

Több platformos kommunikáció hatékonyan

2023.07.28.

Lévai Richárd



MA

- ▶ 10:30-10:45 szünet
- ▶ 12:15-12:45 ebédszünet
- ▶ 14:15-14:30 szünet

Kérdezz bármikor írásban a chatben!

Miért kell több platformon
kommunikálni?

1.:

- ▶ A célcsoport több helyen ott van, megosztja a figyelmét.
- ▶ Ha nem vagyunk ott elég helyen: hátrányba kerülünk

Közösségi platformok

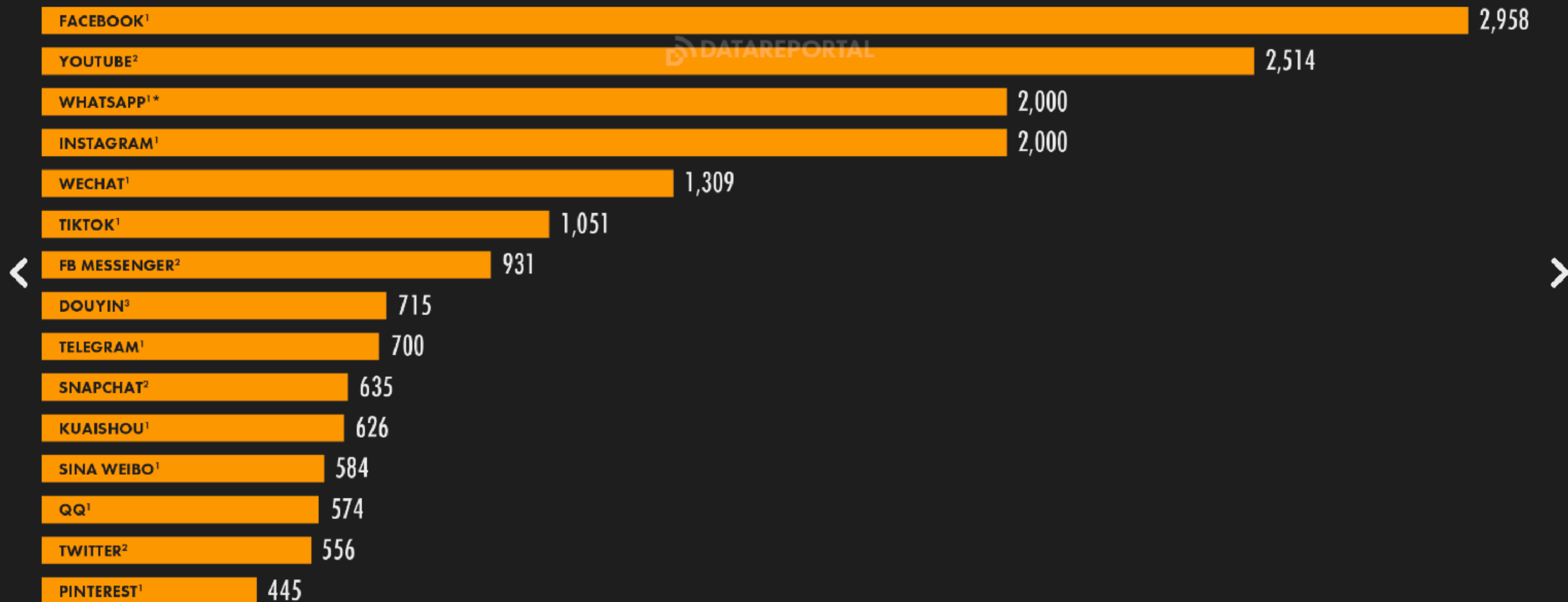
JAN
2023

THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS)



GLOBAL OVERVIEW



182

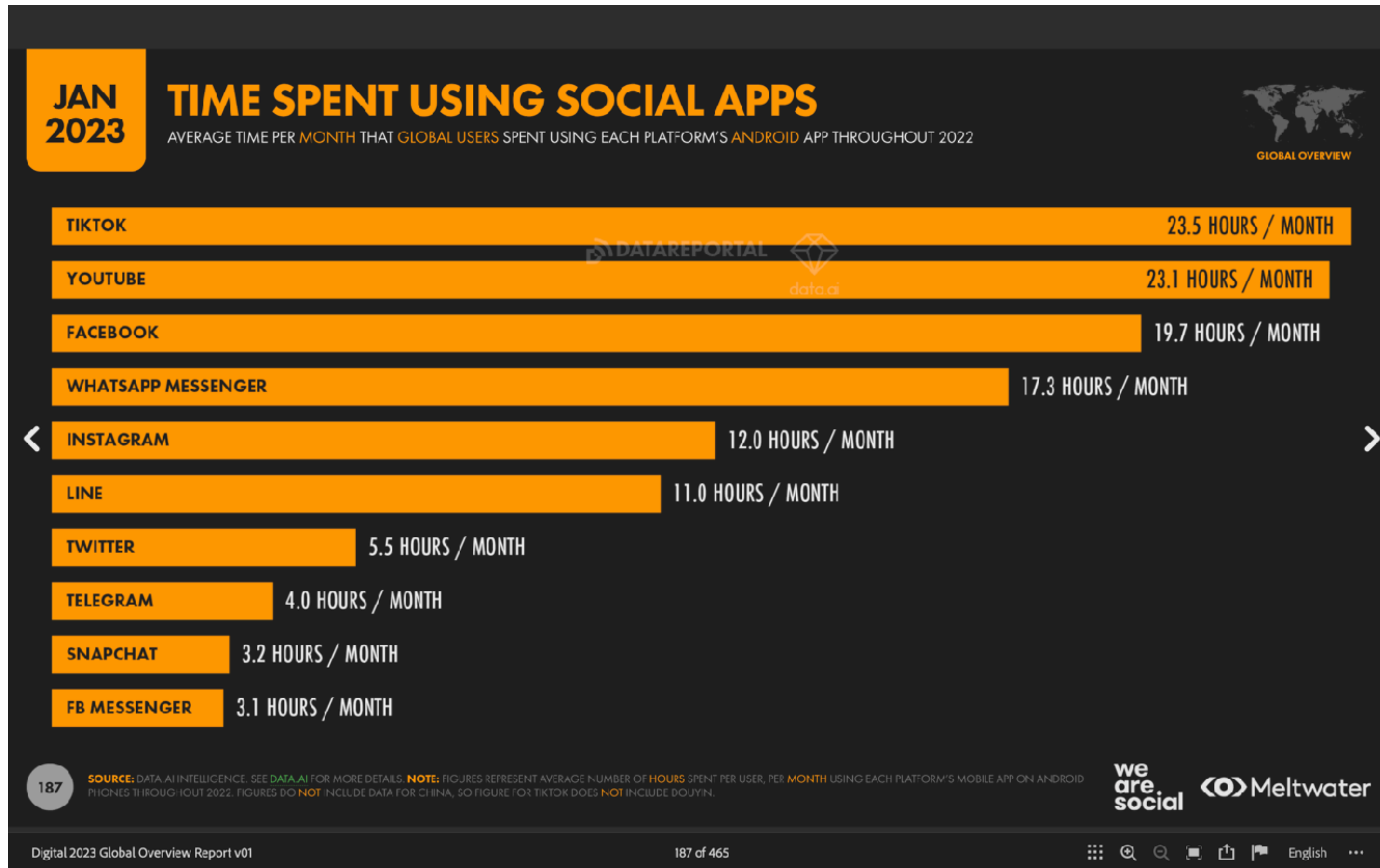
SOURCES: KEPIOS ANALYSIS OF (1) COMPANY ANNOUNCEMENTS OF MONTHLY ACTIVE USERS; (2) PLATFORMS' SELF-SERVICE ADVERTISING RESOURCES; (3) ANALYSYS.CN. **ADVISORY:** USERS MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS. **COMPARABILITY:** PLATFORMS IDENTIFIED BY (*) HAVE NOT PUBLISHED UPDATED USER FIGURES IN THE PAST 12 MONTHS, SO FIGURES ARE LESS REPRESENTATIVE. BASE CHANGES AND METHODOLOGY CHANGES IN SOURCE DATA MEAN THAT FIGURES MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater



Közösségi platformok



Közösségi platformok

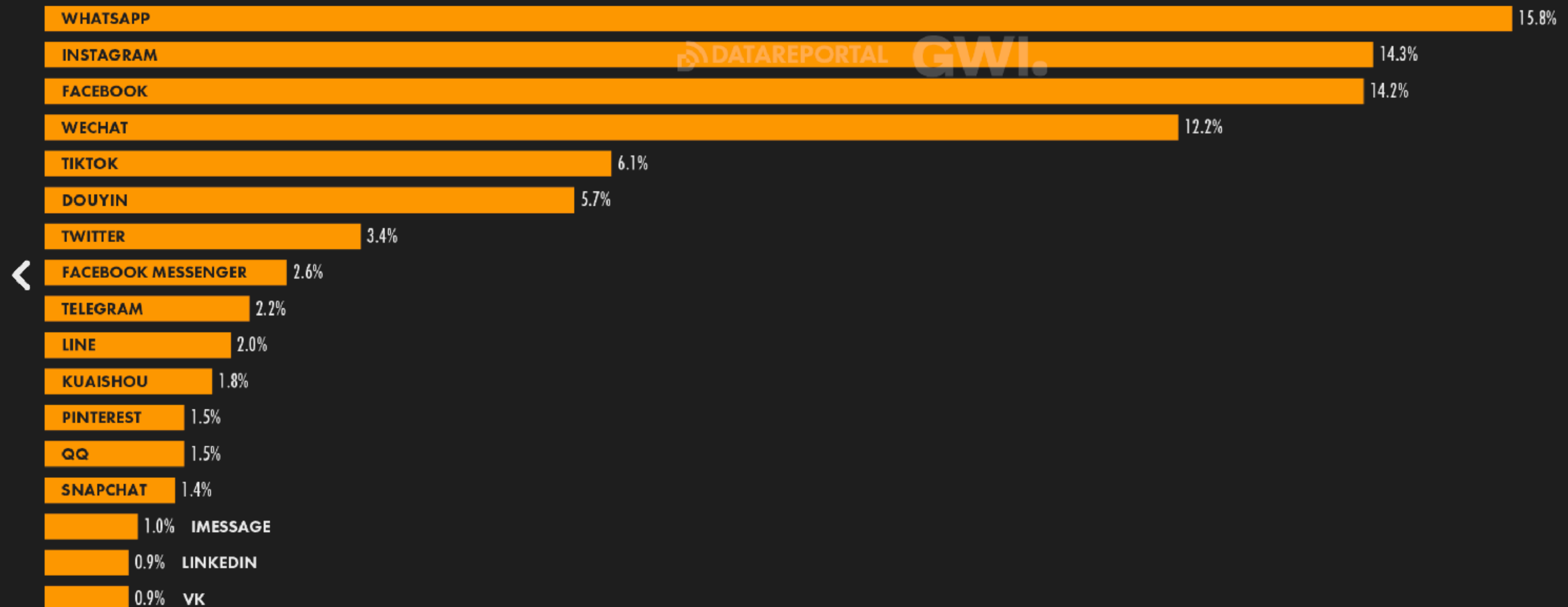
JAN
2023

FAVOURITE SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF ACTIVE SOCIAL MEDIA USERS AGED 16 TO 64 WHO SAY THAT EACH OPTION IS THEIR "FAVOURITE" SOCIAL MEDIA PLATFORM



GLOBAL OVERVIEW



184

SOURCE: GWI (Q3 2022). SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTES:** ONLY INCLUDES INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO HAVE USED AT LEAST ONE SOCIAL MEDIA PLATFORM IN THE PAST MONTH. SURVEY RESPONDENTS COULD CHOOSE FROM OTHER OPTIONS NOT SHOWN ON THIS CHART, SO VALUES MAY NOT SUM TO 100%. YOUTUBE IS NOT AVAILABLE AS AN ANSWER FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. WE REPORT GWI'S VALUES FOR TIKTOK IN CHINA SEPARATELY AS DOUYIN, AS PER BYTEDANCE'S CORPORATE REPORTING.

we
are
social

Meltwater



Mentor K

Közösségi platformok

TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING

Rank	Brand	For News	For All
 1	Facebook	60% (+1)	81%
 2	YouTube	27% (+1)	75%
 3	Facebook Messenger	14% (+2)	66%
 4	Instagram	8% (+2)	34%
 5	TikTok	5% (+3)	21%
 6	Viber	4% (+2)	27%

Forrás: Reuters Institute Digital News Report 2022

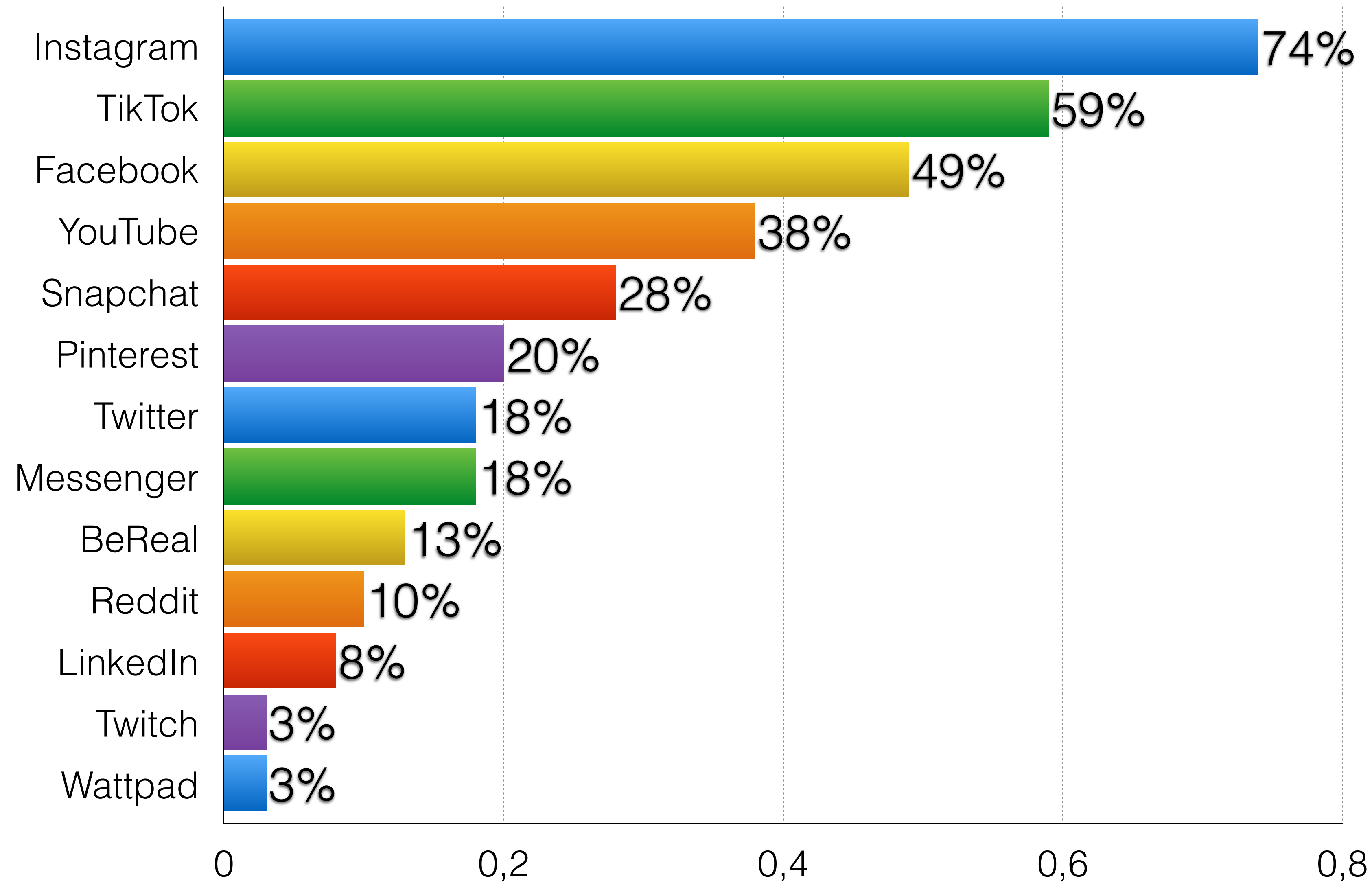
Közösségi platformok

1,7 óra		7,09 millió, 22% 25-34 év
1,8 óra		6 millió, 21,5% 34-44 év
1 óra		2,5 millió, 20% 25-34 év
1,3 óra		2 millió, 46% 16-24 év

40% többet használja
a közösségi médiát,
mint a pandémia
előtt.
(Kaspersky)

Forrás: Kaspersky, We are Social, Facebook, TikTok

Közösségi platformok



Nem reprezentatív
felmérés 20-22 évesek
között

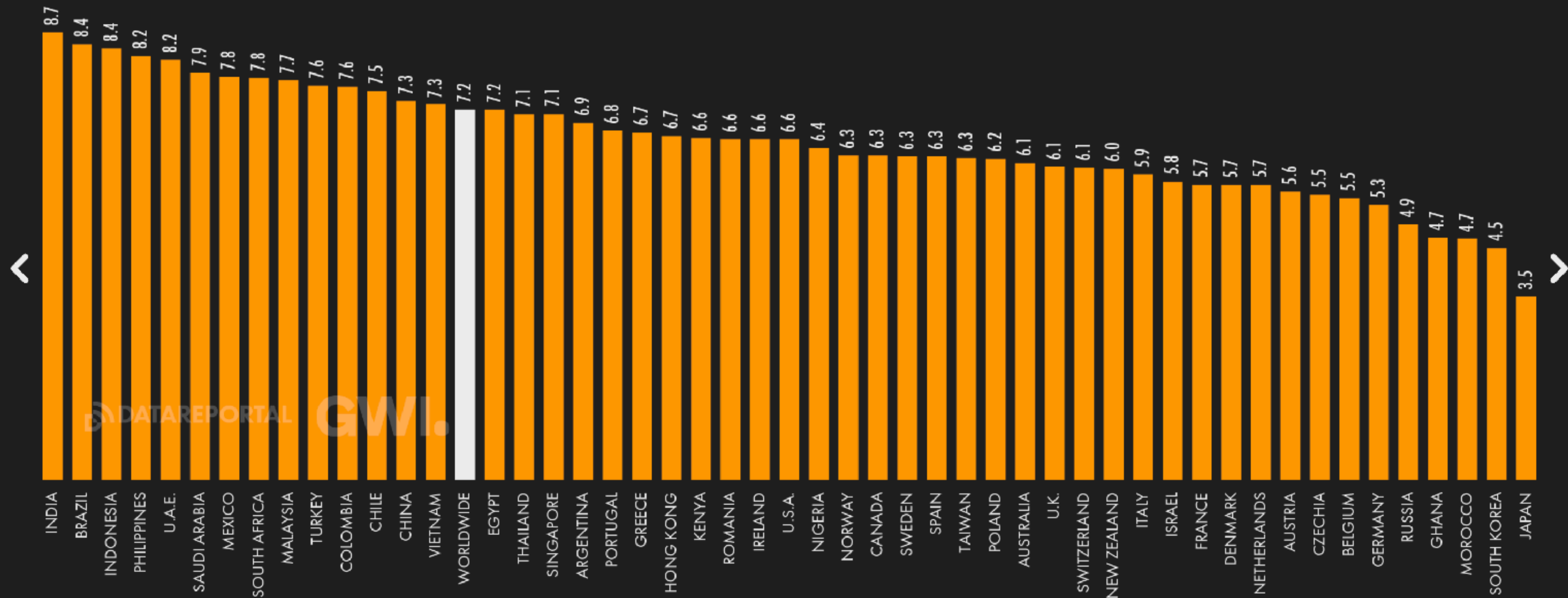
3,41 közösségi platform
fejenként

Közösségi platformok

JAN
2023

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL PLATFORMS USED

AVERAGE NUMBER OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 USE ACTIVELY EACH MONTH



180

SOURCE: GWI (Q3 2022). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD GLOBAL SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE [GWI.COM](https://www.gwi.com) FOR FULL DETAILS. **NOTE:** INCLUDES DATA FOR YOUTUBE.
COMPARABILITY: A CHART WITH A SIMILAR TITLE APPEARED IN PREVIOUS REPORTS IN THIS SERIES, BUT THOSE PREVIOUS VERSIONS INCLUDED DATA FOR ACCOUNT OWNERSHIP RATHER THAN ACTIVE USE. FIGURES SHOWN HERE ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

Meltwater



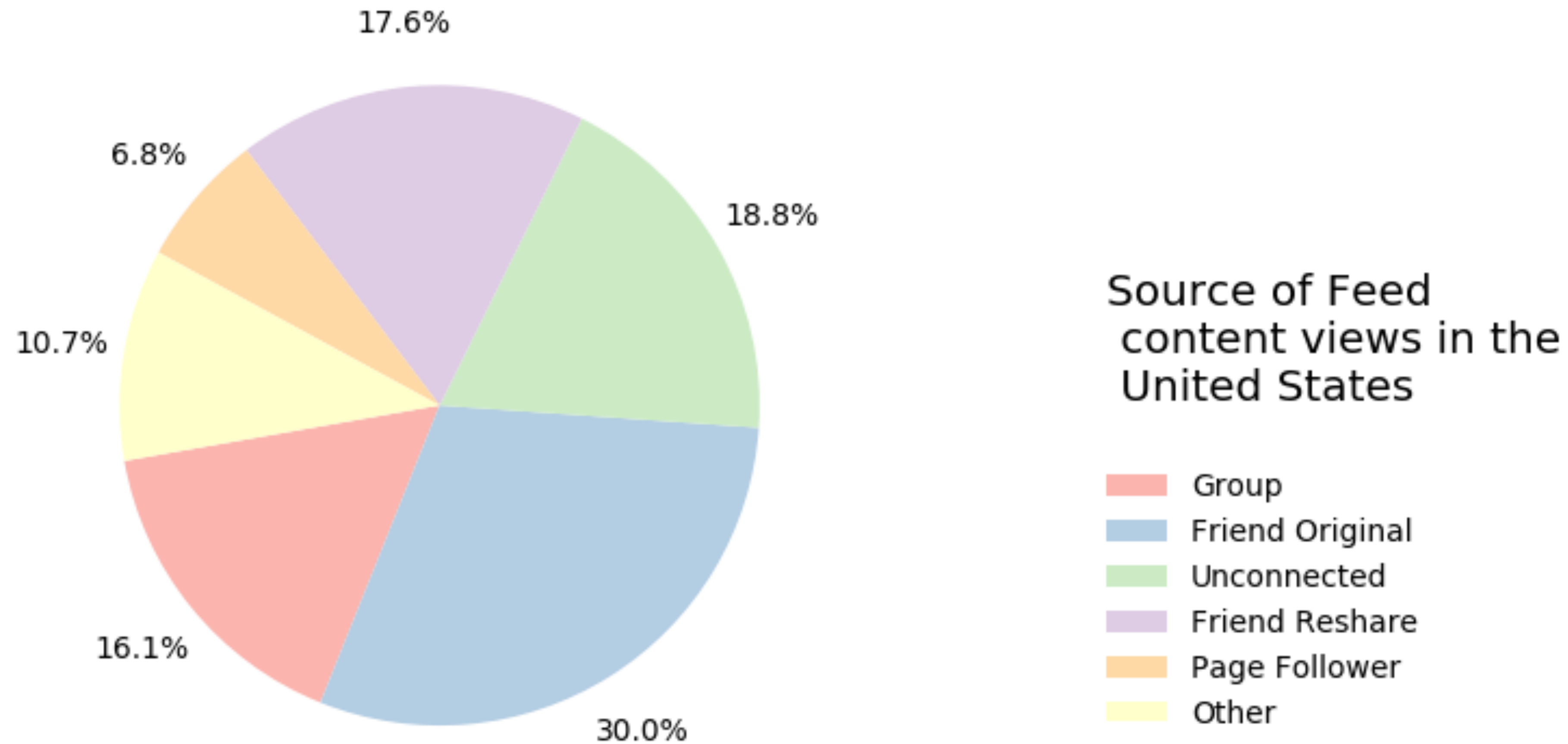
2.:

- ▶ A platformok veszélyben vannak (TikTok letiltás, Meta feldarabolás...)
- ▶ Több lábon kell állni, hogy biztosítsuk a marketingünket!

