
ÉRDEKEK MEGMUTATKOZÁSA A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN



Internet Hungary 2018., Siófok
2018. szeptember 26.

Mezei Alexandra
Growww Digital

BEMUTATKOZIK A GROWWW DIGITAL



- Eredményorientált, független digitálismarketing-ügynökség (alapítás éve: 2013)
- Sikersztorikat építünk a CEE-régióban: kiemelkedő növekedési potenciállal rendelkező projektek megvalósítása
- 82% átlagos év/év növekedés ügyfeleink üzleti mutatóiban 2017-ben
 - miközben a CEE átlagos növekedés: 14,2%
- Senior munkatársak – szakmai tapasztalat:
 - PPC: 12+ év
 - Közösségimédia- és márkakommunikáció: 8+ év



PUBLIKUS REFERENCIÁNK

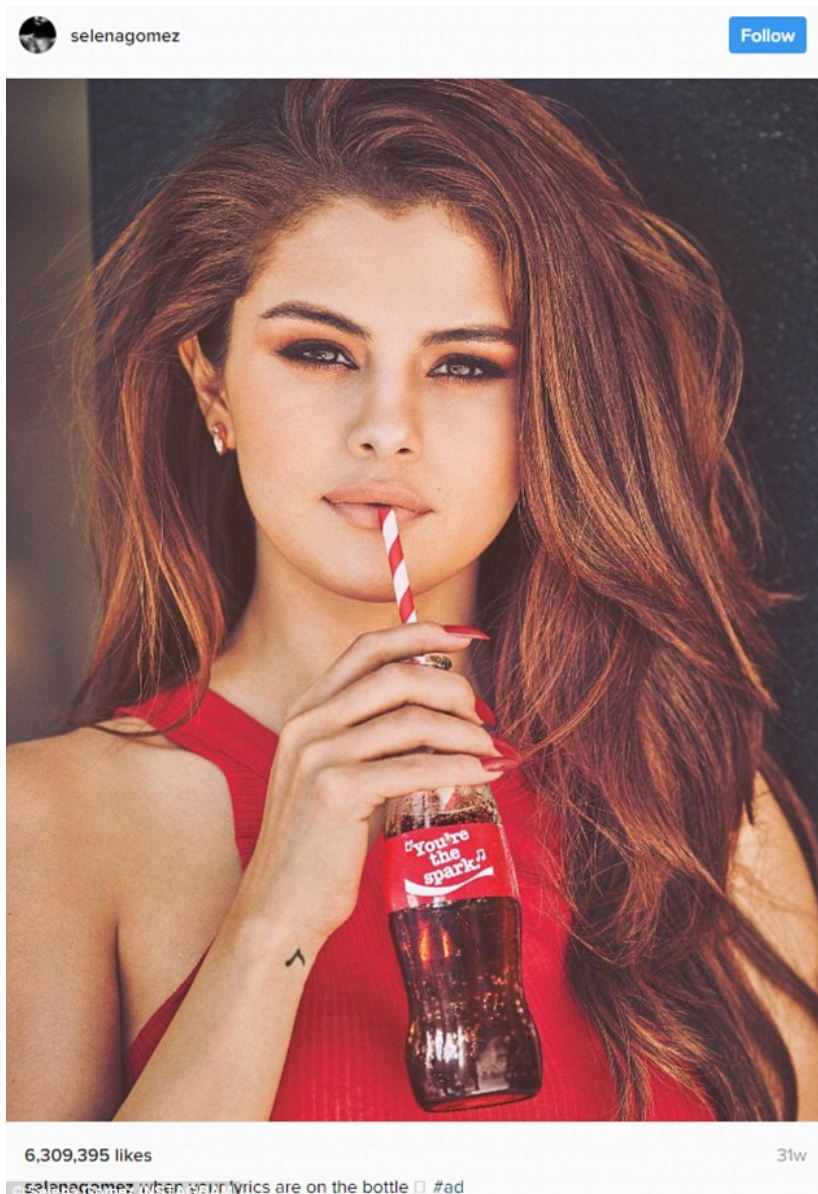
					
					
					
					

„Szép az, ami érdek nélkül
tetszik.”

