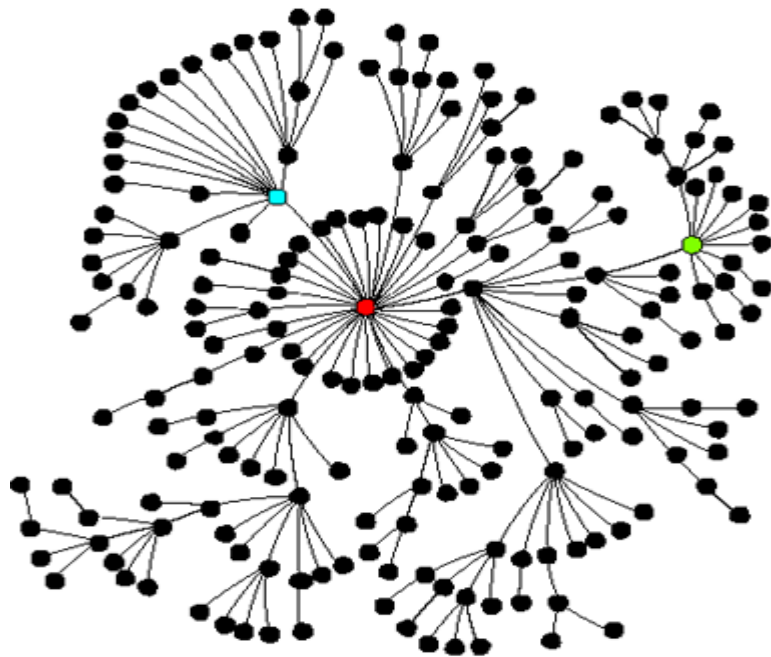
- Szex
- Hatalom
- Pénz
- Kompetencia
- Stílus
- Deviancia
- Integráció

Terjedés

- A fogyasztói magatartás
90 %-a imitáció



Hálózatok



A kapcsolat a fogyasztó



Ígérettípusok

- Pénz
- Biztonság
- Öröm
- Gyönyör
- Önbecsülés
- Siker a társaságban
- Szabadidő
- Csoda
- Tartozás egy csoporthoz

A félelemre appellálva: lehet ígérni azt is, hogy mindezek ellenkezőjétől megment a termék

Járat	Irány	Indulás (perc)
H5	Batthyány tér	
86	Újbuda, Függetlenségi R.	
17	Batthyány tér M H	
260	Virágosnyereg út	2'
9	Úbuda, Bozdáni út	4'
H5	Békásmegyér	4'
260A	Batthyány tér M H	5'
86	Úbuda, Bozdáni út	5'

Margit híd, budai hídfő H

BUDAPEST BKK

NEM ígéret

- Minőség
- Kedvező ár
- Garancia
- Kedves ügyfélszolgálat
- Szép reklámanyagok

Oxymoron – az ellentmondás, ami beágyaz

- Koffeinmentes kávé
- Alkoholmentes sör
- Környezetbarát autó

C2C



Bortársaság hírlevél

"Nem vagyunk elektronikusan aktívak. A *fotózom, posztolom, feltöltöm* kifejezések nem mennek a családi asztal körül. A *préselem, derítem, kóstolom* sokkal gyakoribb téma. Nem attól lesz jó egy bor, ha minél nagyobb hírértéket adunk neki. Önmagában kell megállnia a helyét. Ha szeretik, jó. Attól, hogy posztolják, még nem lesz jobb."



CONNECTEDNESS