3.:

- ▶ A platformok lehetőségei drasztikusan átalakultak

Facebook feed tartalom trendek



<https://transparency.fb.com/en-gb/data/widely-viewed-content-report/>

Facebook feed tartalom trendek

You can see all this summarized in the following table:

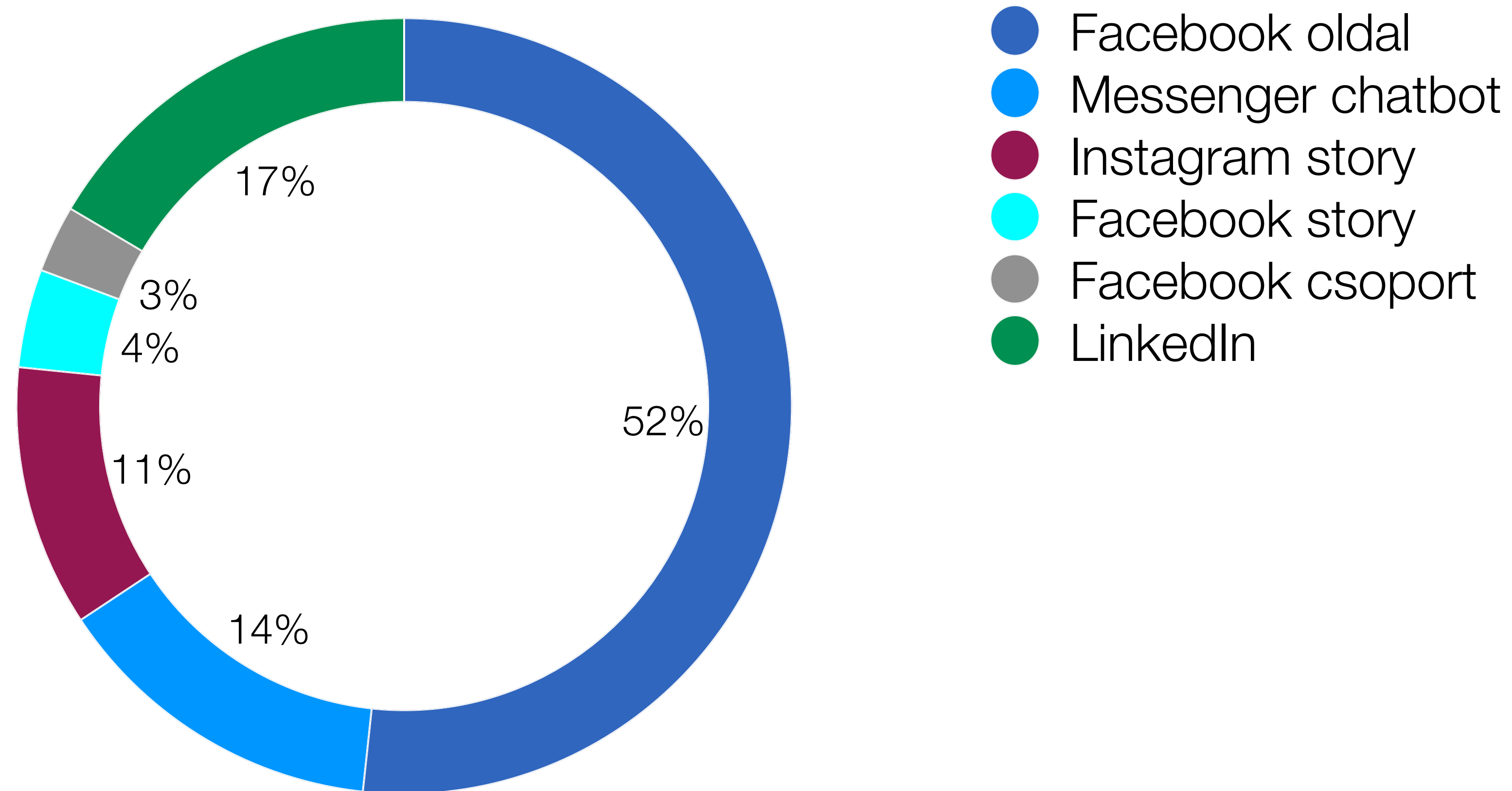
	Posts From Friends and People Followed	Posts from Groups joined	Posts from Pages followed	Unconnected Posts	Other	Grand Total
Post with a link	1.8%	0.4%	2.5%	2.8%	0.2%	7.7%
Post with no link	45.8%	15.8%	4.3%	16.0%	10.5%	92.3%
Grand total	47.6%	16.1%	6.8%	18.8%	10.7%	100.0%

Organic Feed content views in the US during Q1 2023, broken down by whether the individual post contained a link to an external site or app.

<https://transparency.fb.com/en-gb/data/widely-viewed-content-report/>

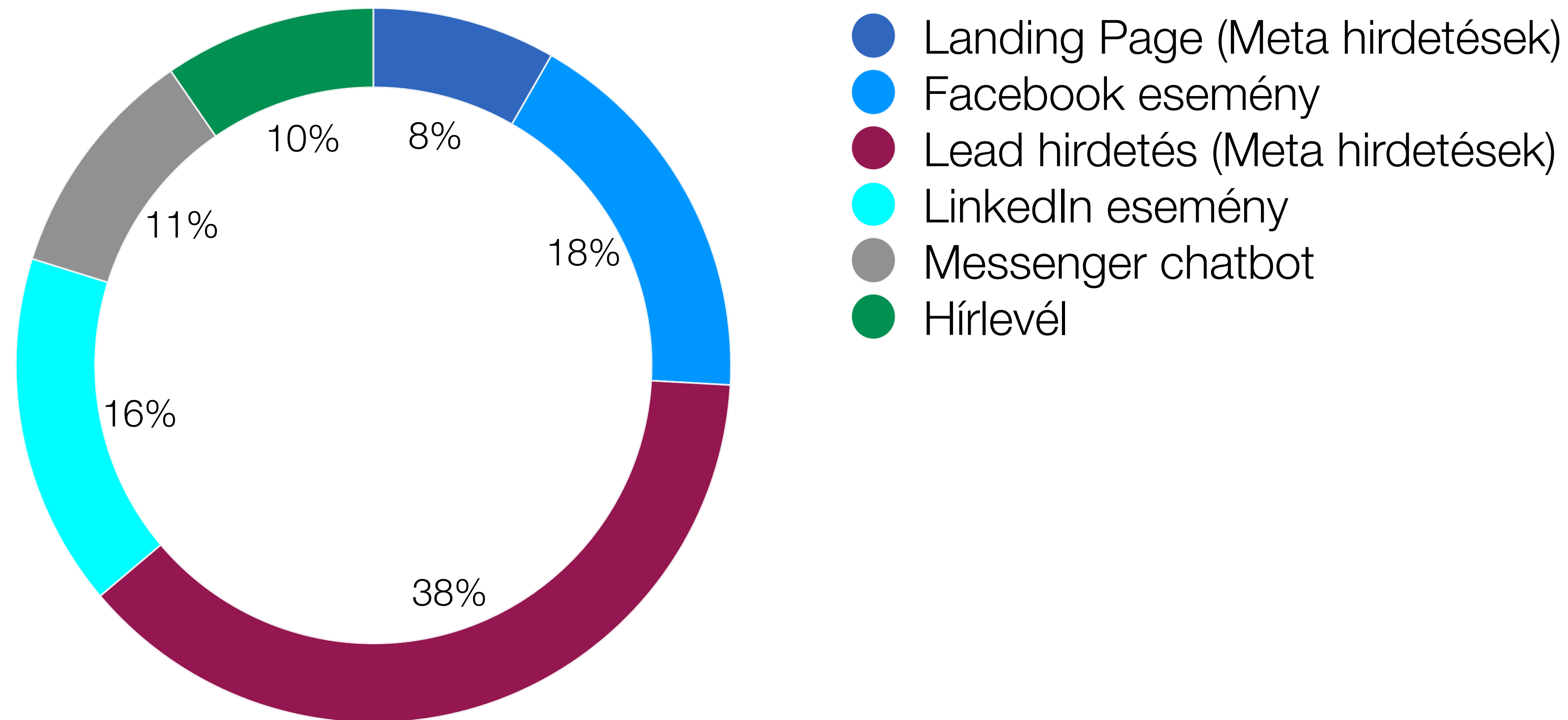
A több platform előnye

Forgalomterelés több platformról



A több platform előnyei

Adatbázis építés több platformon

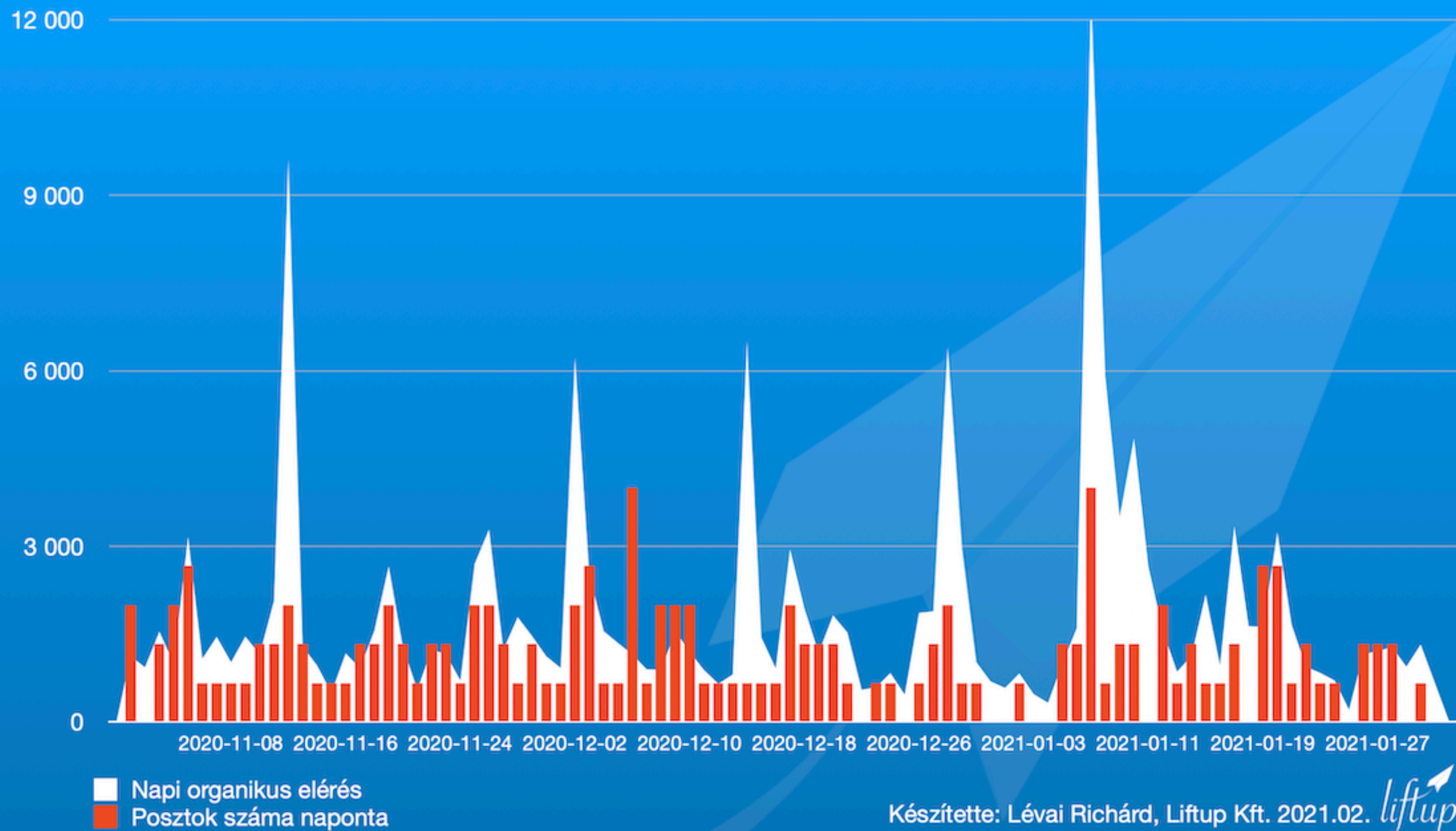


Milyen gyakran “kell”
kommunikálni?

Mennyit kommunikáljunk?

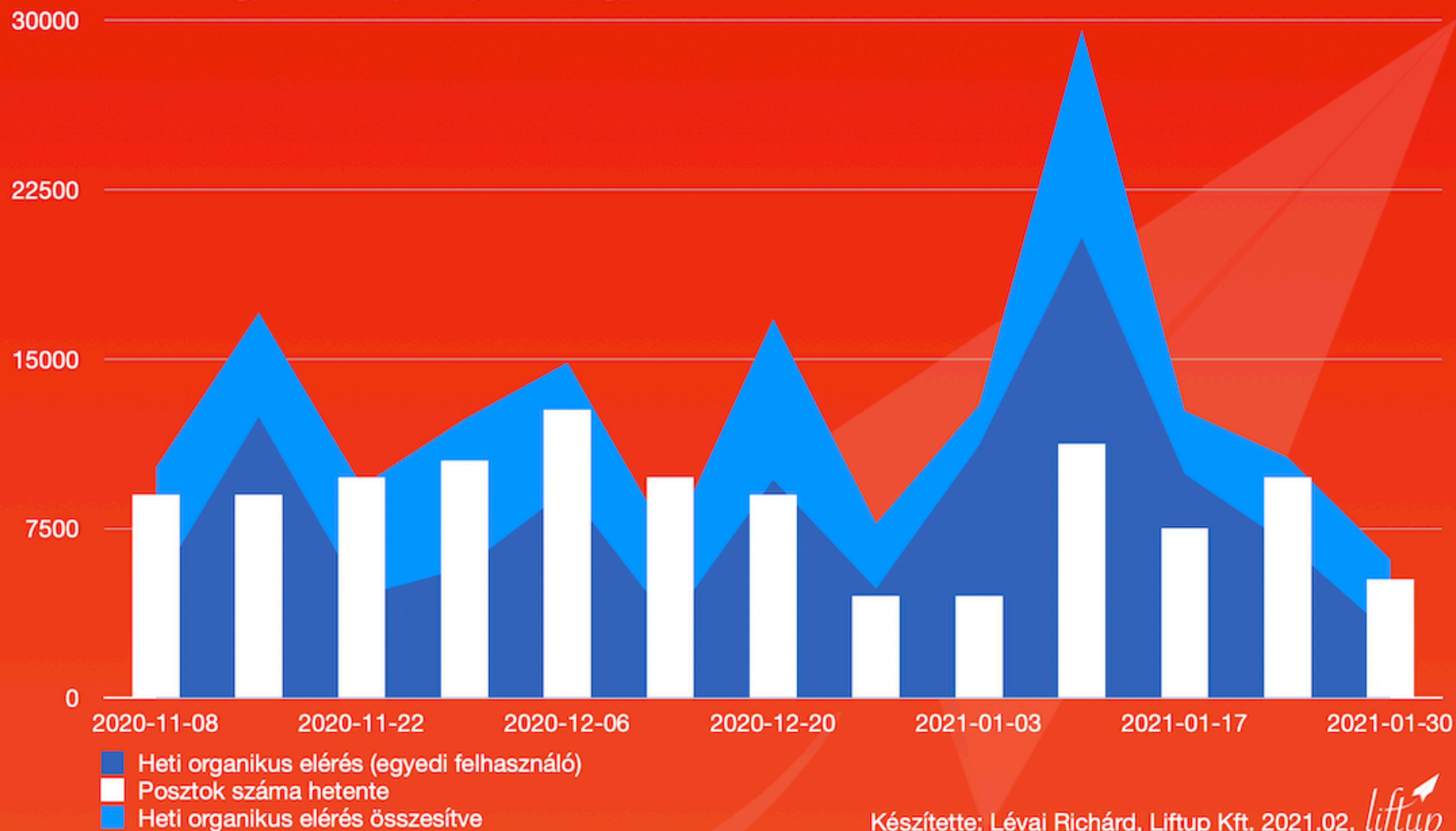
- ▶ Hány posztot írunk naponta?
- ▶ Hogy növeljük az elérést?
- ▶ Hogy növeljük a forgalmat a weboldalunkon?

Hogyan befolyásolja a bejegyzések száma Facebook-oldal elérését naponta?



Készítette: Lévai Richárd, Liftup Kft. 2021.02. *liftup*

Hogyan befolyásolja a bejegyzések száma Facebook-oldal elérését hetente?



Készítette: Lévai Richárd, Liftup Kft. 2021.02. *liftup*



Mennyit kommunikáljunk?

- ▶ TikTok javaslata:
- ▶ 1-4 poszt (videó) naponta

<https://www.tiktok.com/business/en-US/blog/tiktok-creative-ultimate-guide?redirected=1>

Mennyit kommunikáljunk?

- ▶ A kommunikáció gyakoriságának igazából nincs felső határa
- ▶ De a gyakoriság növelés nem mehet a minőség rovására

Mennyit kommunikáljunk?

- ▶ Egy vásárlónak 10-szer kell találkoznia a hirdetésünkkel, mielőtt vásárol.

[https://www.tandfonline.com/doi/figure/
10.1080/00913367.2016.1185981?
scroll=top&needAccess=true](https://www.tandfonline.com/doi/figure/10.1080/00913367.2016.1185981?scroll=top&needAccess=true)

Mennyit kommunikáljunk?

- ▶ A gyakoribb kommunikációt indokolja a célcsoport sokszínűsége is

	Ismerkedő, érdeklődő	Fontolgtató	Aki a vásárlás küszöbén áll	Már vásárolt	Profi, törzsvásárló
Termékcso. 1.					
Termékcso. 2.					
Termékcso. 3.					

Mennyit kommunikáljunk?

Több stratégia:

- ▶ Gyakori posztolás -> always on jelenlét -> kevesebb hirdetés
- ▶ Ritkább kommunikáció -> több hirdetés
- ▶ Ritkább, de extrém kiemelkedő kommunikáció -> kevesebb hirdetés



1. Több platformon

2. Gyakrabban

Noooormális?!?



Kommunikáció többszörözés kevesebb munkával

Cél: a hatékony, több platformos kommunikációs megoldások megismerése

- ▶ Ugyanannyi munka, több kommunikáció
- ▶ Kicsit több munka, nagyságrendekkel több kommunikáció
- ▶ Kevesebb munka, ugyanennyi kommunikáció
- ~~▶ 0 munka sok kommunikáció~~

Kommunikáció többszörözés kevesebb munkával

- ▶ 1 platform, 2,5 óra munka , 1 megjelenés,
-> 1 egységnyi elérés, 1 egységnyi kattintás
- ▶ 6 platform, 5 munka, 30 megjelenés
-> 20 egységnyi elérés, 30 egységnyi kattintás

Kommunikáció többszörözés kevesebb munkával

Feladat:

- ▶ Kialakítani egy olyan kommunikációs rutint, ahol több platformon, több alkalommal tudunk kommunikálni, ÉS ehhez kevesebb időt és energiát használunk fel elemenként.

Egy fenékkal több lovat...?

generikus tartalom

kiszervezés

automatizálás

rutin

mobilos tartalom

sablonok

újrapublikálás

Generikus tartalom

- ▶ Egy poszt, ami interaktivitást generál mindenhol
- ▶ Egy kép, ami sztoriban és posztban is működik
- ▶ Videó, ami jó Instagramon, TikTokon, Facebookon, Linkednen
- ▶ Tartalom, ami újra meg újra felhasználható
- ▶ ...