- Immanuel Kant
filozófus



A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁT AZ ÉRDEKEK VEZÉRLIK



TULAJDONOS

- Megtérülés: **anyagi értelemben** (haszon), **időben** (figyelem), **térben** (forgalomterelés)



Értékesítés, márkaismertség-növelés, tájékoztatás, lead-generálás, kapcsolattartás, adatbázisépítés

FELHASZNÁLÓ

- Nyereség: **anyagi értelemben** (vásárlás), **időben** (információ), **térben** (idő nyereség)



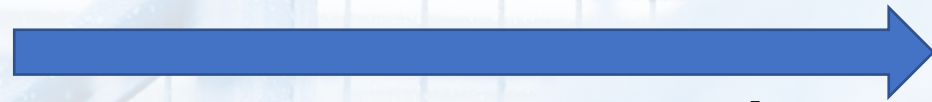
Akciós ajánlatok, márkák megismerése, tájékozódás, megbízható források keresése, kapcsolattartás

TARTALOM

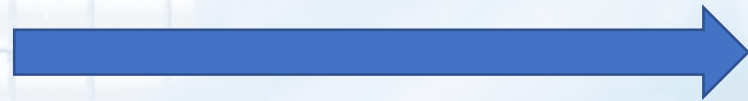


ÉRDEKEK TELJESÜLÉSE

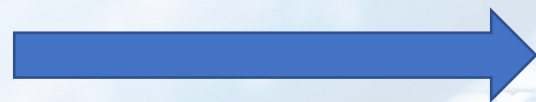
3 LÉPCSŐFOK A SIKERES FACEBOOK-OLDALIG



Szeretet-lájk



Érdek-lájk



No lájk



A minőségi tartalom:

- 1. Azt adja** az olvasónak, amire az **vágyik** – máskülönben a tartalom **nem más, mint zaj**
- 2. Reakcióra** ösztönzi a felhasználót – a pszichológiai hatásokat veszi figyelembe, **érzelmeket vált ki**
- 3. Mérhető eredményeket** szállít – kattintás, időráfordítás, letöltés, látogatás, kapcsolatfelvétel



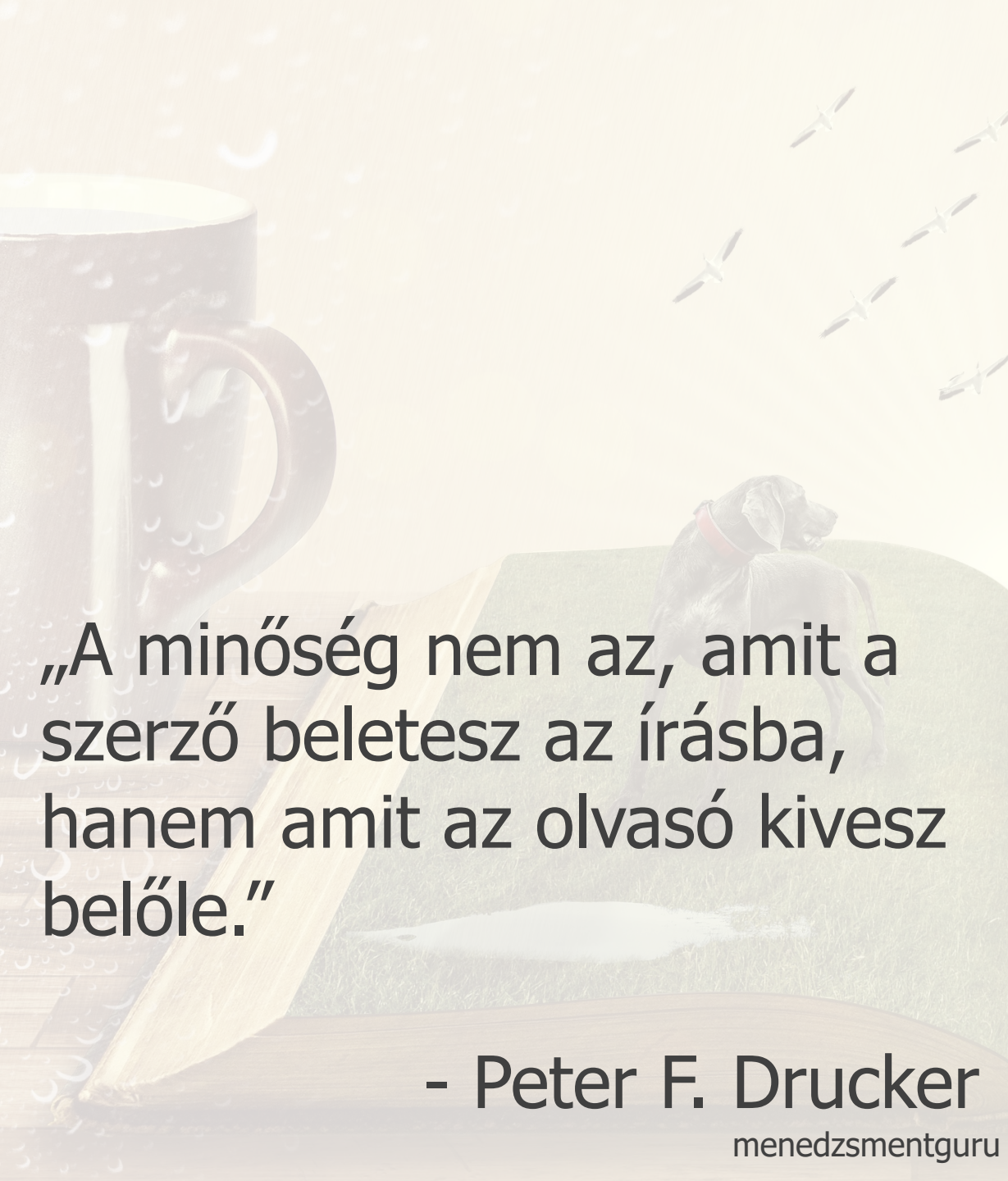
„Tartalom bármi lehet, ami
értéket ad az olvasónak.”

- Avinash Kaushik
a Google evangelistája



A LEGGYAKRABBAN ELKÖVETETT HIBÁK

- Egyirányú kommunikáció  zajsztint növelése
- Érdektelen tartalom  a hatás (reakció) elmaradása
- Azért írni, hogy írjunk  azért írjunk, hogy értéket adjunk



„A minőség nem az, amit a
szerző beletesz az írásba,
hanem amit az olvasó kivesz
belőle.”

- Peter F. Drucker
menedzsmentguru



1. Figyelembe véve, hogy embereknek készül

- pszichológiai hatások felhasználásával (emóció kiváltása, problémára megoldás kínálása)
- látványos megjelenítéssel
- szem előtt tartva, hogy az aktív olvasó a jó fogyasztó
- A rajongók érdekeit szem előtt tartva



2. A felhasználó szemével nézve

- érdekes tények és adatok közlésével
- fő- és melléküzenetekkel
- játékkal, könnyedséggel