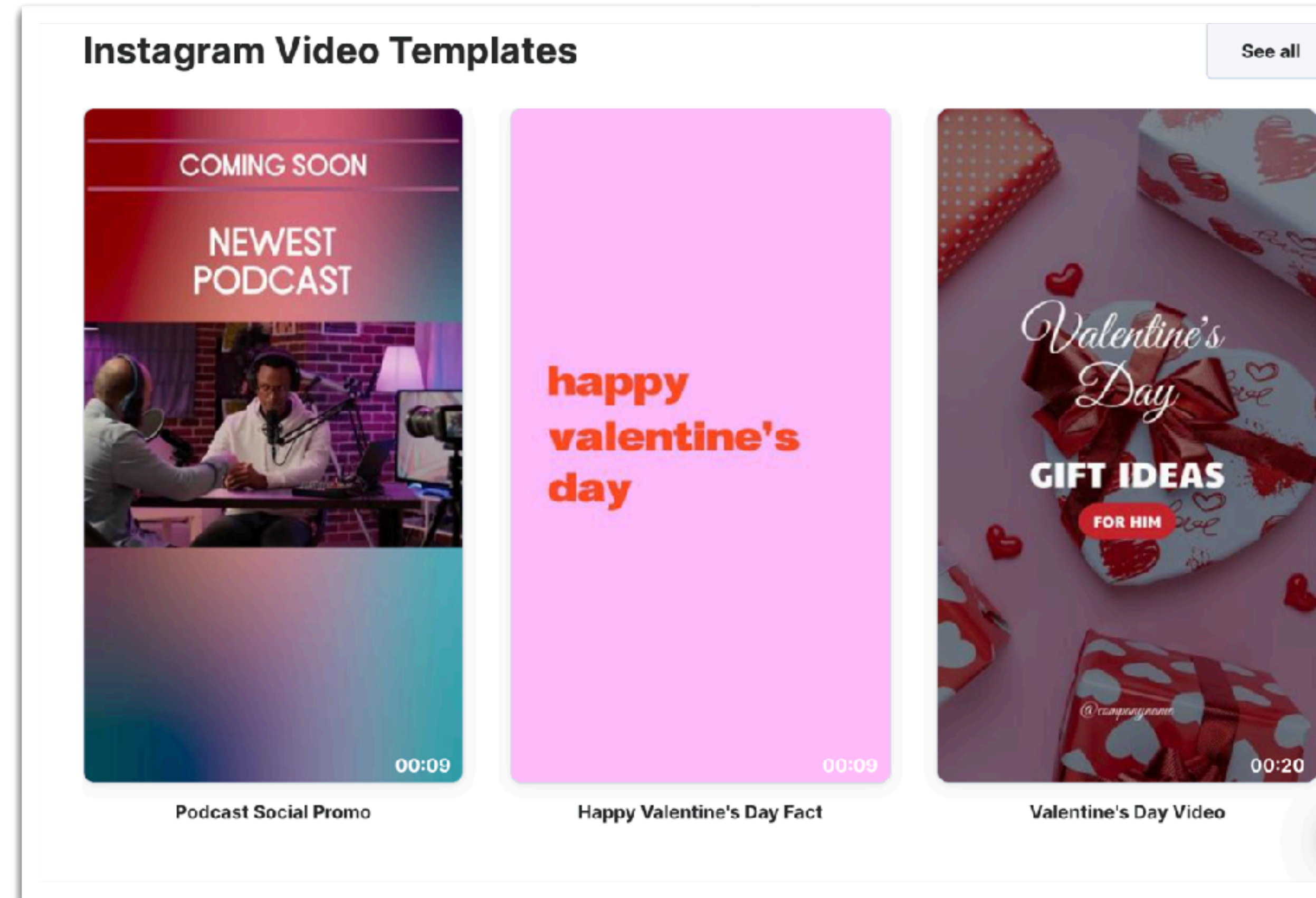
Publikáld újra a korábbi tartalmaidat!

- ▶ Publikáld újra ugyanazon a platformon!
- ▶ Publikáld újra más platformon!

Használj sablonokat!

- ▶ Kép sablonok
- ▶ Videó sablonok
- ▶ Canva, Vimeo, Wave.video

Gyorsítsd meg a
tartalomkészítést!



Automatizálás

Egy tartalom minimális munkával

- ▶ több felületen,
- ▶ több platformon,
- ▶ több profilban



Kiszervezés

- ▶ Munkatárs
- ▶ Ügynökség
- ▶ Virtuális asszisztens
- ▶ “Unokaöccs”
- ▶ ...

Készíts tartalmat mobilon!

- ▶ Képek
- ▶ Videók
- ▶ Szöveges jegyzetek
- ▶ ...

Készíts tartalmat mobilon és oszd meg azonnal!



Változtass a szokásaidon

Állíts be értesítőt
naponta többször:
fotózz, videózz,
posztolj, amikor
jelez!

WAAY	TIALAY	WBR	WRAY	TLIIS	TRAP	GUS	SLIS
DATE	DATE	DATE	DATE	DATE	DATE	DATE	DATE
				3	3	3	3
3	3	3	3	3	16	116	113
1e	3	114	118	1113	113	115	223
110	110	118	110	210	217	212	212
213	111	316	212	313	213	212	
212	22	213	213	213			
213	313	213					

Kezdj azzal, amivel azonnal tudsz!

Válaszd elsőnek azt a formátumot, ami kényelmes Neked, és fokozatosan, folyamatosan fejleszd magad tovább!



Eredményes jelenlét
több platformon

Az eredményes több platformos jelenlét alapja

- ▶ Több profil, különböző platformokon (nyilván)
- ▶ Gyakran frissülő saját felület (weboldal, blog)
- ▶ Célcsoport profilok (buyer persona)
- ▶ Üzleti modellhez igazított kommunikációs és értékesítési folyamatok

Ezekre alapozva lehet jó több platformos jelenlétet tervezni és építeni

Platformok

Platform Audit

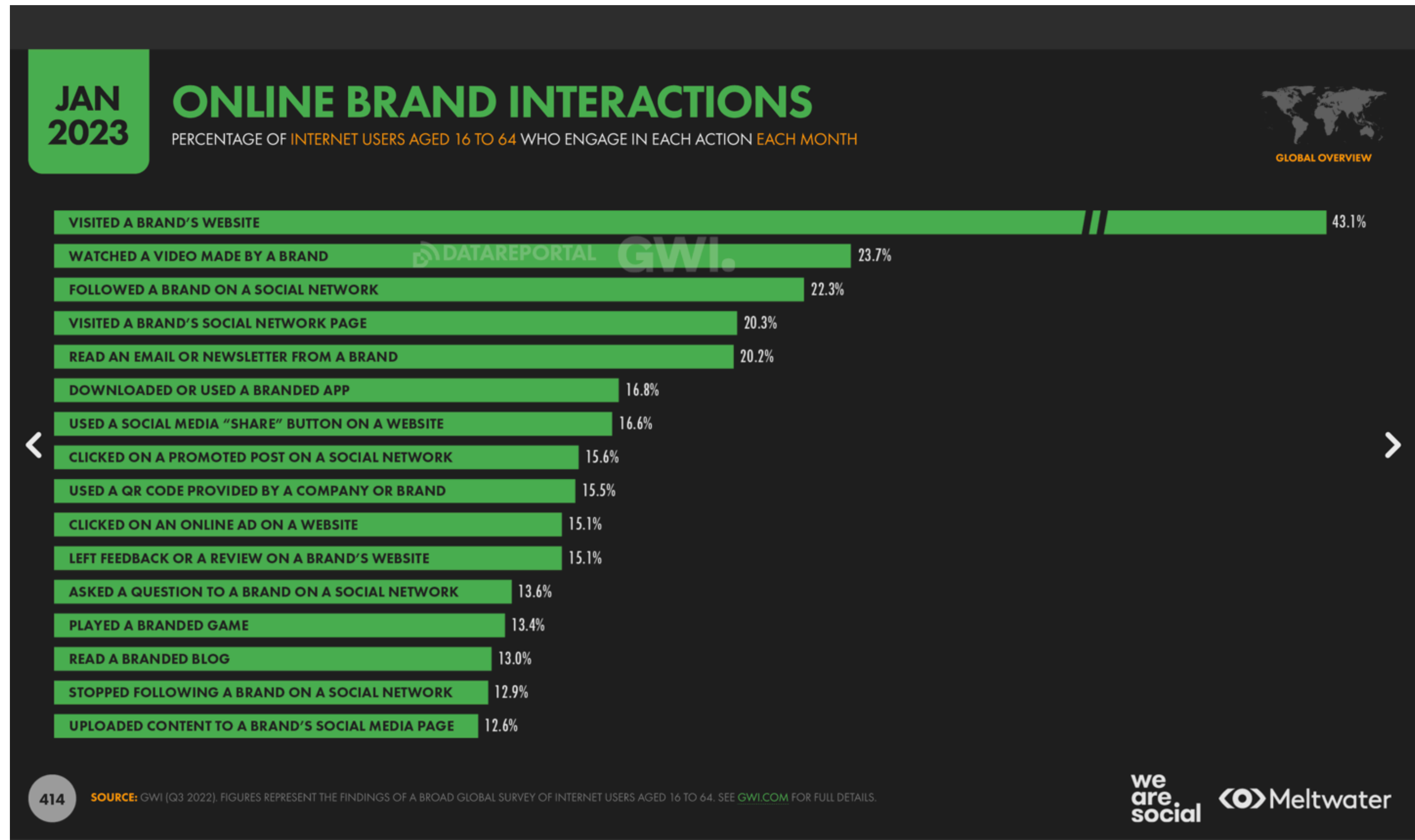
Platform audit

▶ [https://www.dropbox.com/s/m8bppjqdfhz6yzq/
platform-audit-2022-09-19.xlsx?dl=0](https://www.dropbox.com/s/m8bppjqdfhz6yzq/platform-audit-2022-09-19.xlsx?dl=0)

Platform	Weboldal	Blog	Hírlevél	FB profil	FB oldal	FB csoport	LinkedIn profil	LinkedIn csoport	Instagram	Podcast	YouTube
Státusz	Van	Van	Van	Van	Van	Van	Van	Nincs	Van	Van	Van
Speciális célcsoport	Nincs	Nincs	Nincs	Nincs	Nincs	Korábbi vásárlók	Közép és nagyvállalati marketingesek	-	Fiatalabb marketingesek és a felület iránt érdeklődők.	Nincs	Nincs
Cél a felülettel	Értékesítés	Érdeklődés felkeltése, márkáépítés bemutatása	Kapcsolattartás és értékesítés	Személyes márká építés	Érdeklődés felkeltése, márkáépítés bemutatása	Kapcsolattartás, újraértékesítés	Érdeklődés felkeltése, márkáépítés bemutatása	-	Érdeklődés felkeltése, márkáépítés bemutatása	Kapcsolattartás, márkáépítés	Kapcsolattartás, márkáépítés
Fő témák	Szolgáltatás bemutatás	Újdonságok, érdekességek, trükkök	Termékek és heti hírtösszefoglaló	Újdonságok, személyes vélemények	Újdonságok, érdekességek, trükkök	Újdonságok, érdekességek, trükkök	Újdonságok, személyes vélemények	-	Újdonságok, érdekességek, trükkök	Újdonságok, érdekességek, trükkök	Újdonságok, érdekességek, trükkök
Fókusz		Értékesítéshez kapcsolódó cikkek		Erős vélemény megosztás témába vágó aktualitáshoz	Live-ok		Erős vélemény megosztás témába vágó aktualitáshoz		Sztorikban sok aktualitás		Videós reakció aktualitásokra
Gyakoriság	Csak alkalomadtán	Heti 2 cikk	Heti 1-2	Havi 2-3 poszt, link	Heti 4-5 cikk	Heti 2-3 cikk, link	Heti 1 cikk, link	-	Heti 2 poszt	Havi 2 anyag	Havi 2-3 anyag
Feladatok	Frissítés alkalmanként	Tartalom írás	Tartalom írás	Szöveg, videók, kép	Szöveg, videók, kép	Tartalom megosztás	Tartalom megosztás	-	Több tartalmat készíteni	Több tartalmat készíteni	Videó készítés
Ki kezeli	Ricsi	Ricsi	Ricsi + Andi	Ricsi	Ricsi + Andi	Ricsi + Andi	Ricsi	-	Ricsi + Andi	Ricsi	Ricsi
Automatizálás	Nincs	Nincs	Nincs	Nincs	Cikkek duplikálva	Cikkek megosztása	Nincs	-	Keresztposztolás Facobookkal, IG TV YT keresztposzt	Lieve-ok, YT videók hangjának megosutása	IG TV, Live publikálás
Munkaóra hetente	?	3	2	?	3	2	1	-	1	1	1

Az erős közösségi marketing alapja

A saját felület...



A saját felület...

Erősítsd a saját felületeid!

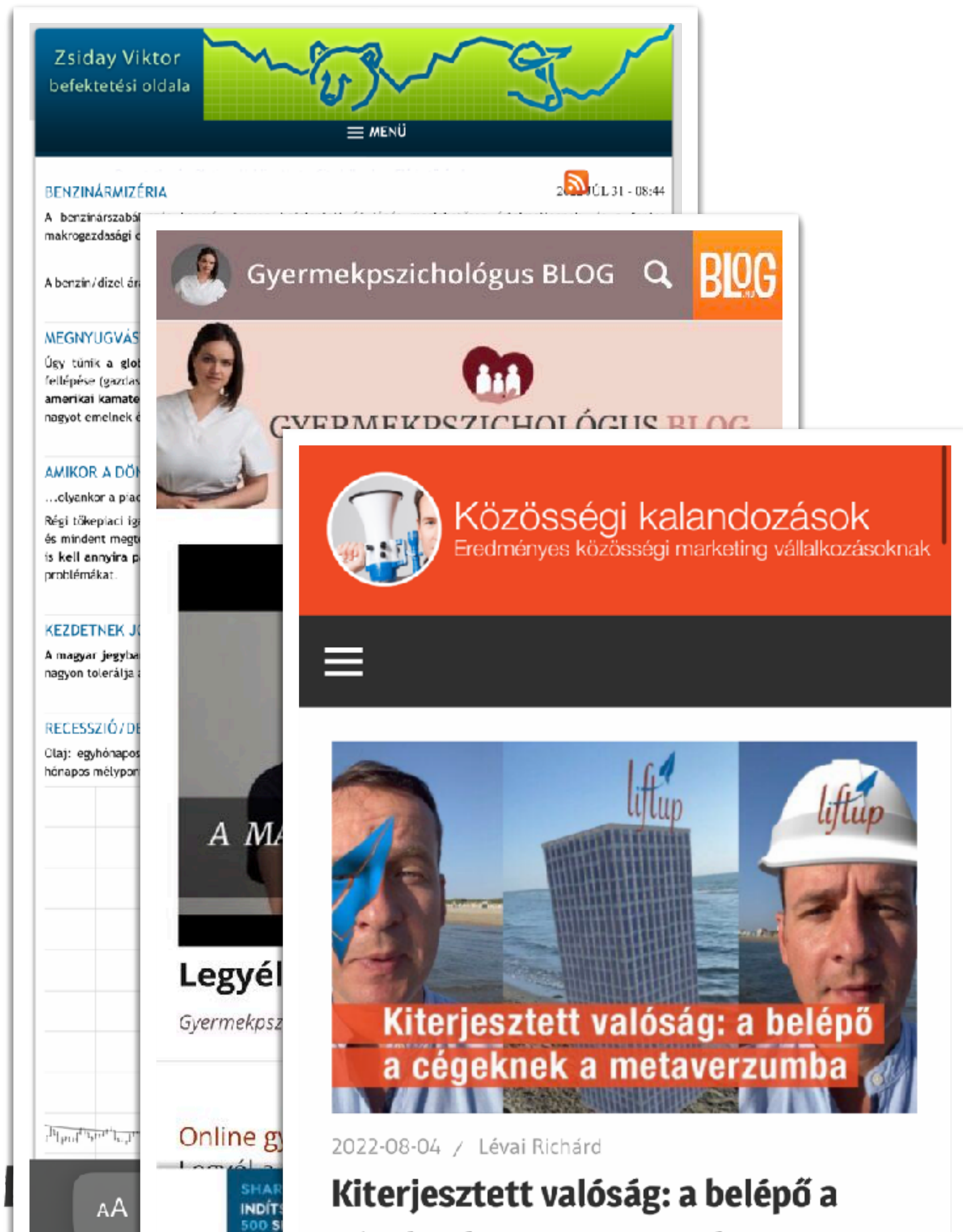
- ▶ Blog
- ▶ Weboldal
- ▶ Hírlevél
- ▶ Messenger*
- ▶ Podcast*

* Köztes csatornák

Blog

Blog

- ▶ Változatos tartalom
- ▶ Személyesebb nézőpontok
- ▶ Könnyed stílus
- ▶ Támogathatja a keresőoptimalizálást
- ▶ Támogathat más felületeket is
- ▶ Egyszerre tartalom forrás és gyűjtő felület
- ▶ A teljes internetről elérhető



Blog

Üzleti célokat támogathat:

- ▶ Személyes márkáépítés
- ▶ Csapatépítés
- ▶ Lead építés
- ▶ Értékesítés
- ▶ PR
- ▶ SEO
- ▶ ...

Blog

Felhasználás

- ▶ Tartalom forrás: innen osztjuk meg az újdonságokat az idegen platformokra
- ▶ Tartalom archívum: ide illesztjük be a külső platformokra feltöltött tartalmakat

Blog

Előny

- ▶ Saját szabályok
- ▶ Saját adatok
- ▶ Saját adatbázis építési lehetőség

Blog

Hogyan:

- ▶ blog.hu

- ▶ wordpress.com

- ▶ Wordpress rendszer saját domainen

Blog

Erőforrás igény

- ▶ Létrehozás: 1-2 hónap
- ▶ Folyamatos menedzsment: havi 2-5 cikk

Facebook

Facebook

- ▶ Hírfolyam
- ▶ Facebook oldalak
- ▶ Személyes profilok
- ▶ Csoportok
- ▶ Események
- ▶ Marketplace
- ▶ Hirdetések
- ▶ Integrált megoldások
- ▶ Teljesképernyős élmény
- ▶ Élő közvetítés
- ▶ Videó szerkesztő
- ▶ ...

Facebook hírfolyam

A Facebook használat központja.

Itt töltik el a legtöbb időt a felhasználók.



Facebook hírf



H

What stories have

Who posted this s

How likely are you

Relevance score

Who posted i

Frequency
posts fr
publish
Average time
spent on
content
Over
engagement
a post alr
Previous negative
feedback on
author

Engagement

Likelihood to like,
comment, and
share

Likelihood to
spend time with
story

Likelihood to
click



Likelihood
you'll find
informative

Likelihood
this is
clickbait

Likelihood this
contains nudity

How page
informative
the post is

Score

Facebook hírfolyam algoritmus

- ▶ Legfontosabb: olyan bejegyzések, amik beszélgetéseket indítanak el az emberek között.
- ▶ Mesterséges intelligencia megoldások egyre inkább uralják az algoritmust
- ▶ Mennyire inspiráló?
- ▶ Ajánló rendszer (10-15%)
- ▶ Rövid videók (Reels)

Facebook oldalak

A céges Facebook
jelenlét központja.
Mobilon és asztali
környezetben máshogy
néz ki!



Facebook oldalak

Oldal beállítások:

- ▶ Felhasználói név
- ▶ Oldal történet
- ▶ Gomb a borítófotó alatt
- ▶ Névjegy
- ▶ Adatkezelési tájékoztató
- ▶ Borító fotó / kép / slideshow
- ▶ Bolt / szolgáltatások
- ▶ Alapértelmezett üzenetek
- ▶ Statisztika

Facebook oldalak

Kinek?

Továbbra is kihagyhatatlan szinte mindegyik célcsoportban.

Hogyan?

A célokhoz igazodó kommunikációs intenzitás (minimum heti 1 poszt)

Facebook csoport

A klasszikus közösségi
média a Facebookon belül.

Személy és oldal is létre
tudja már hozni.



Facebook csoport

Lehet

- ▶ nyílt
- ▶ zárt
- ▶ titkos

Használhatjuk

- ▶ általános szakmai kommunikációra
- ▶ exkluzív felületként vevőknek
- ▶ projekt menedzsmentre
- ▶ stb...

Facebook csoport

Céges jelenlétnél hasznos

- ▶ saját csoport
- ▶ mások csoportjai, amiben tudunk kommunikálni.

De mások a szabályok.