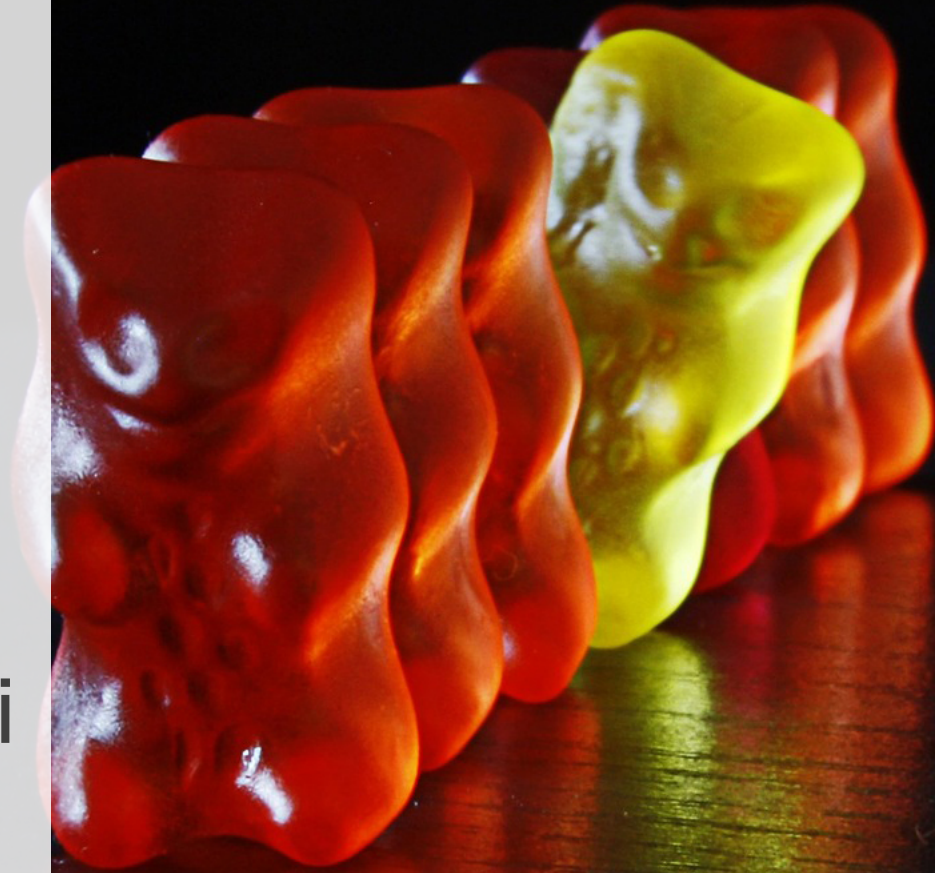
3. Kreatív gondolkodással

- hibás döntés: „majd valaki elolvassa”; az olvasó azért olvassa el, mert a közzétevő a figyelmére érdemes
- ne legyen „túlírva”
- szóljon a márkáról – ami elhangzik az legyen az, amit a rajongók tudni akarnak
- a célok teljesítését szem előtt tartva



„Ahelyett, hogy az emberek
figyelmét a márkád felé
terelnéd, gondoskodj arról,
hogy a márkád legyen az, ami
felkelti a figyelmüket.”

- Craig Davis
ügyvezető, J Walter Thomson



1. A jól menedzselt Facebook-oldal ismérve, hogy nem a márkáé, hanem a rajongóké
2. A siker nemcsak lájkokban mérhető
3. Érdemes „hallgatni” megszólalás előtt



The image shows a Facebook post for Eneloop batteries. The main image is a product shot of a Panasonic Eneloop battery pack (Basic Charger) containing four AA batteries, set against a background of green grass. A white text box on the right side of the image contains the text: **JÁTSSZ VELÜNK ÉS NYERJ ENELOOP TÖLTŐSZETTET!**

Get More Likes, Comments and Shares
This post is performing better than 95% of other posts on your Page. Boost this post for 5,800 Ft to reach up to 12,000 people.

5,995 people reached [Boost Post](#)

208 222 Comments 70 Shares



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

MEZEI ALEXANDRA
Divízióvezető,

közösségimédia- és márkakommunikáció
alexandra@growwwdigital.com