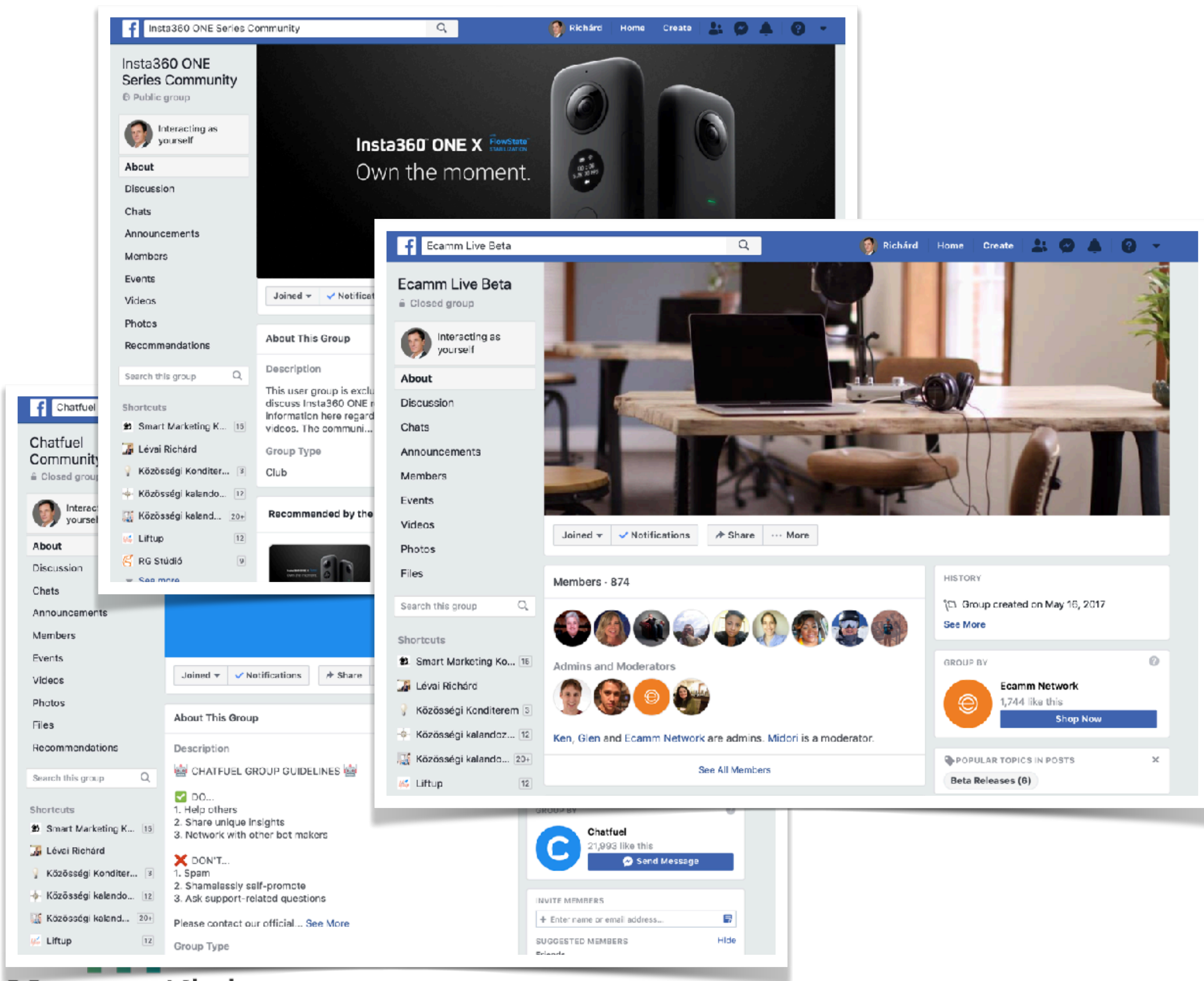
Facebook csoport

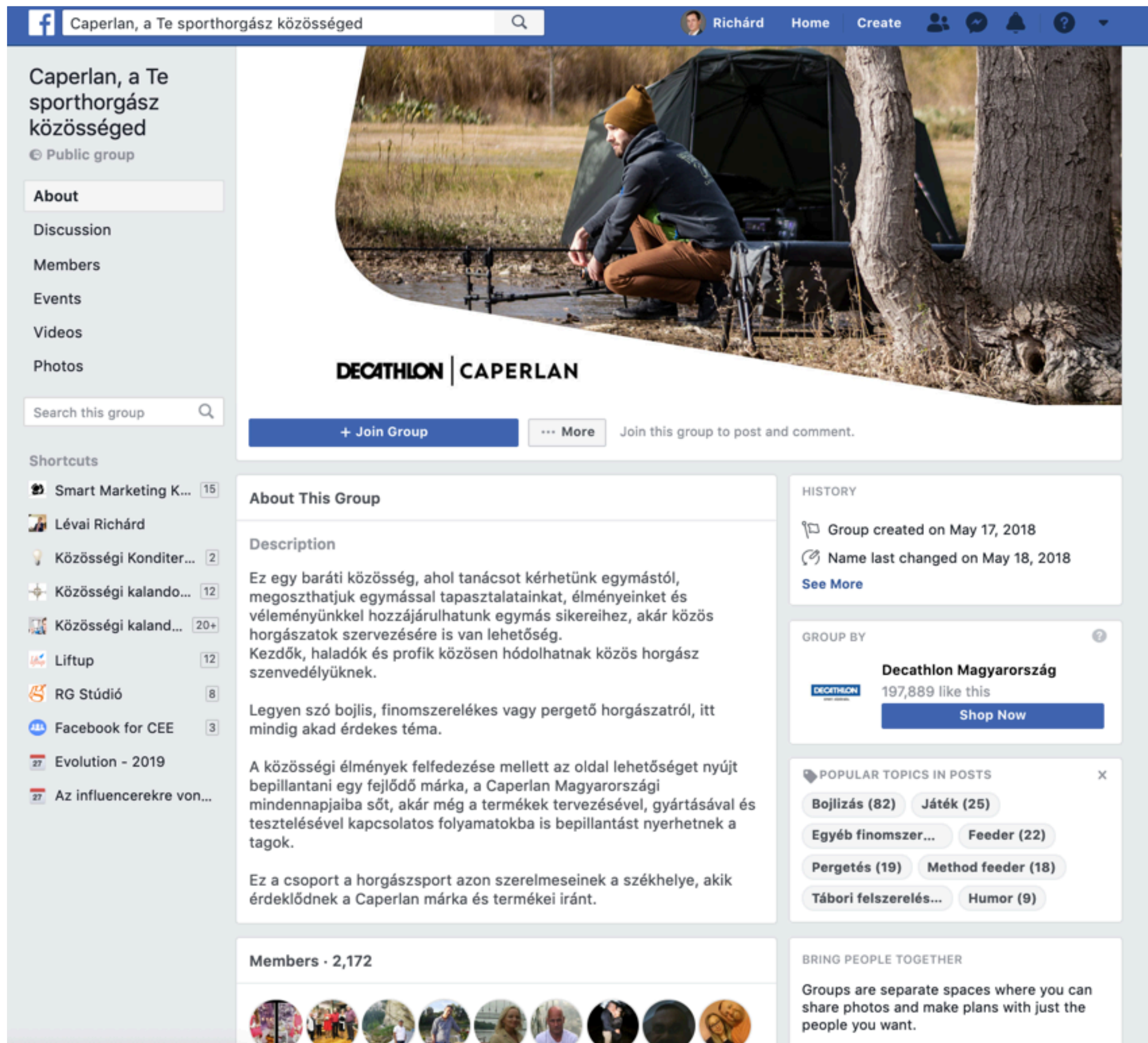
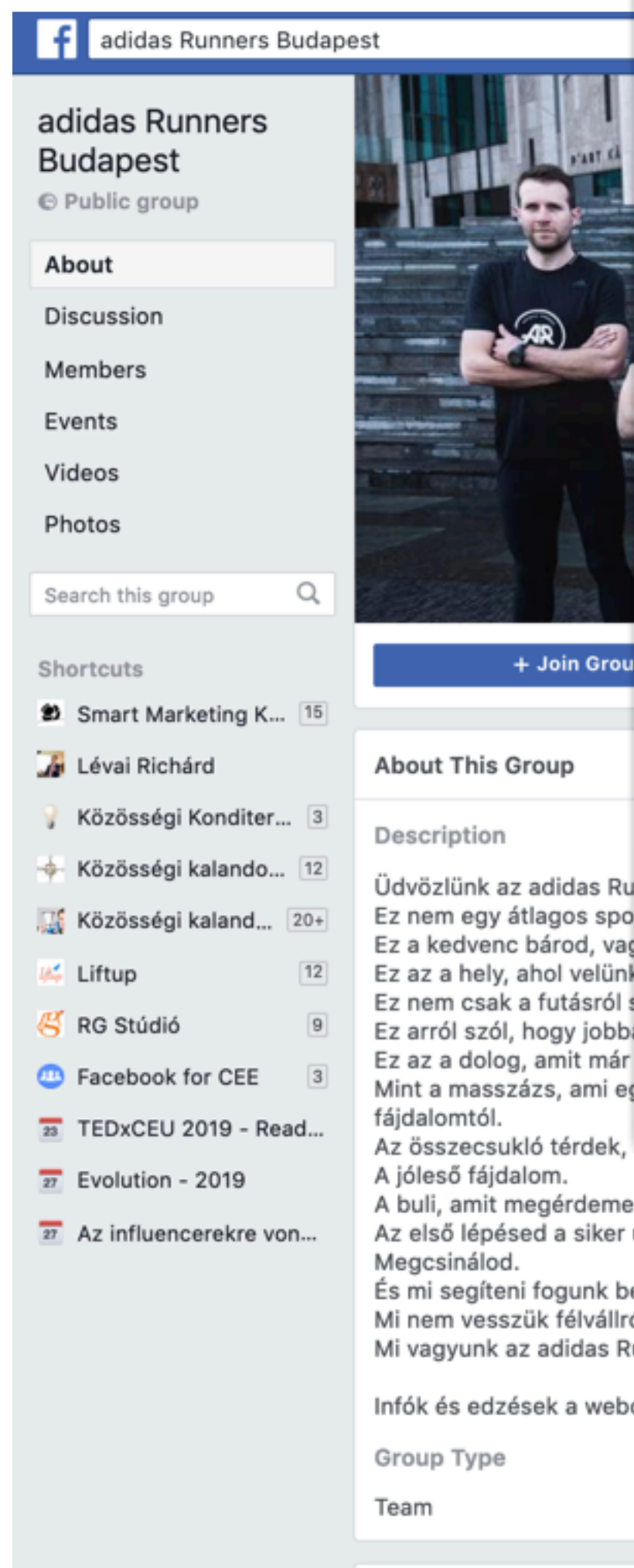
- ▶ Csak a csoport miatt nem lesz több elérésünk
- ▶ Nagyobb aktivitást, több munkát igényelhet
- ▶ Az előny a közösségben van, ha őket be lehet vonni az aktivitásba

Csoportok alakítási koncepciók

- ▶ Legjobb vevők VIP csoportja
- ▶ Zárt csoport viszonteladóknak
- ▶ Csoport a termék/téma iránt érdeklődőknek
- ▶ “Másodpiaci” csoport
- ▶ Márka rajongóinak a csoportja
- ▶ Munkatársak közössége

- ▶ Vevők és érdeklődők
- ▶ Segítség és probléma megoldás
- ▶ Aktívak a cég munkatársai
- ▶ Erősen befolyásolják a vásárlási döntést





- ▶ Márkához kötődő közösségek
- ▶ Valódi érdeklődés mentén
- ▶ A téma iránt rajongóknak
- ▶ A cég (munkatársai) gondozásában

Facebook csoport

Kinek?

Aki közvetlenül, rendszeresen akar kapcsolódni a célcsoporthoz.

Hogyan?

Saját csoport: igazi, klasszikus közösség építés

Más csoportok: rendszeres, segítő jelenlét

Instagram

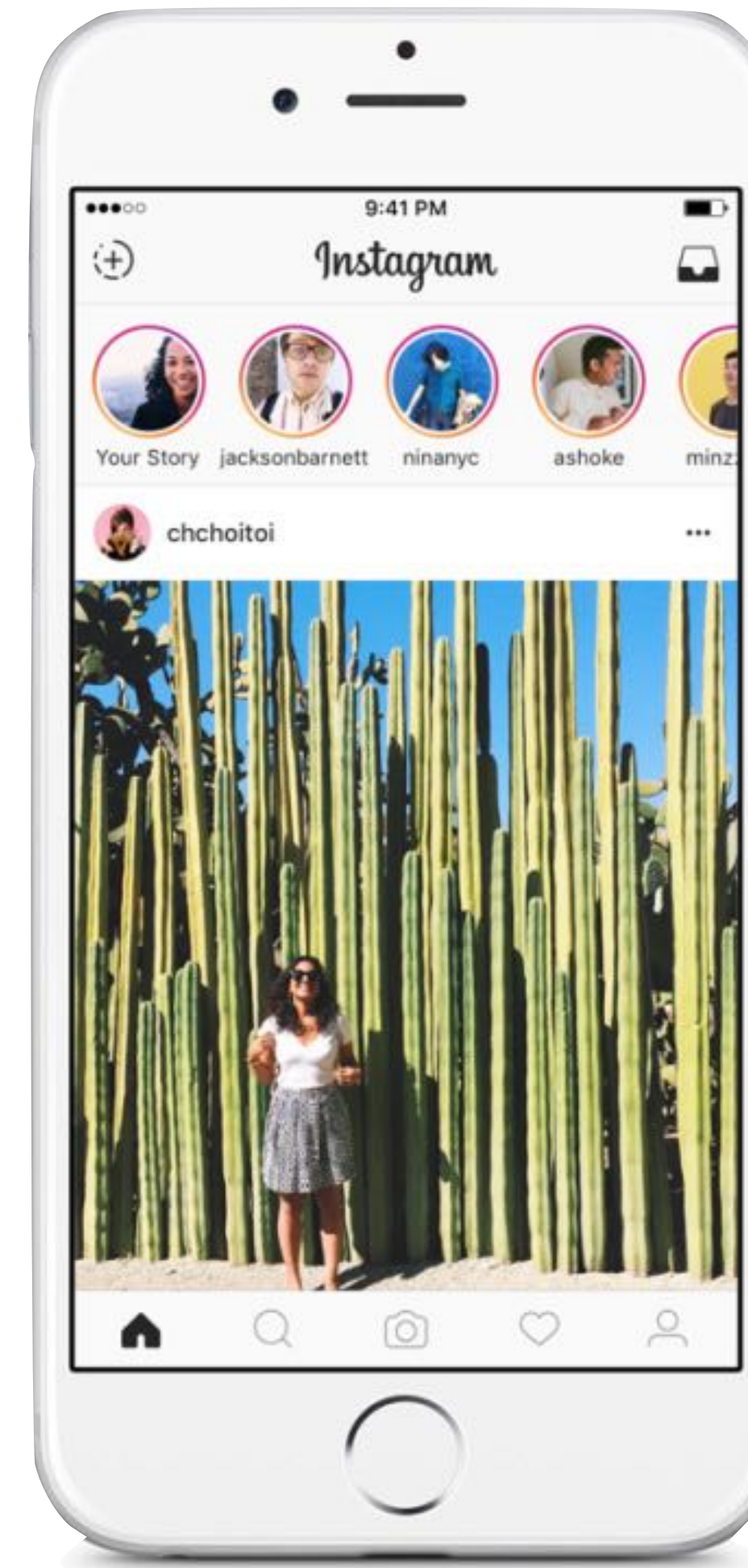
Instagram

- ▶ Képfolyam
- ▶ Sztorik
- ▶ Instagram profil
- ▶ Üzleti profil
- ▶ Instagram shop
- ▶ Hirdetések
- ▶ Adatbázis építés



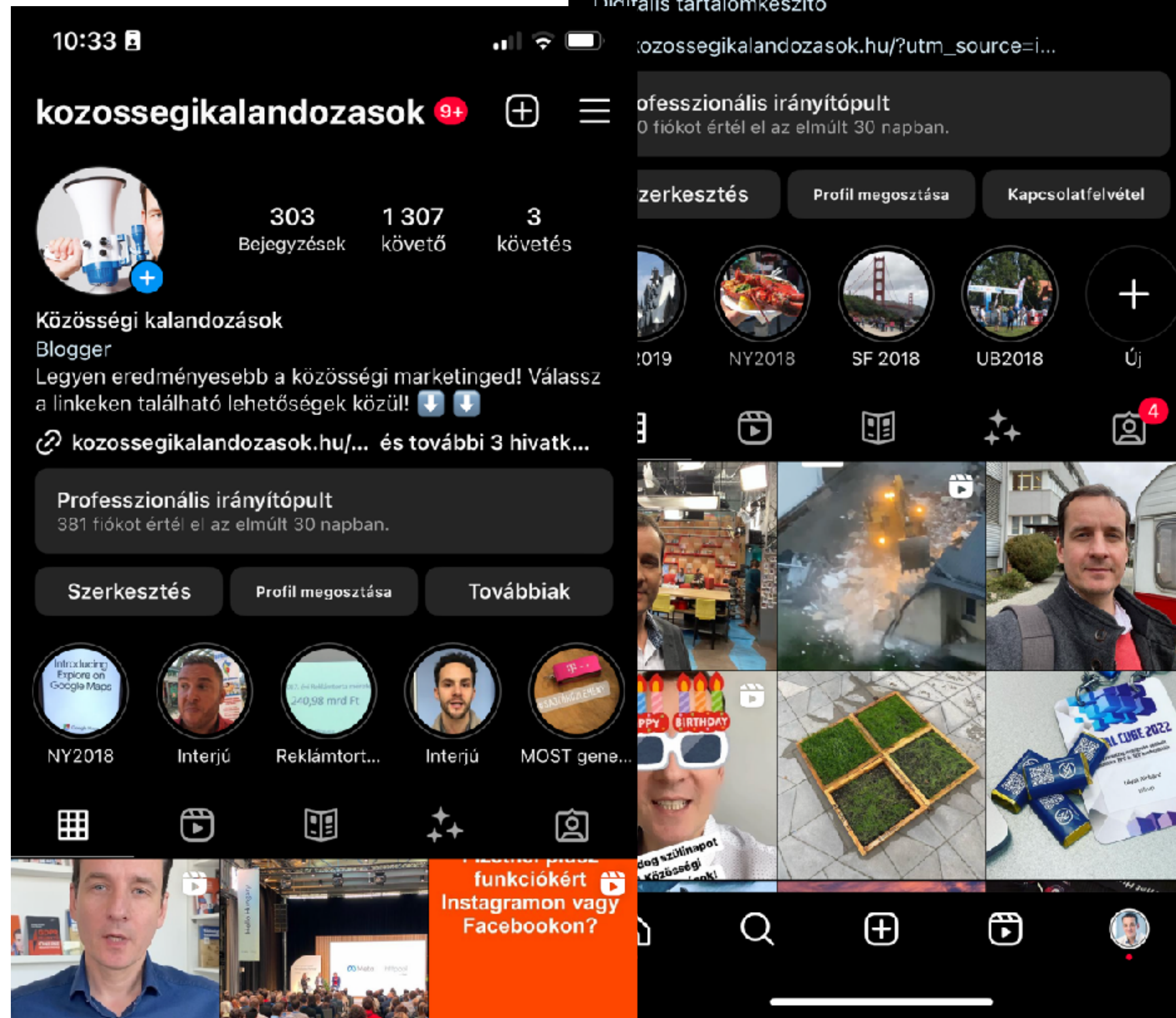
Instagram

- ▶ személyes
- ▶ élmény alapú
- ▶ vizuális
- ▶ nehéz vele forgalmat terelni
organikusan (feedből)
- ▶ márkacentrikus



Instagram profil

- ▶privát
- ▶(zárt)
- ▶üzleti



Instagram

Instagram algoritmusok

További információk: liftup.link/insta

Feed & Sztori

Tartalmak azokról,
akiket követsz

Információk
a bejegyzésről

Információk
a poszt szerzőjéről

Az aktivitásod

Az interakcióid
előzménye

Felfedezés

Segít felfedezni
új dolgokat

Információk
a bejegyzésről

Az interakcióid
előzménye

Az aktivitásod

Információk
a poszt szerzőjéről

Reels

Szórakoztatásra
tervezve

Az aktivitásod

Az interakcióid
előzménye

Információk
a bejegyzésről

Információk
a poszt szerzőjéről

A különböző felületek algoritmusai eltérő fontossággal veszik figyelembe a hasonló jeleket. Ezt mutatja be az ábra, de fontos figyelembe venni, hogy az egyes jelek más szempontokat vesznek figyelembe az eltérő felületek esetén

Készítette: Lévai Richárd, Liftup | Forrás: Instagram

- ▶ Közös történet
- ▶ Bejegyzés előzményei
- ▶ Bejegyzés információk
- ▶ Felhasználói szokások
- ▶ Szerző információk
- ▶ Eszköz típusa
- ▶ ...



Reels

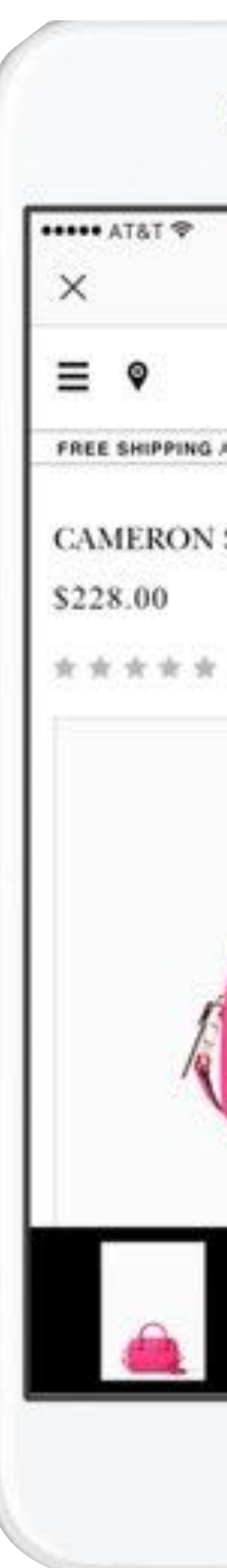
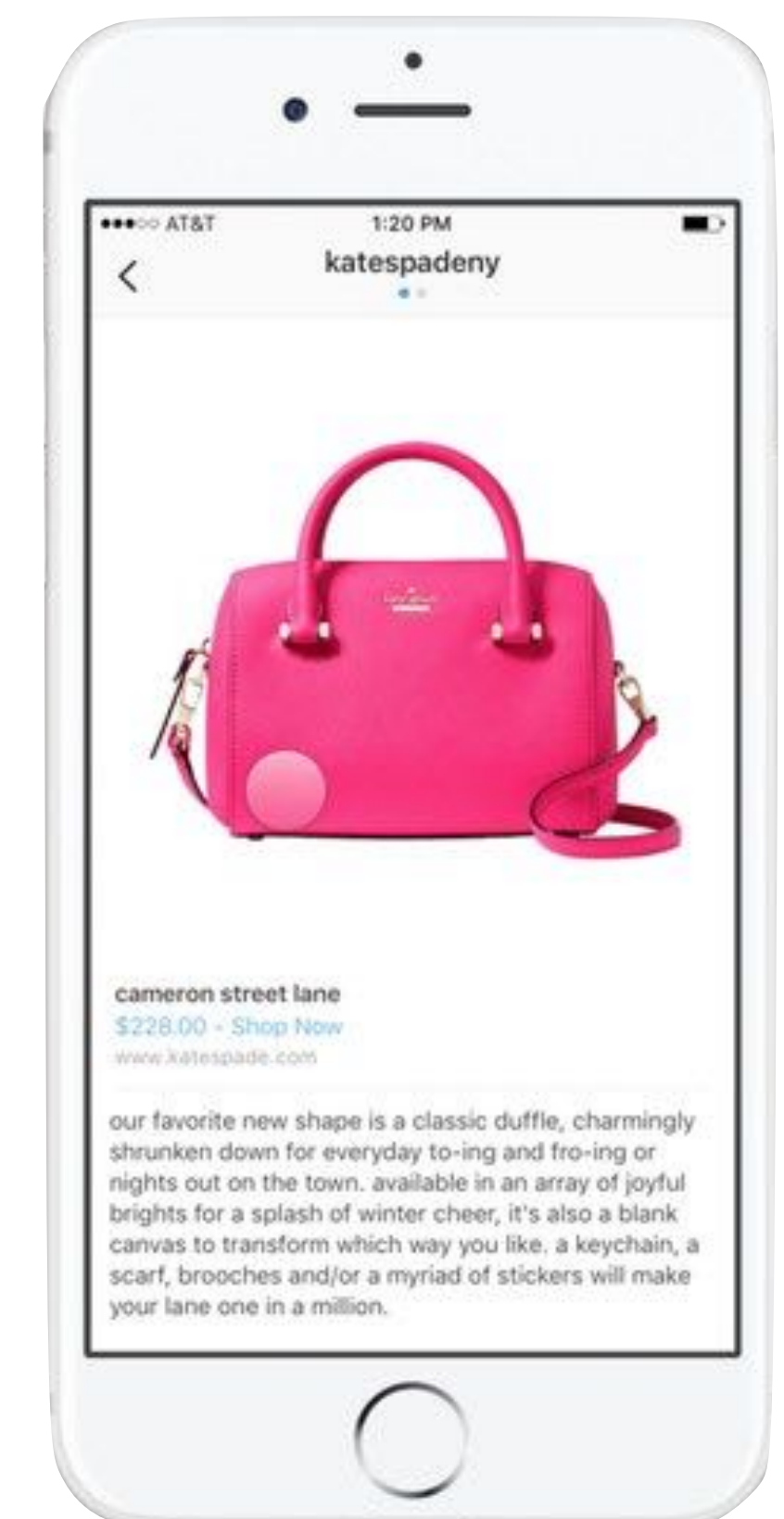
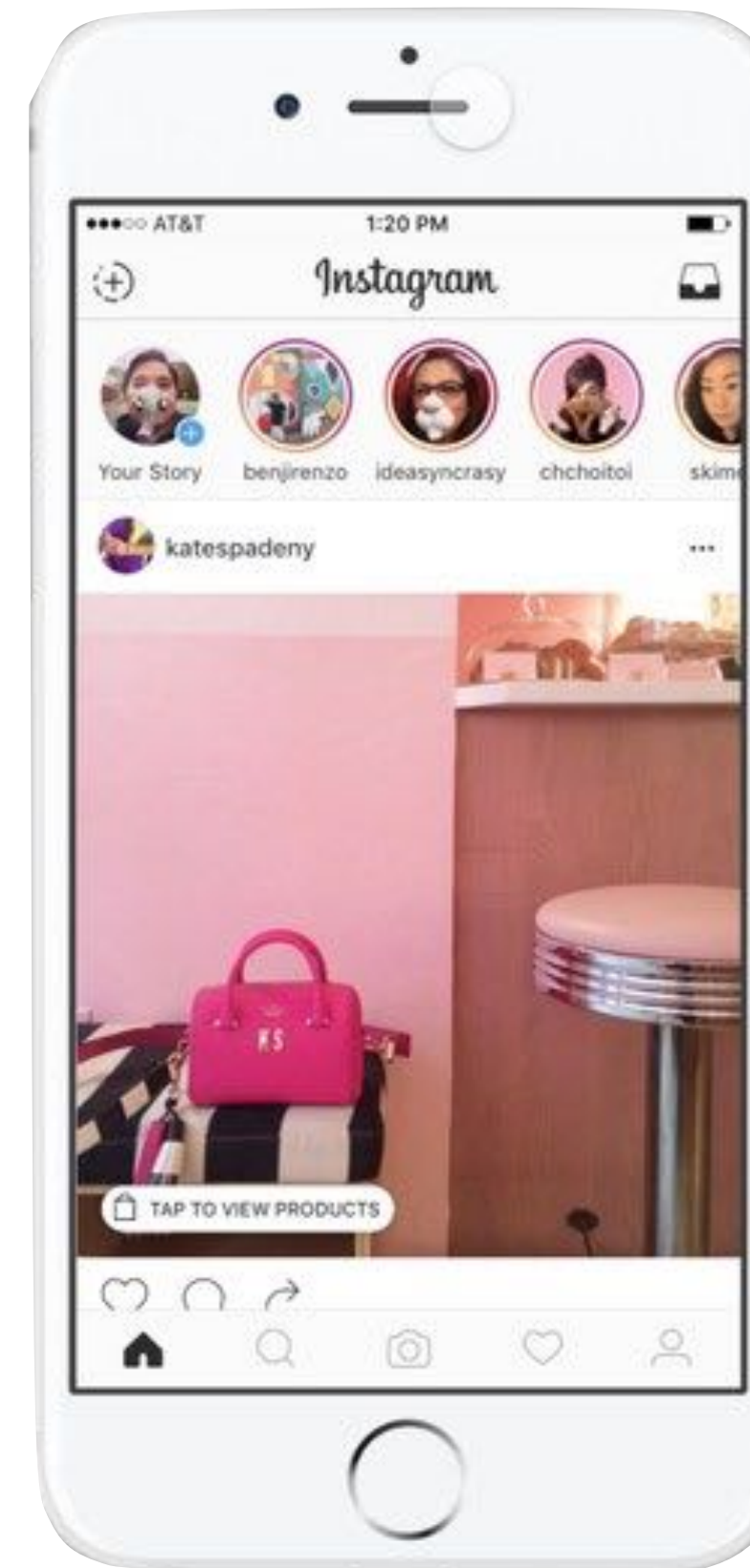
- ▶ TikTok versenytársa,
- ▶ Rövid, szórakoztató videók
- ▶ Ez lesz a fókusz terület az Instagramnál (és érkezik Facebook-ra is)



Instagram

Mire jó?

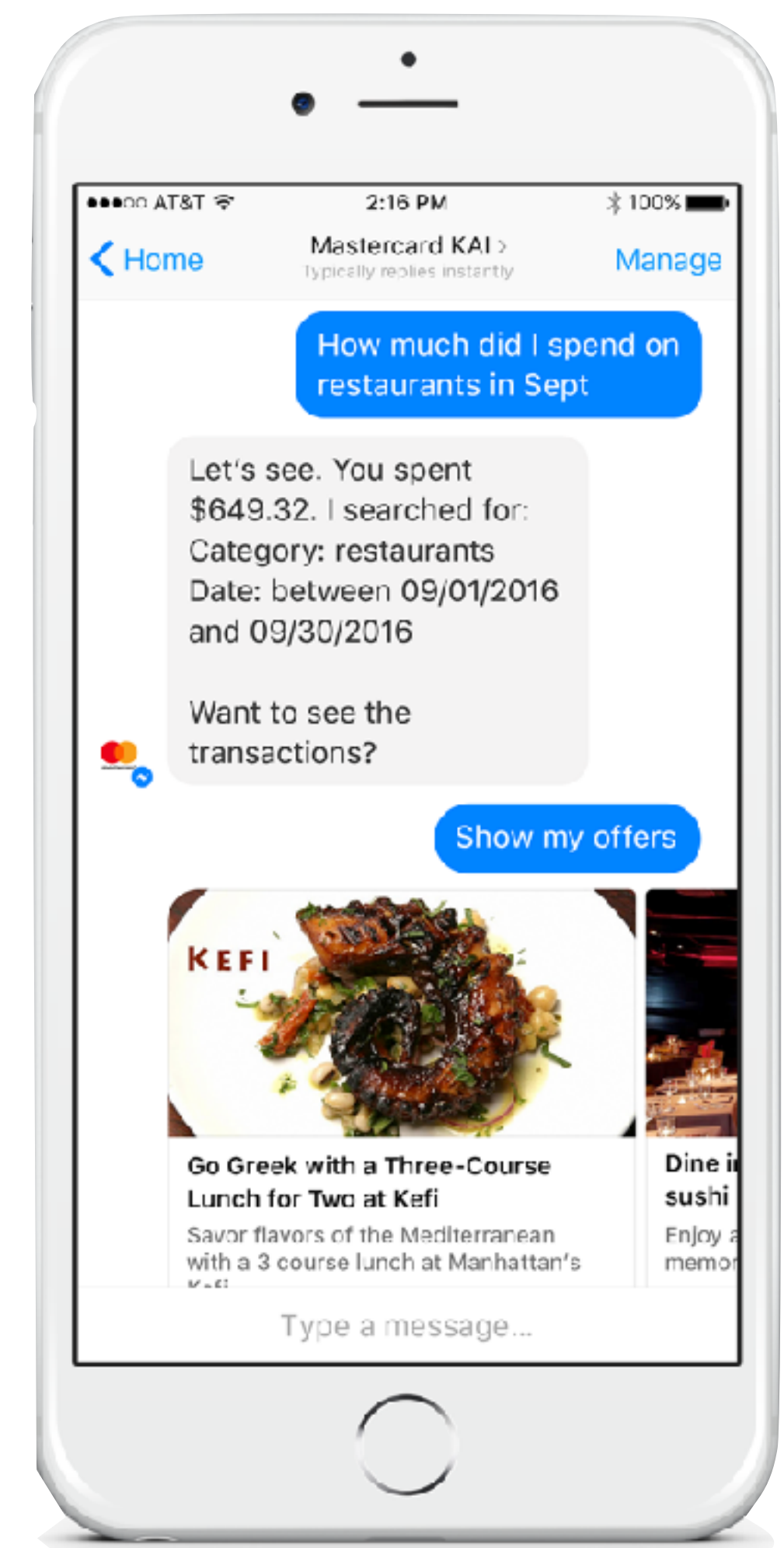
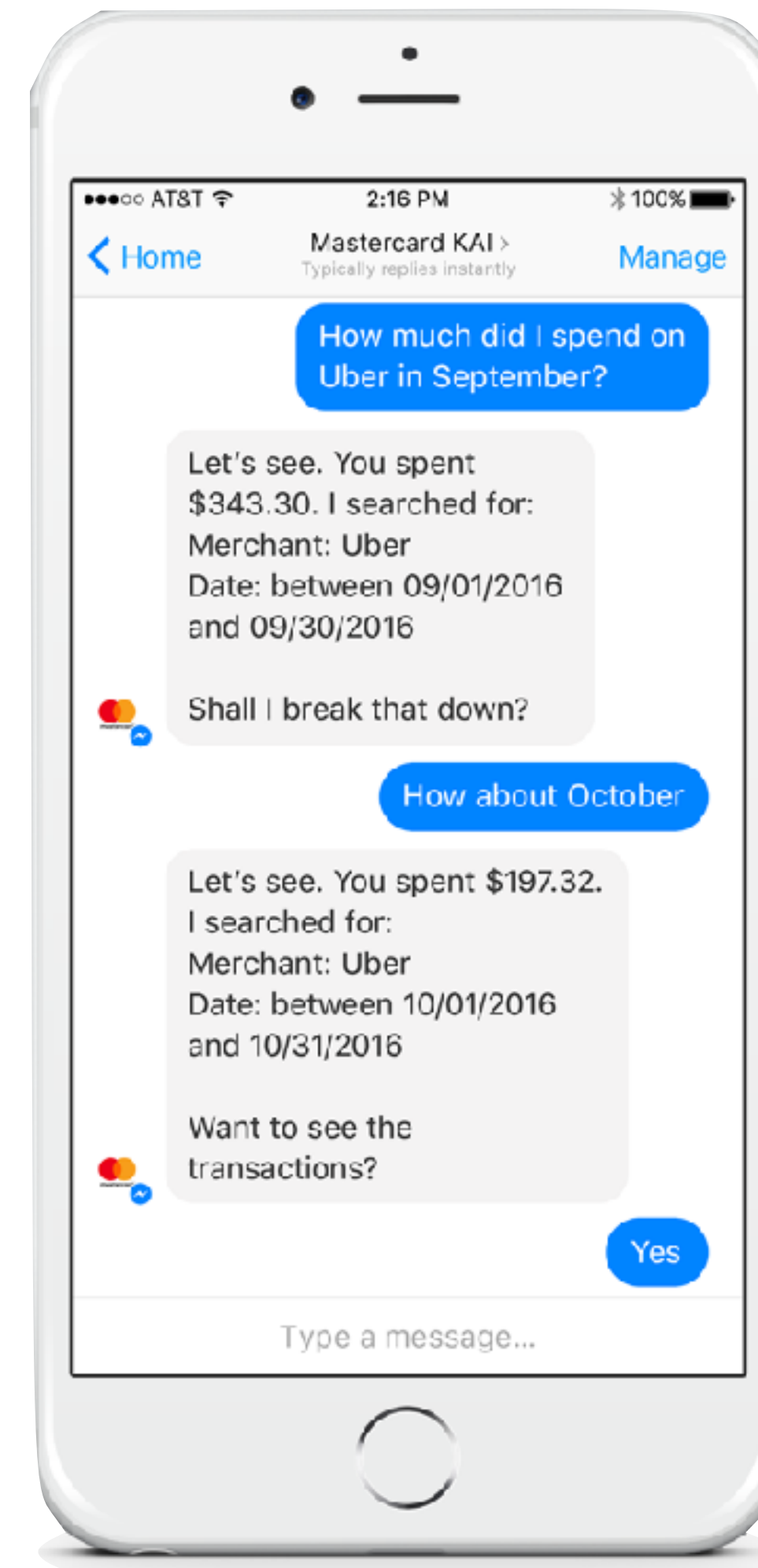
- ▶ márkaépítés
- ▶ ismertség növelés
- ▶ kapcsolat tartás
- ▶ mikro konverzió
- ▶ direkt értékesítés



Messenger

Messenger

- ▶korábban egy chat alkalmazás, ma egy önálló (üzleti) platform



Messenger automatizmusok

- ▶ Megkönnyítik a mindennapi kapcsolattartást az érdeklődőkkel

Inbox > Automations > Edit automation

Custom keywords - Hub ☒ On

Send automated responses when messages contain specific keywords. For example, when you receive a message that contains the word "sale," send an automated response with information about your latest sale.

Name

Hub 3/100

Channel

Where would you like to use this automation?

☒ Messenger

When this happens

Közösségi kalandozások receives a message that contains any of the selected keywords.

Keywords

Add up to 5 keywords or phrases. An automated response sends when an incoming message includes any of the keywords.

Liftup social media hub x hub x social media hub x

Take this action

Send this message instantly.

Automated responses send instantly when an incoming message contains the exact keywords and the chat is inactive

[Learn more about automation](#)

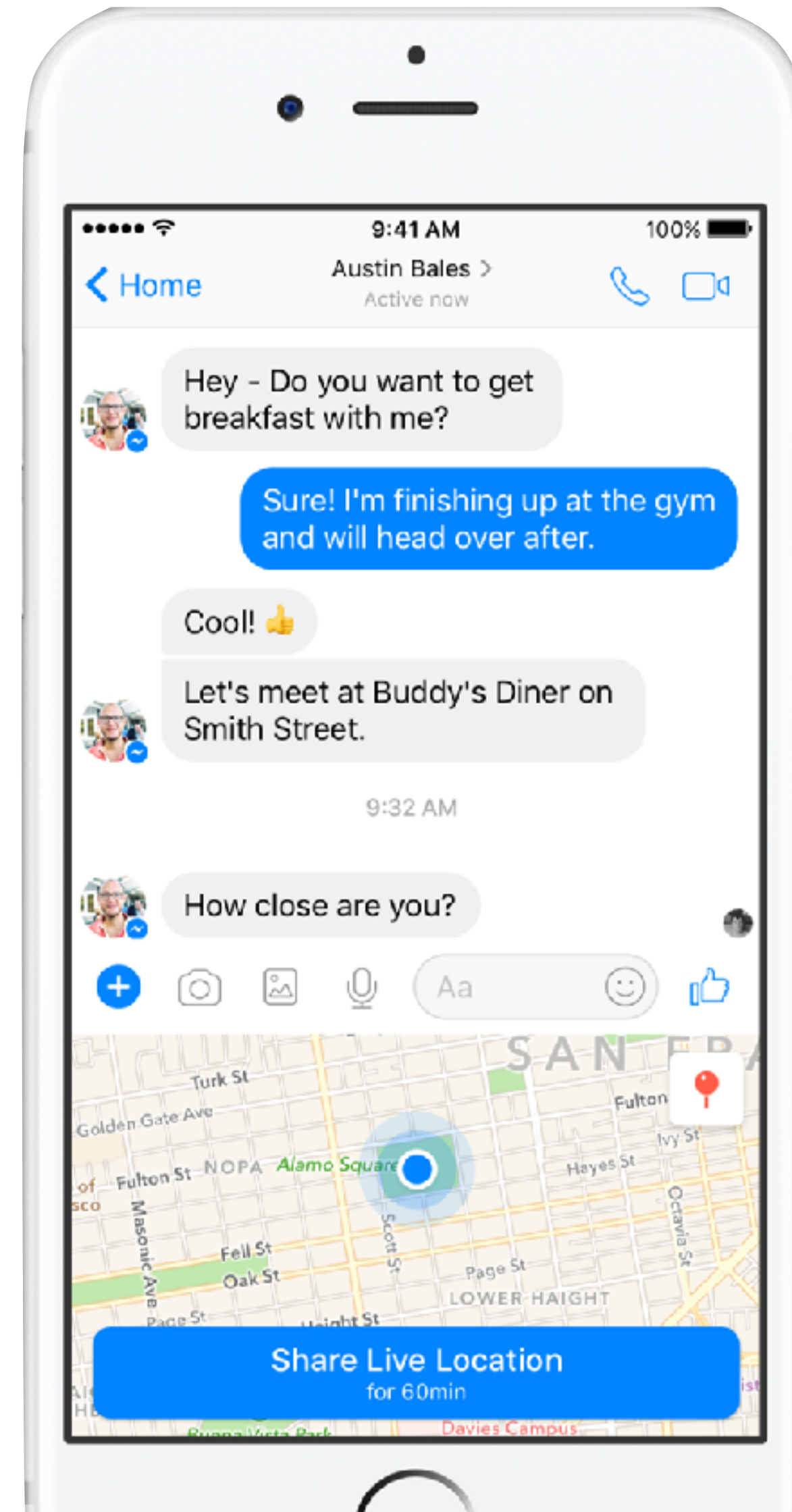
Cancel Save changes

Közösségi kal...

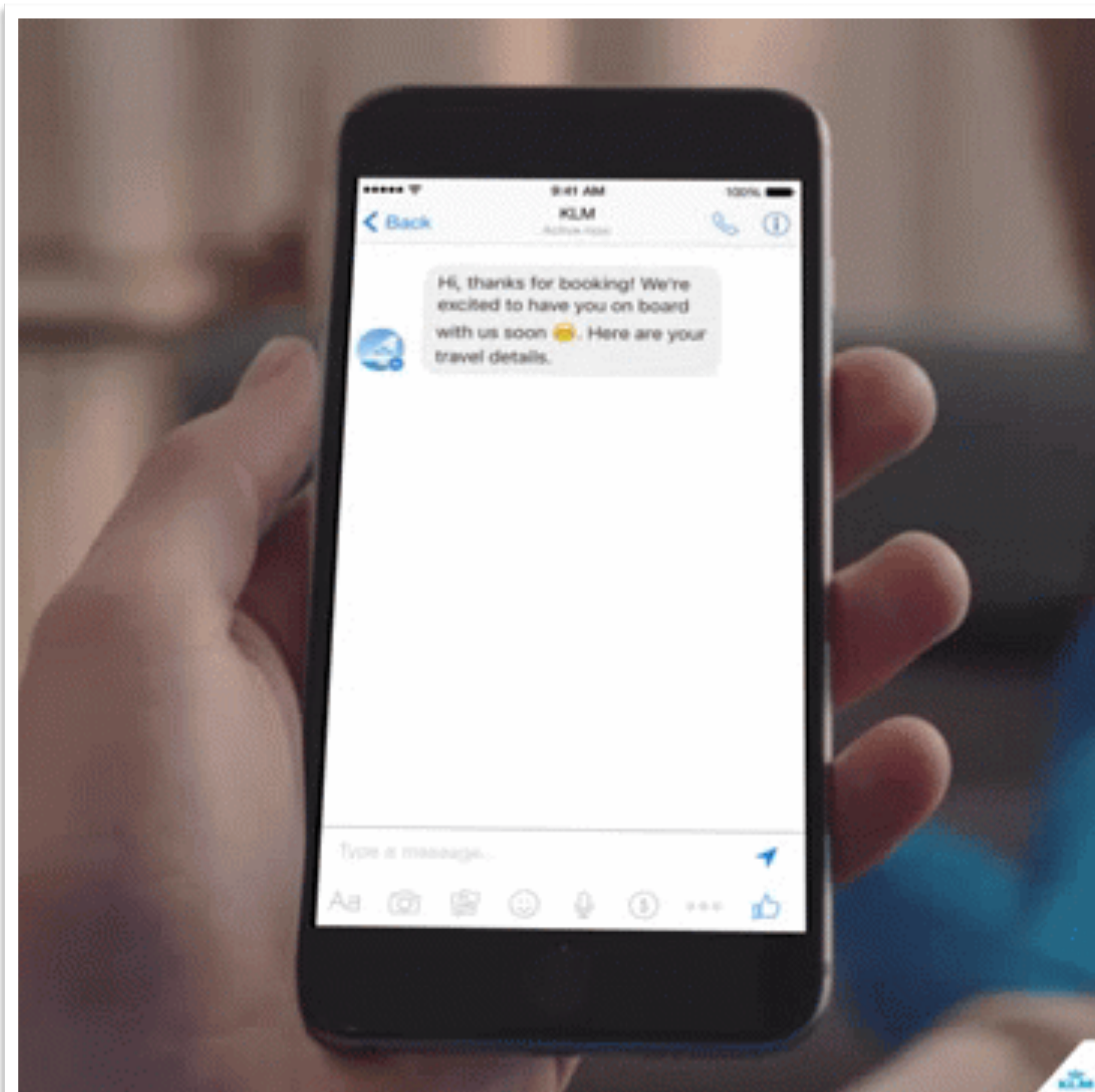
Ha a Liftup Social Media Hub részleteire vagy kíváncsi, kattints a Liftup Akadémia gombra!

Messenger chatbot

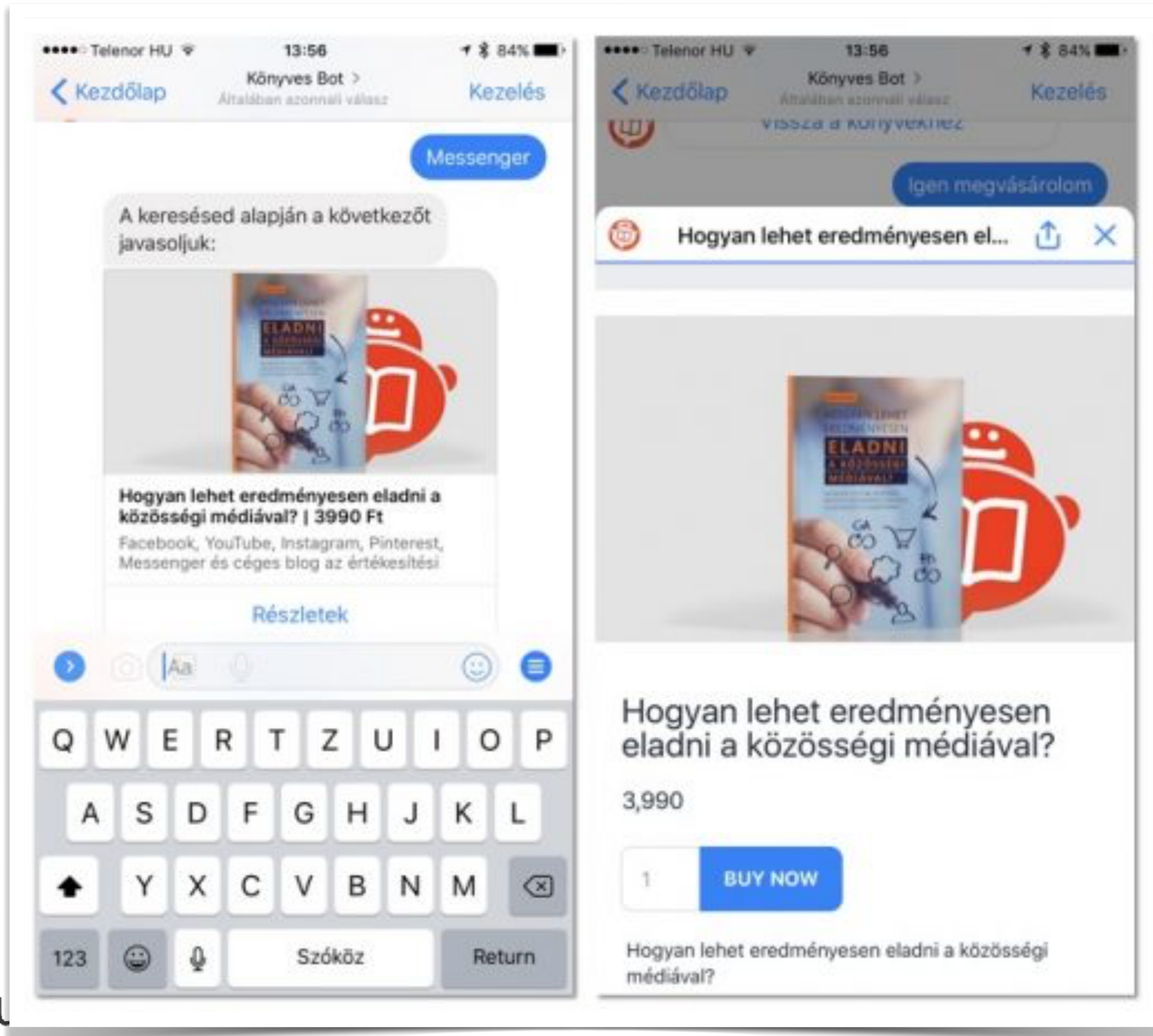
- ▶ hírlevél helyett (újra!)
- ▶ erős forgalomterelés
- ▶ webáruház mellett / helyette
- ▶ ügyfélszolgálat egyszerűsítés
- ▶ mobil alkalmazások helyett
- ▶ önálló szolgáltatások
- ▶ ...



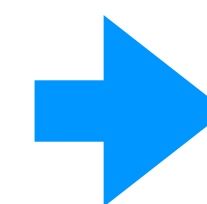
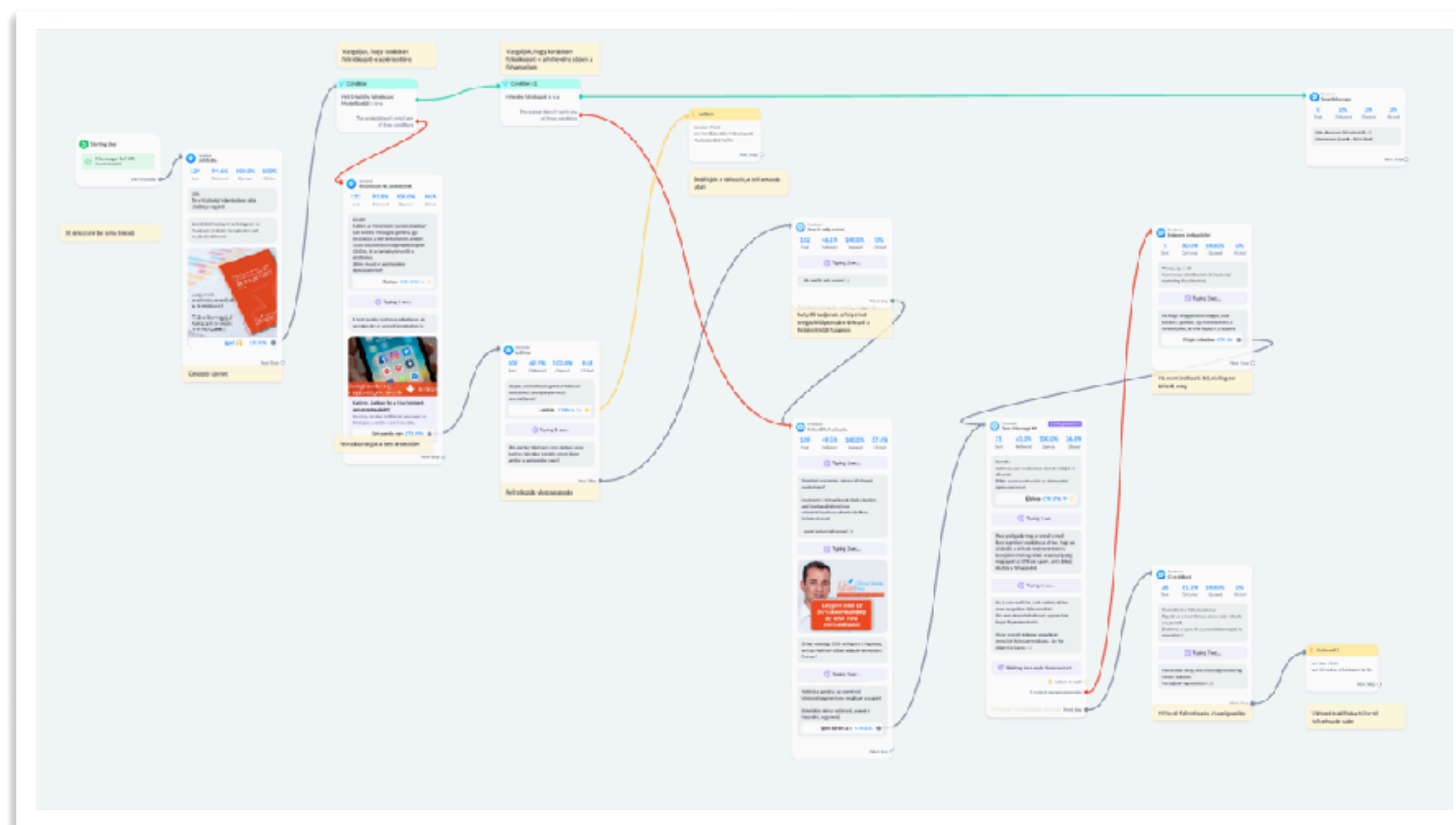
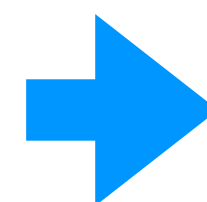
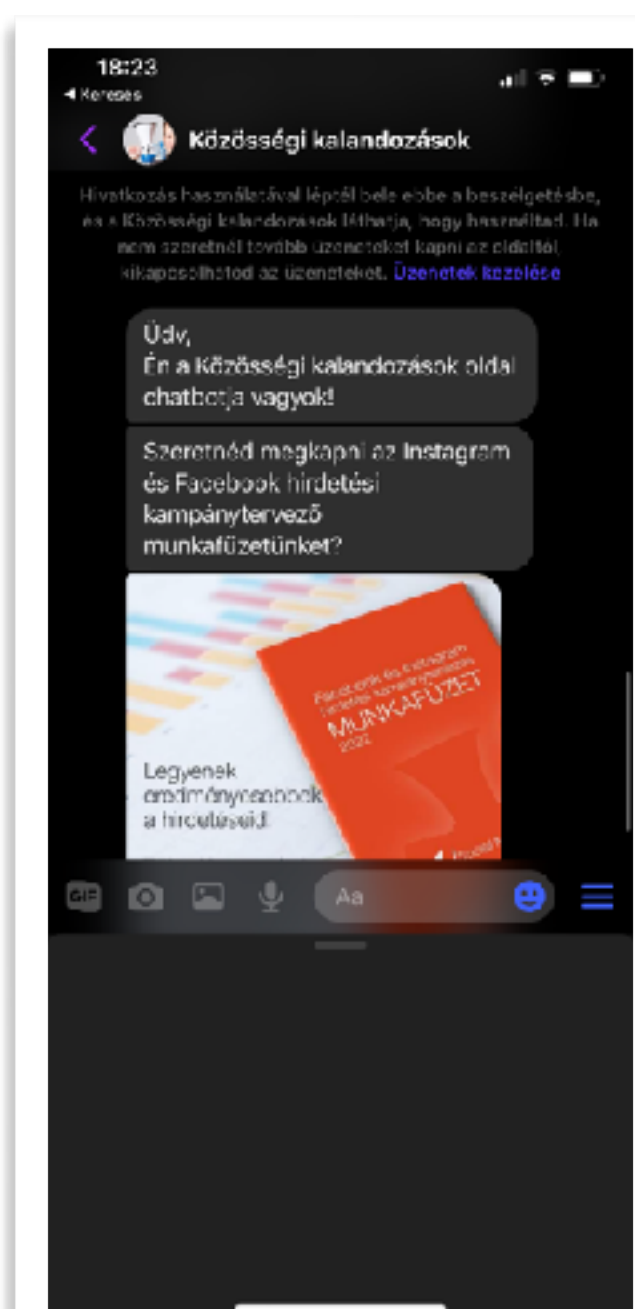
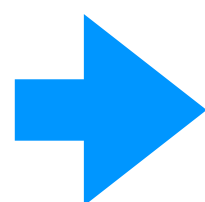
Messenger chatbot



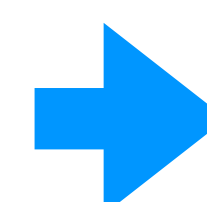
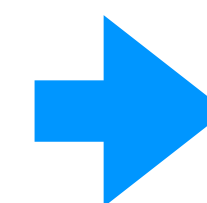
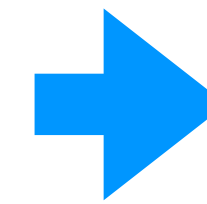
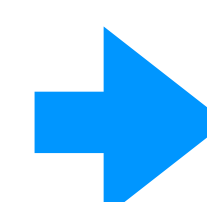
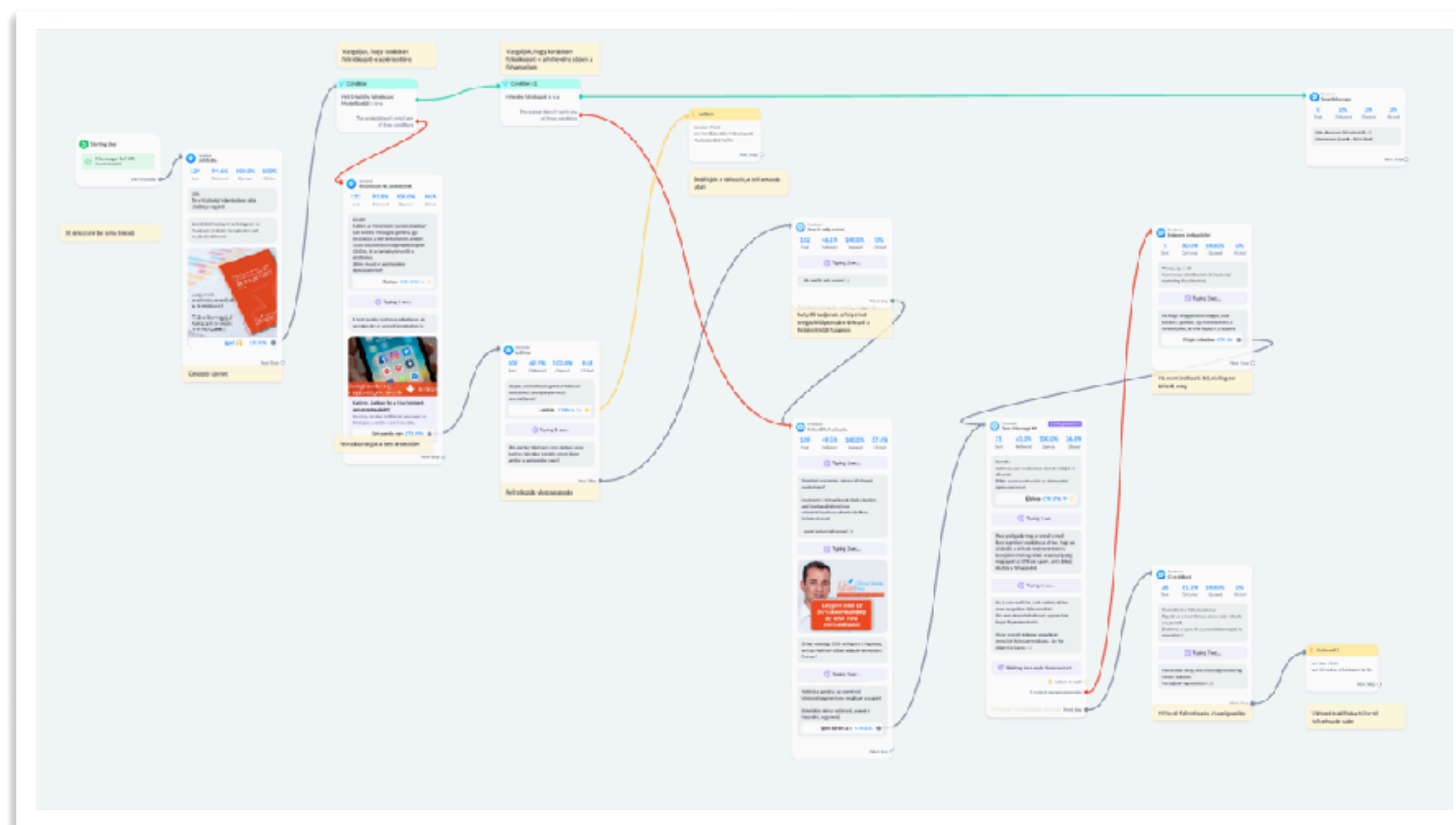
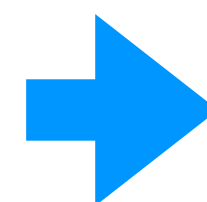
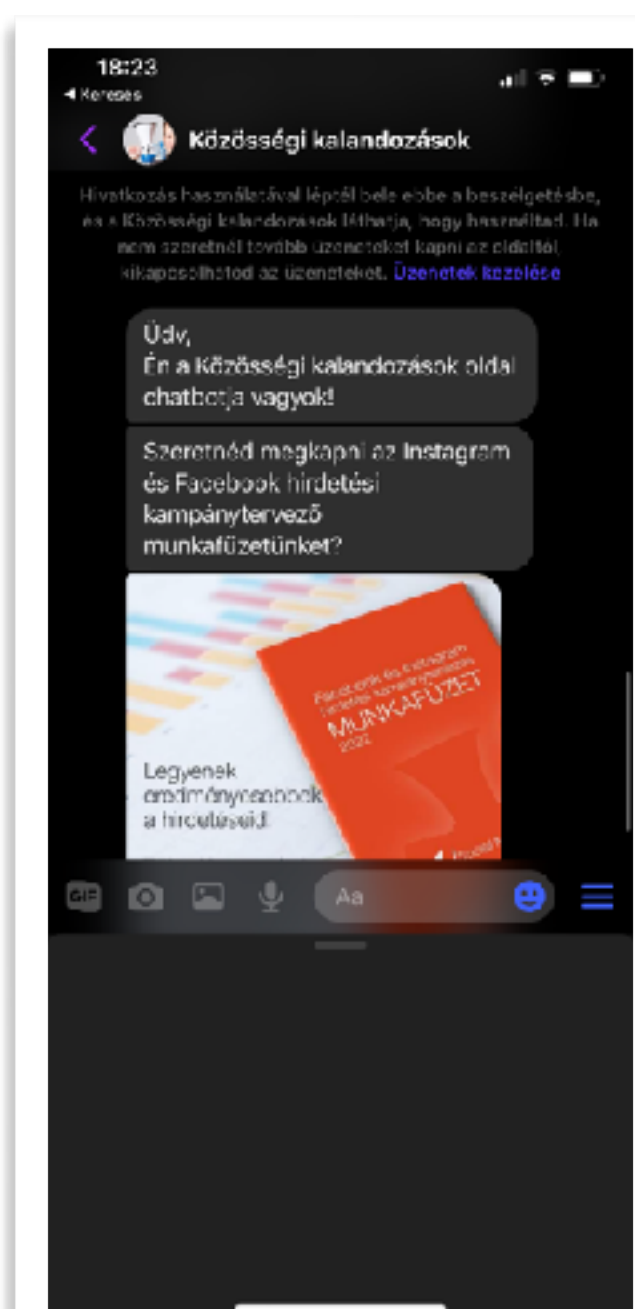
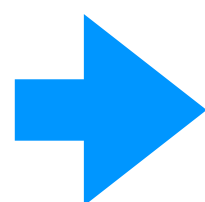
Messenger chatbot



Messenger chatbot e-mail feliratkozó gyűjtés



Messenger chatbot feliratkozó ismétlődő értesítések



Chatbot

DEMO

<http://liftup.link/mdemo>



Messenger chatbot

Kinek?

Aki egyszerűsíteni a kapcsolattartást.

Aki közvetlenül szeretné utolérni a célcsoportját.

Hogyan?

Használjunk automatizmusokat.

Iratkoztassuk fel az embereket értesítőkre!

TikTok

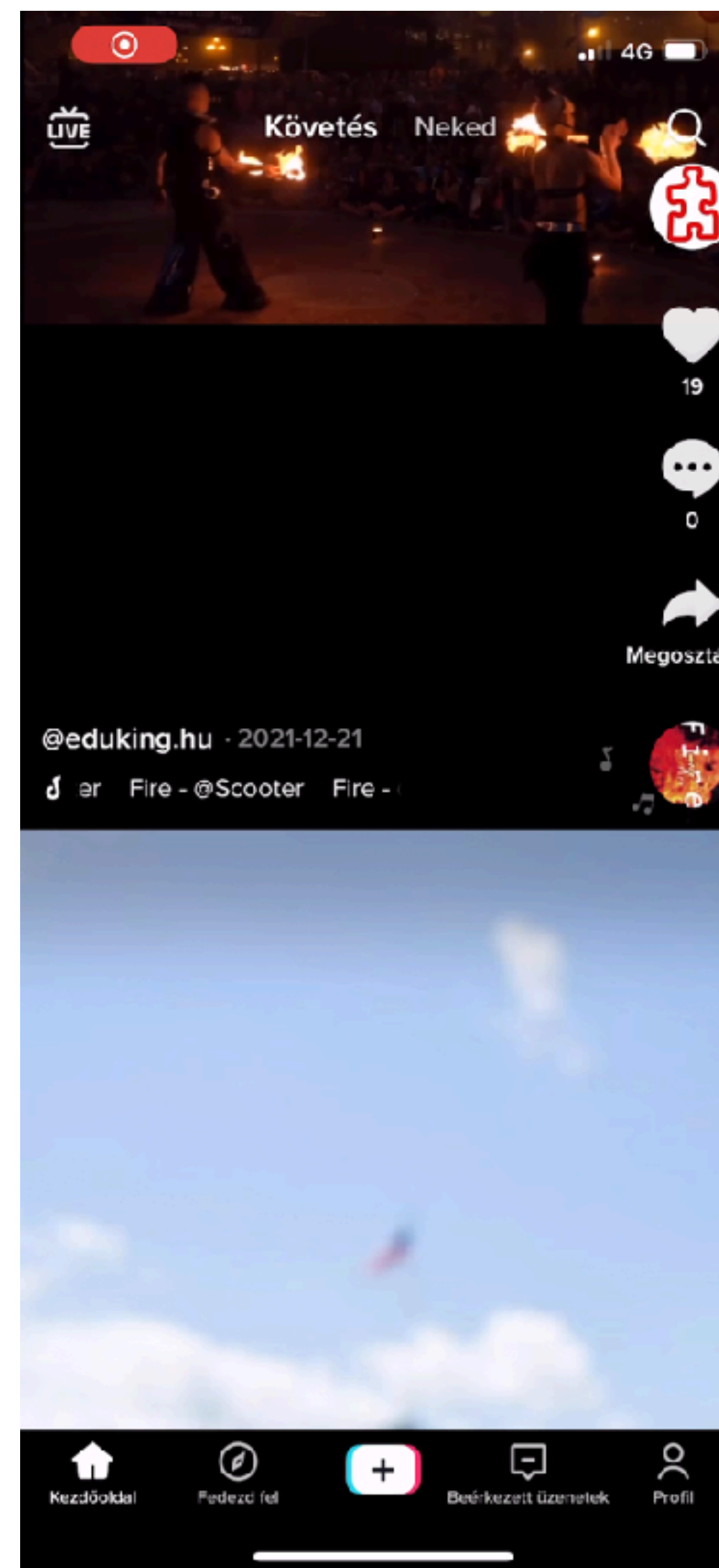
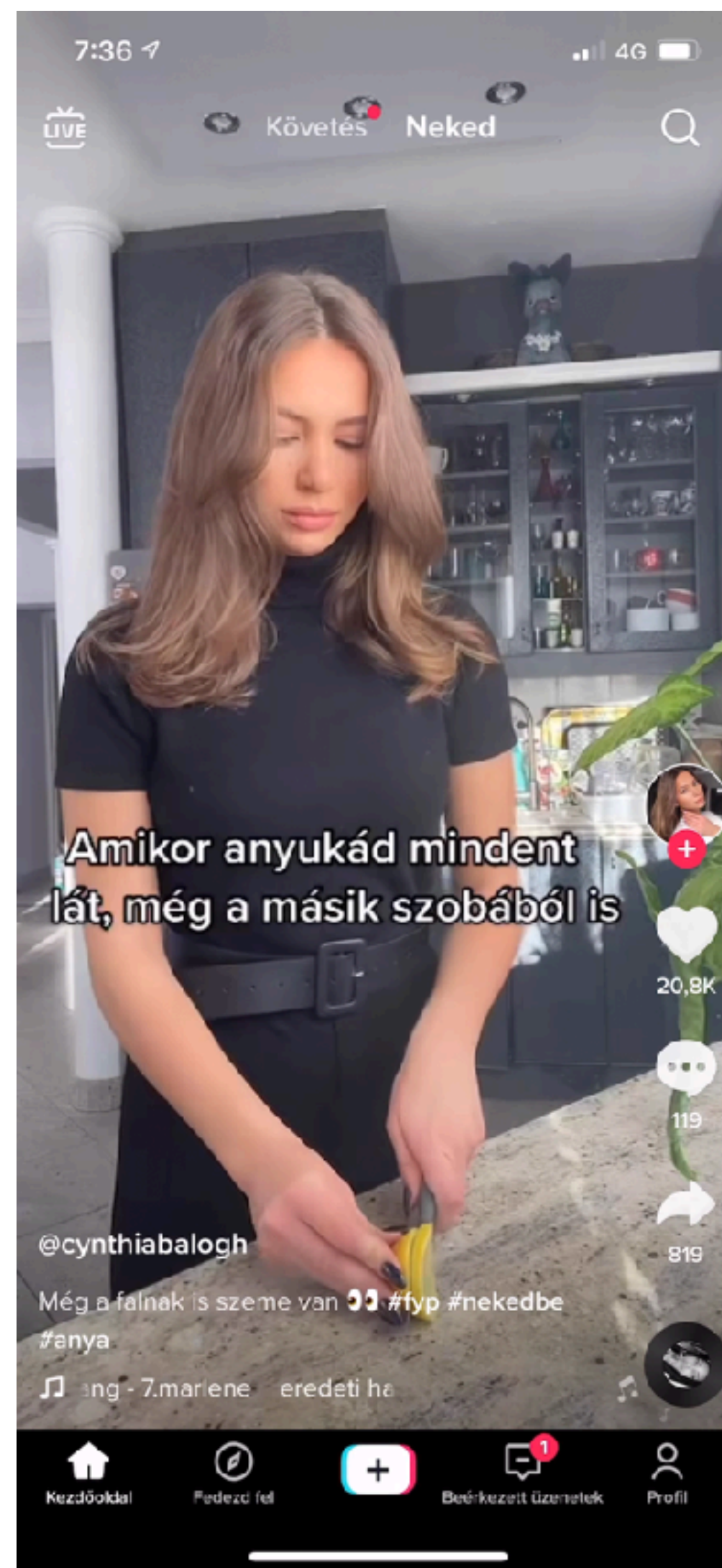
TikTok

- ▶ A fiatalok a meghatározók
- ▶ Nem csak zene és tánc
- ▶ Igazodni kell a stílushoz
- ▶ Szórakoztató, közvetlen, játékos
- ▶ Nem mesterkél, nem kell profinak látszani
- ▶ Fontosabb az interakció, mint a követés

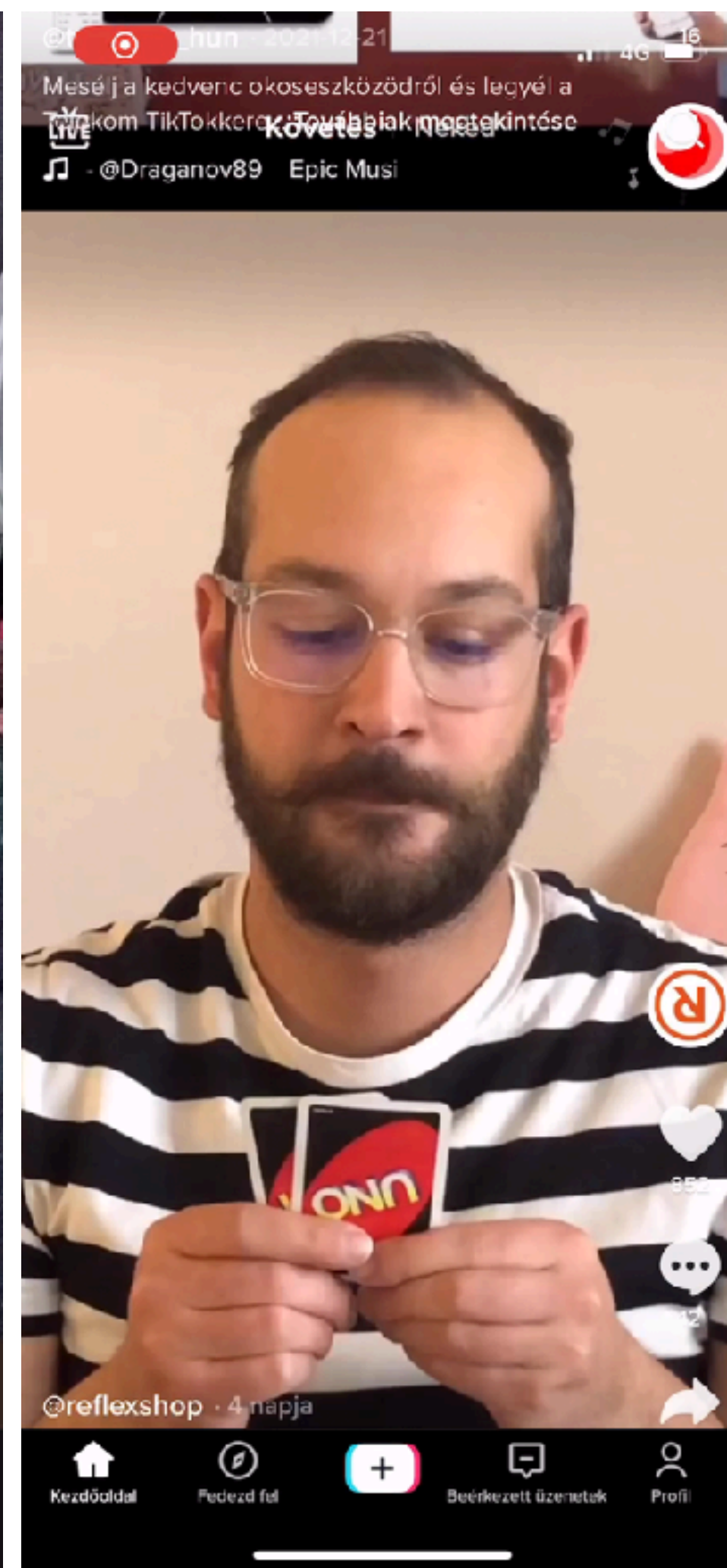
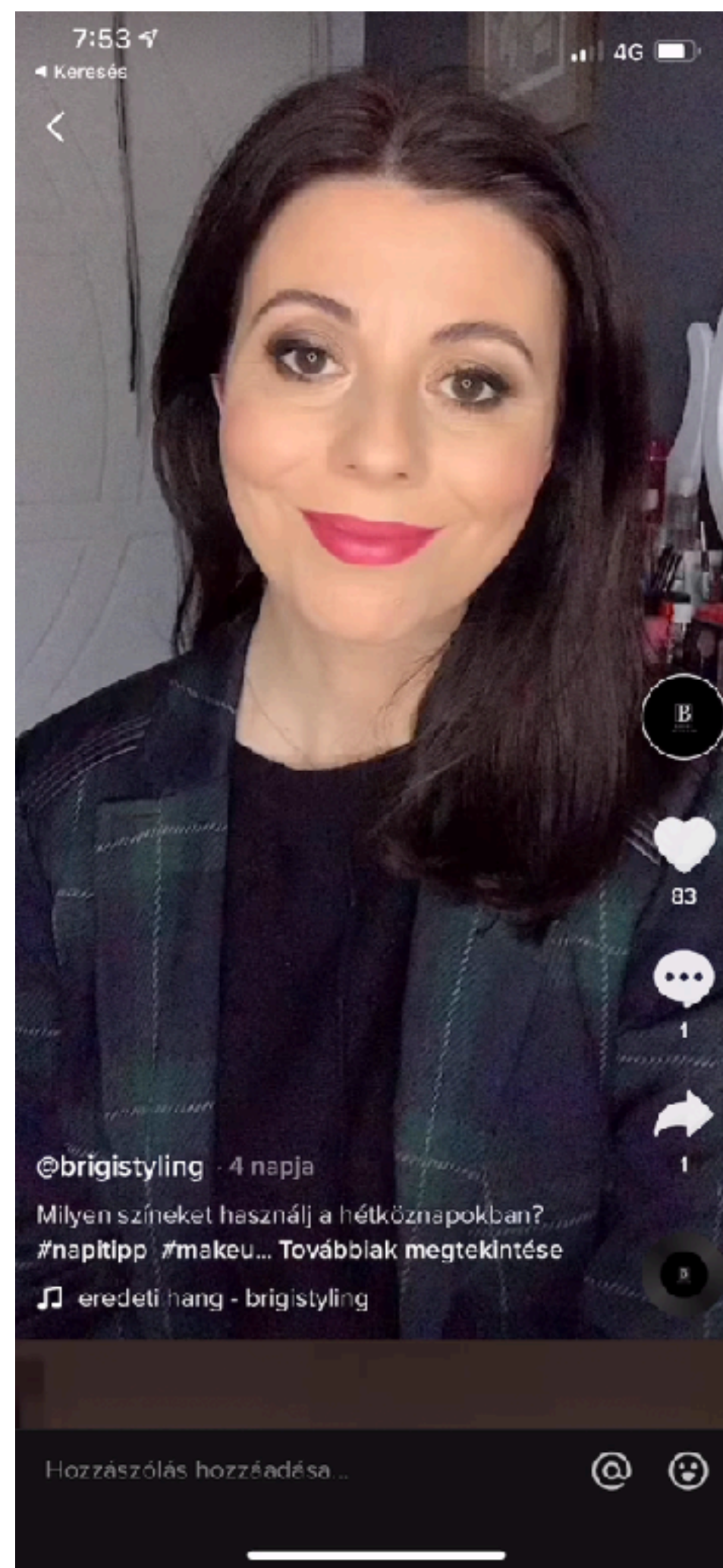
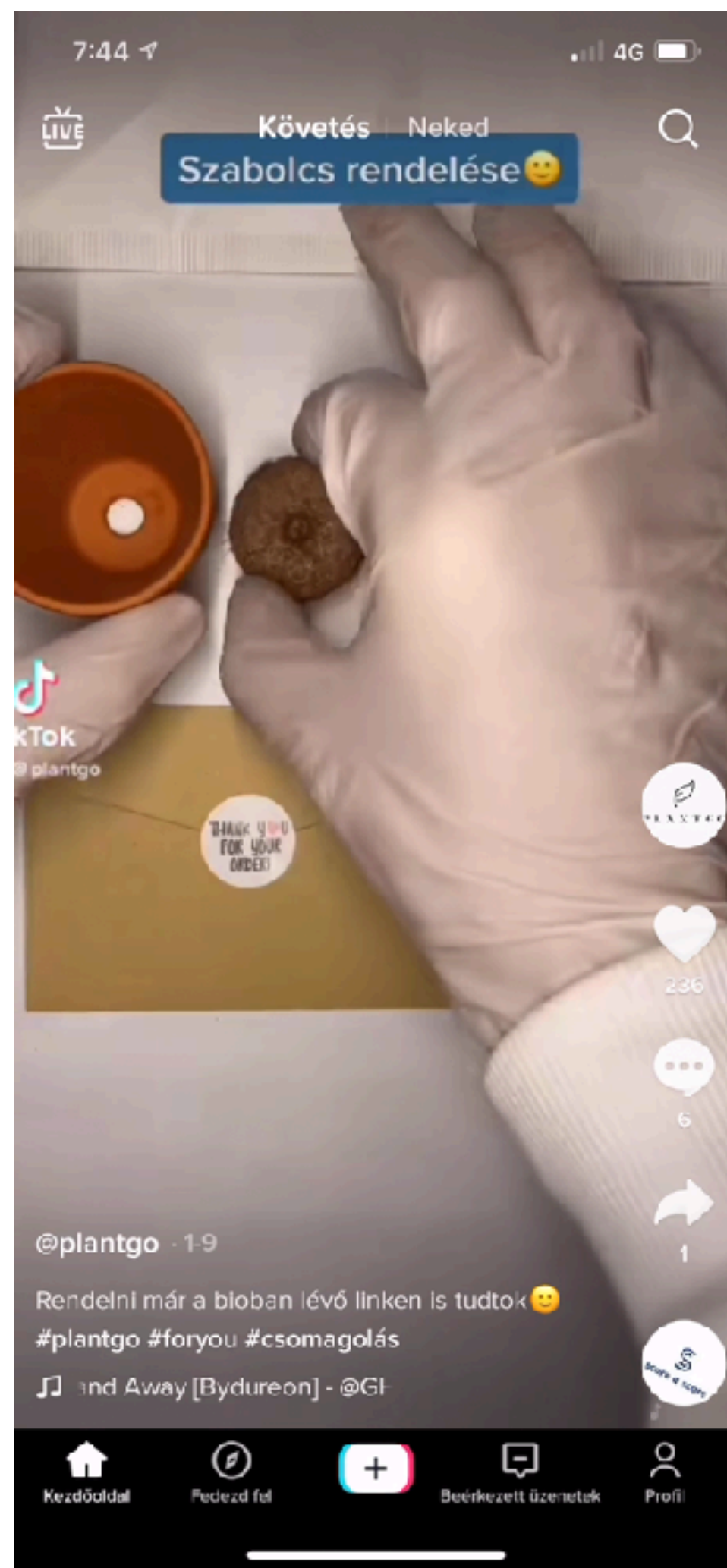
TikTok

- ▶ Profilok
- ▶ Hirdetések
- ▶ Kiterjesztett valóság
- ▶ Élő közvetítések

TikTok



TikTok



TikTok

Fókuszban:

- ▶ Inspiráció
- ▶ Szórakoztatás

TikTok

Fokozatos megjelenés lépései:

- ▶ 1. Regisztrálj, keresd meg a konkurenciát
 - ▶ 2. Telepítsd a TikTok pixelt
 - ▶ 3. Futtass teszt hirdetéseket
 - ▶ 4. Készíts rendszeresen tartalmakat
- +1.: jelenlét influenszereken keresztül

TikTok

- ▶ Nem való mindenkinek
- ▶ Érdemes először felmérni, ott van-e a célcsoport, nyitott-e az üzeneteinkre

TikTok

Kinek?

Akinek a fiatalok nagy arányban vannak jelen a célcsoportjában.

Vizuálisan be tudja mutatni a terméket, szolgáltatást.

Hogyan?

Rövid, szórakoztató videókkal.

LinkedIn

LinkedIn

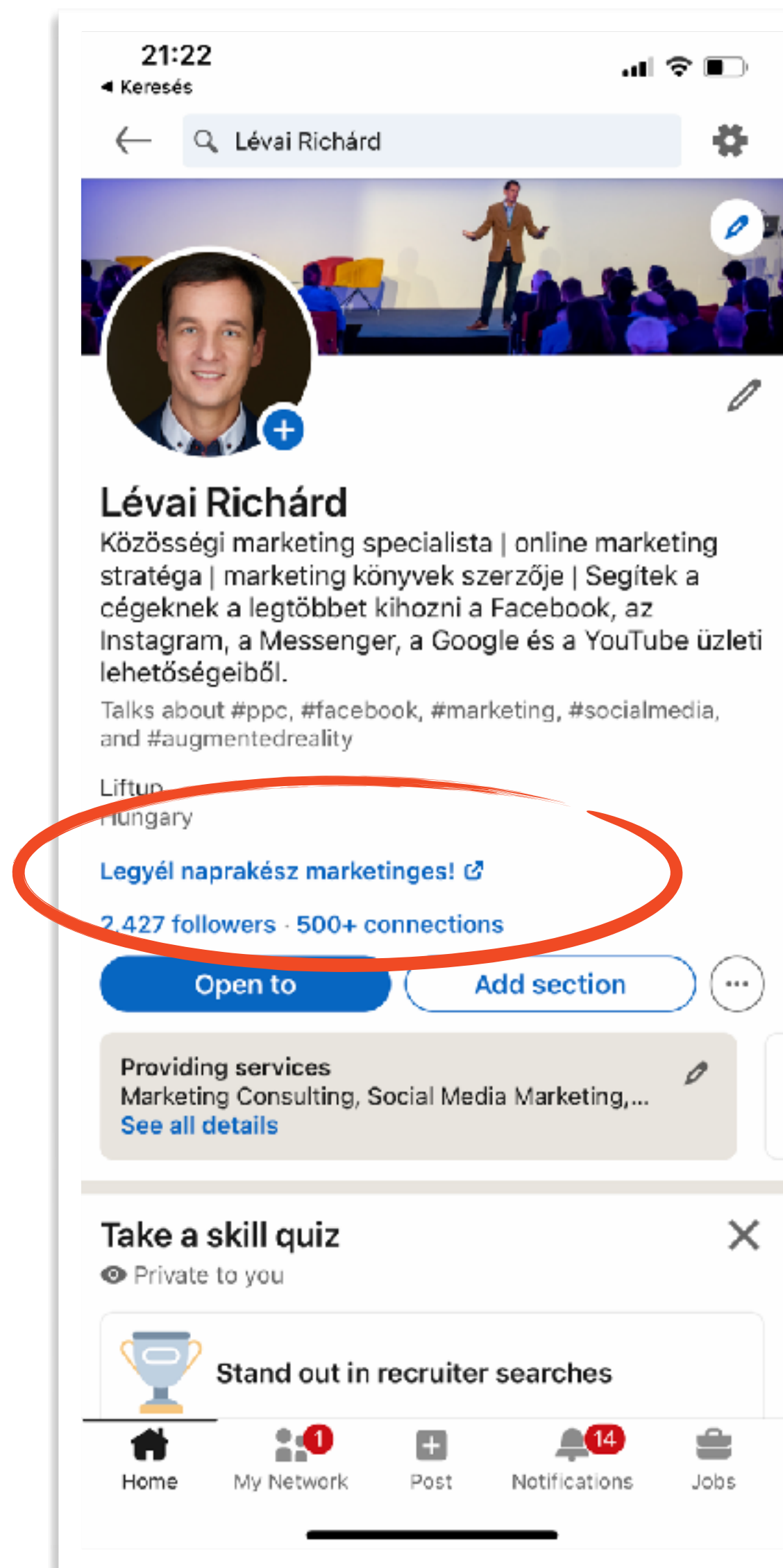
- ▶ Üzleti kapcsolatépítés
- ▶ Elsősorban személyes profilon keresztül
- ▶ Változatos formátumok és funkciók
- ▶ Nagyon jó statisztikák
- ▶ Fontos a beszélgetések generálása

LinkedIn

Hatékony

forgalomterelés

privát profilról is

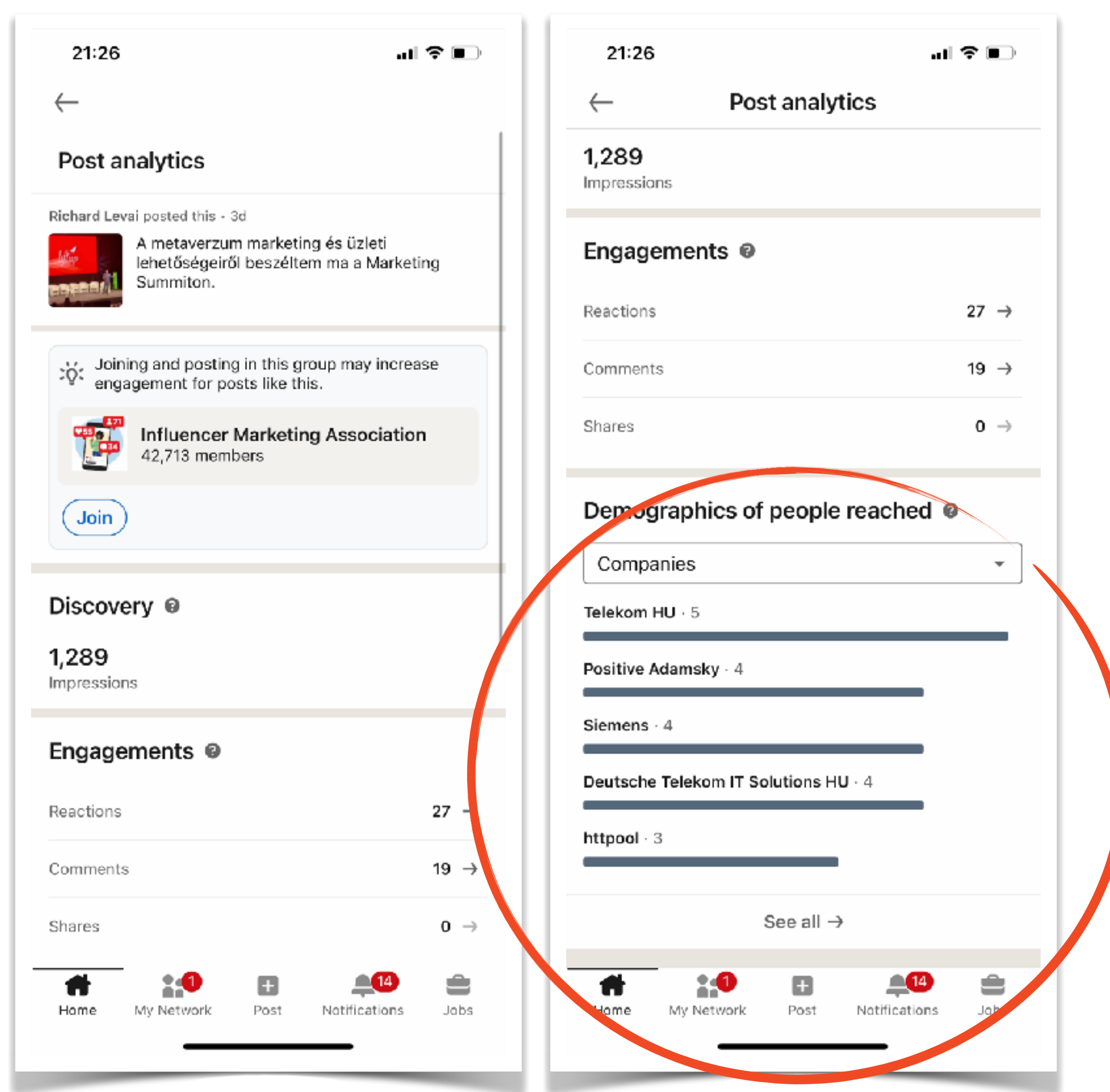


LinkedIn

- ▶ Fontos a jó profil!
- ▶ Részletesen kitöltve (adatok, díjak, publikációk, stb.)
- ▶ Ajánlások partnerektől, kollégáktól
- ▶ Rendszeres kommunikáció

LinkedIn

Részletes statisztikák



LinkedIn

- ▶ Hol:

- ▶ Céges oldalon
- ▶ Munkatársak profiljain

- ▶ Mit:

- ▶ Érdekessegek
- ▶ Szakmai gondolatok
- ▶ Büszkeségek

+

Aktív kapcsolattartás a
többi felhasználóval

LinkedIn

Javaslat:

1. Gyakori privát posztok, amik beszélgetéseket indítanak
2. Gyakran beszélgetni (pozitívan, értéket nyújtva) mások posztjainál
3. Weboldalba berakni a LinkedIn Insight tag-et

LinkedIn

Kinek?

B2B piacon dolgozó cégeknek

Hogyan?

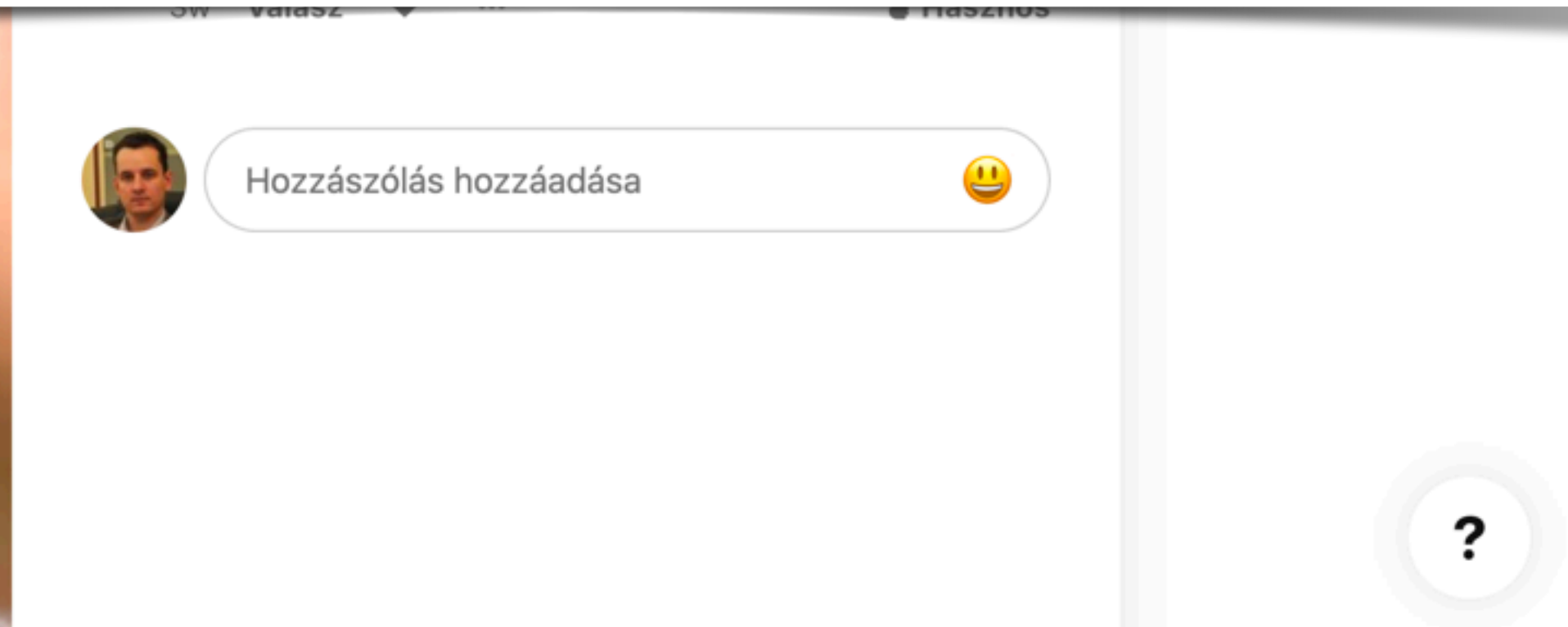
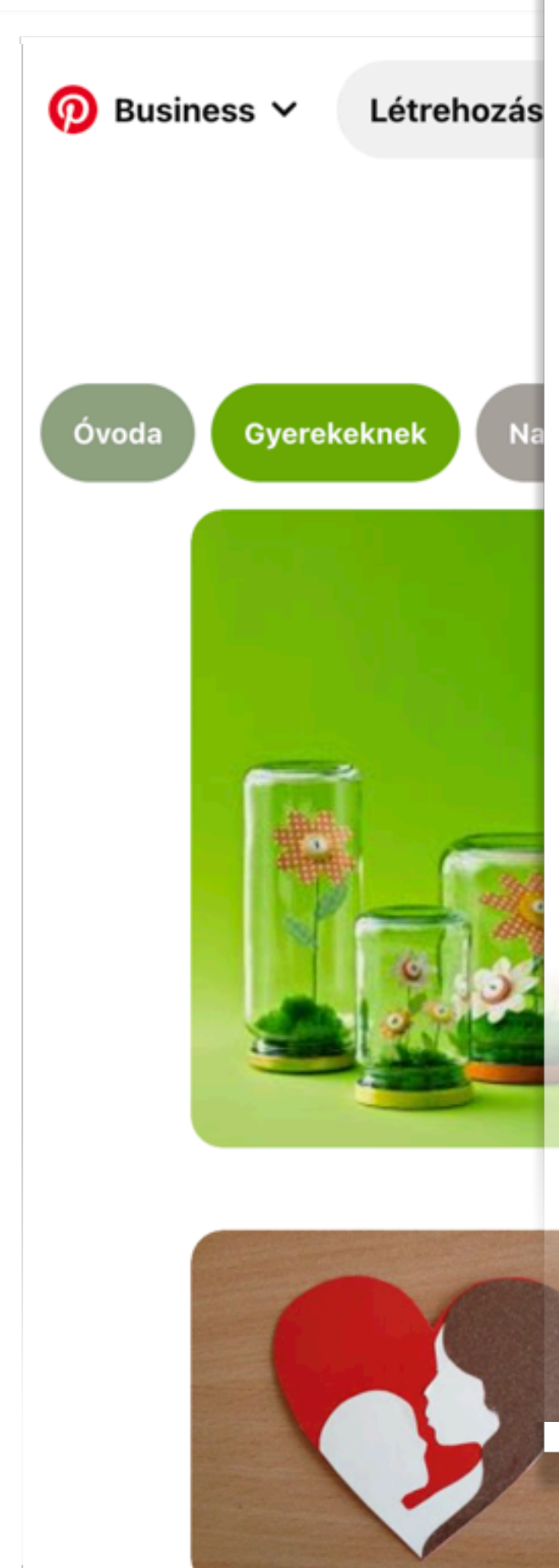
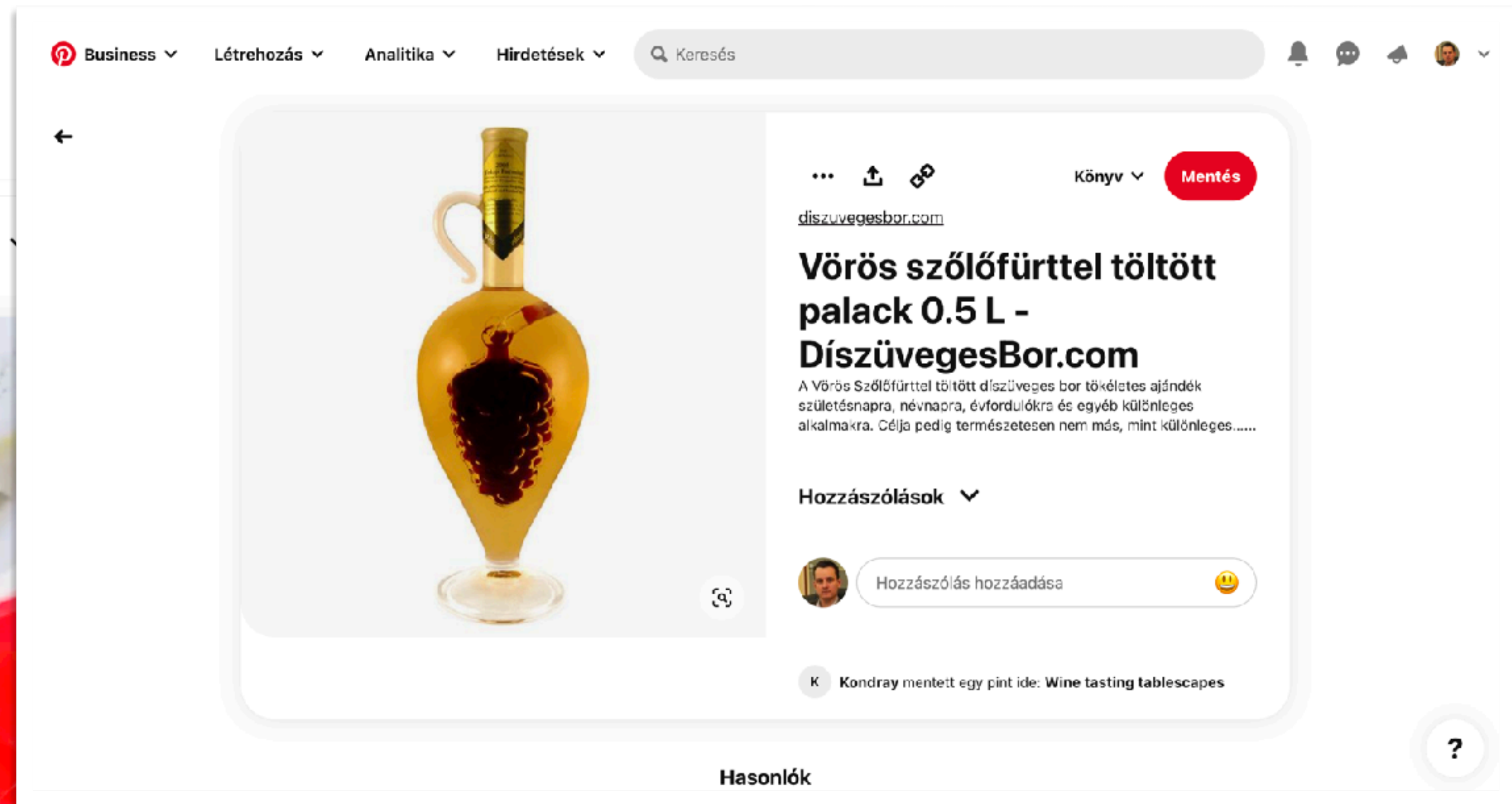
Céges jelenlét LinkedIn oldalon és a munkatársak bevonásával.

Pinterest

Pinterest

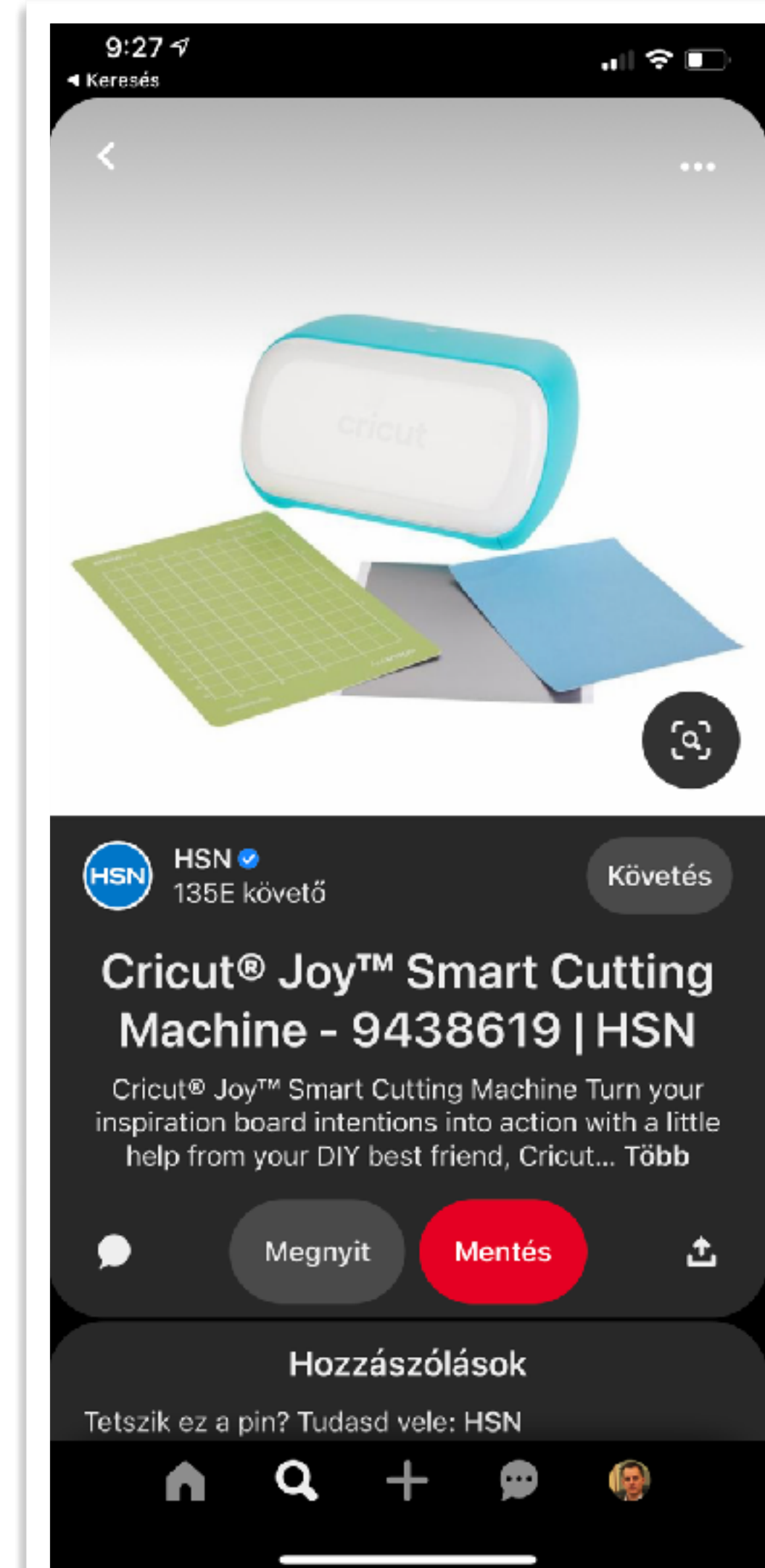
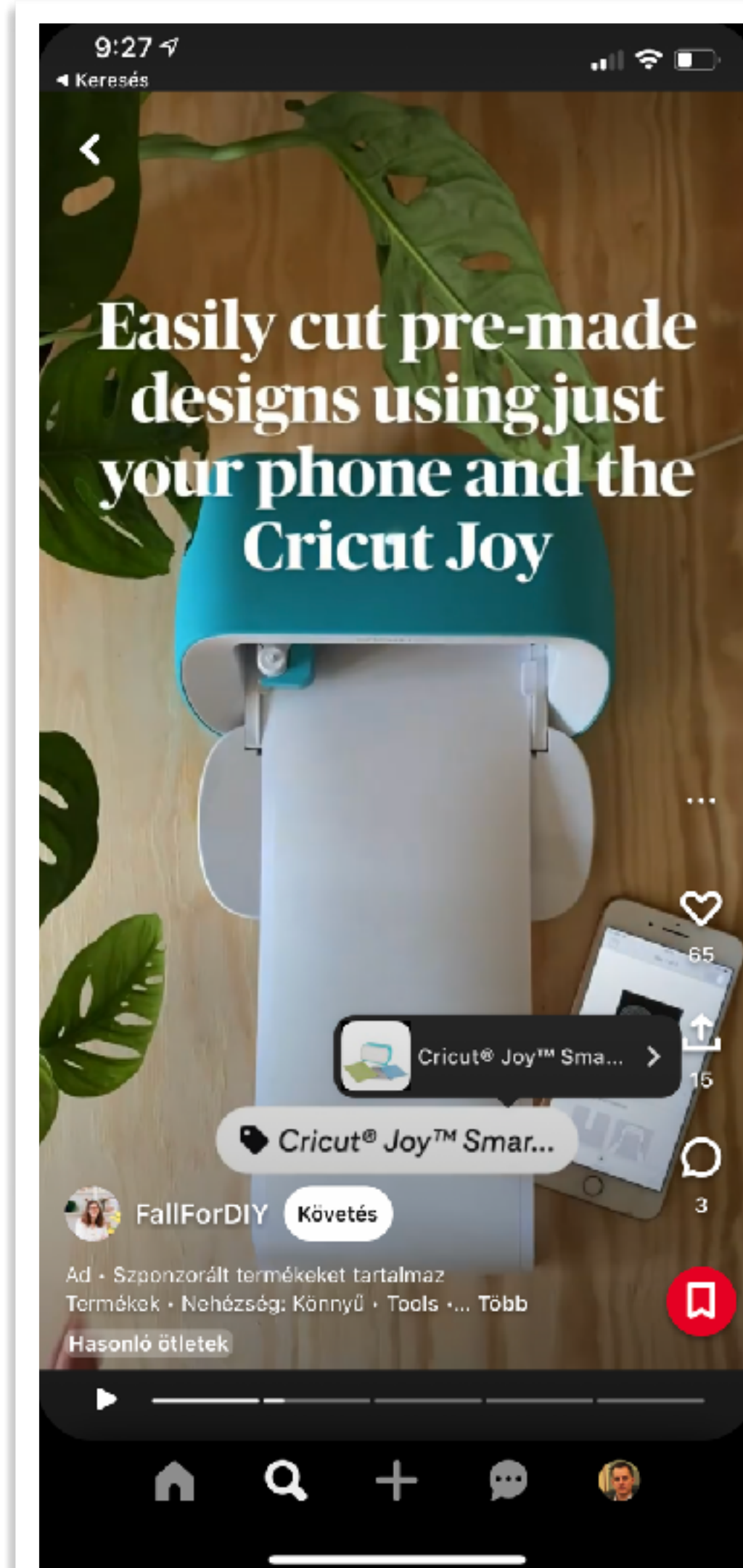
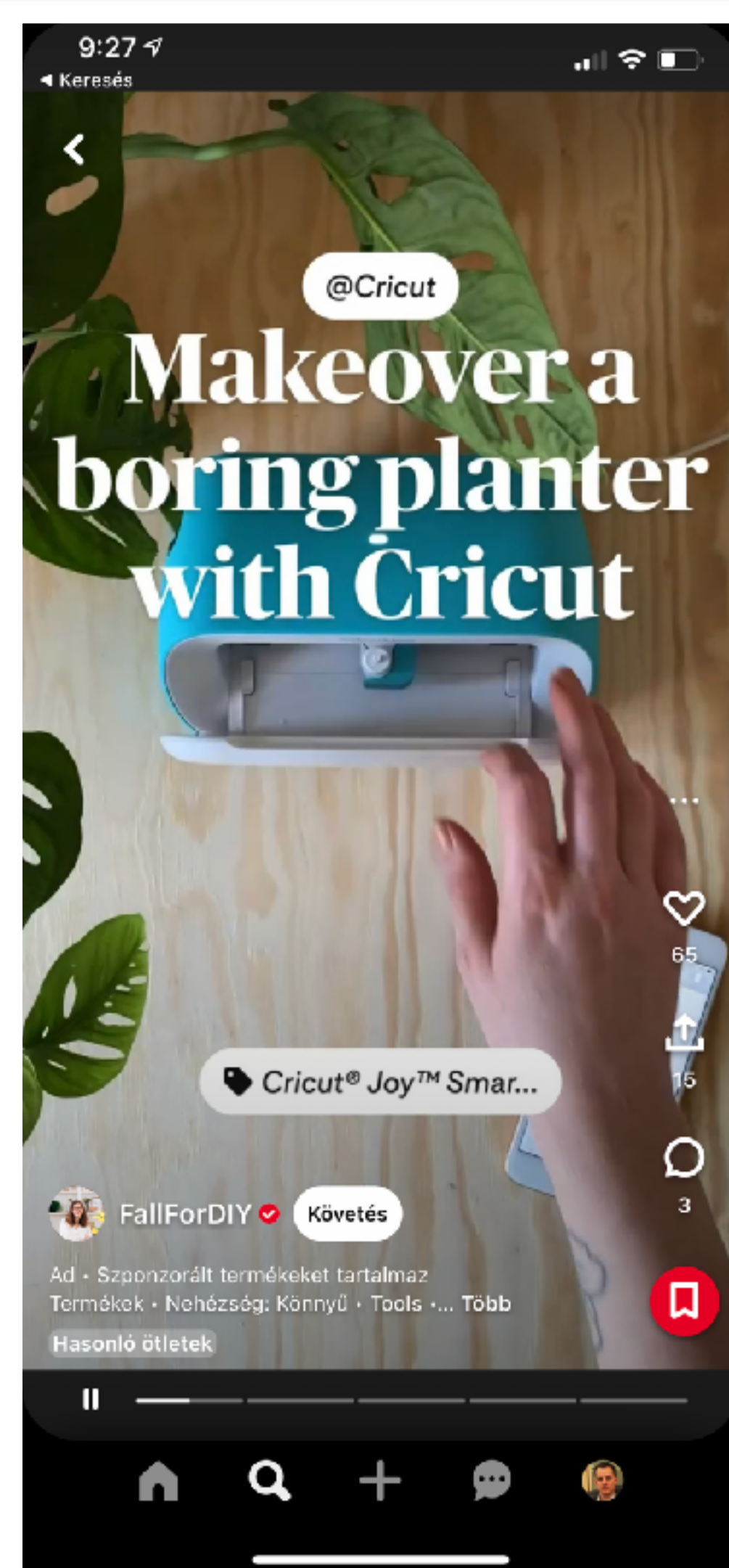
- ▶ Speciális területeken nagyon hasznos (food, beauty, travel, fashion, DIY, stb.)
- ▶ 80% női felhasználó
- ▶ Erős értékesítés támogatás

Pinterest



Pinterest

► Termékcímkék



Pinterest

Kinek?

Speciális célcsoportok és iparágak esetén mindenképpen:
beauty, Gasztro, DIY, dekor, divat, kézműves...

Hogyan?

Rendszeres tartalomfeltöltés, több kép és
videó megosztása a weboldalról, hirdetések használata



YouTube

YouTube

- ▶ A legnépszerűbb videós platform
- ▶ A második legfontosabb kereső
- ▶ A videók a platformon kívül hatékonyabbak (weboldala ágyazva)

YouTube csatorna

☰

YouTube

HU

🏠

Kezdőlap

🔍

Felfedezés

📺

Shorts

📺

Feliratkozások

📺

Könyvtár

🕒

Előzmények

📺

Videóid

🕒

Megnézendő videók

👍

Kedvelt videók

FELIRATKOZÁSOK

LEGO

LEGO

🔔

Mit Játsszunk?

Mit Játsszunk?

•

Játsszóház Projekt

Játsszóház Projekt

•

Virgin Galactic

Virgin Galactic

•

Közösségi Kalandozá...

Közösségi Kalandozá...

•

reflexshop

reflexshop

•

CONTAINEX

C

1,8

KEZDŐLAP

CONTAINEX

5 containers were

☰

YouTube

HU

🔍

colas

🏠

Kezdőlap

🔍

Felfedezés

📺

Shorts

📺

Feliratkozások

📺

Könyvtár

🕒

Előzmények

📺

Videóid

🕒

Megnézendő videók

👍

Kedvelt videók

FELIRATKOZÁSOK

LEGO

LEGO

🔔

Mit Játsszunk?

Mit Játsszunk?

•

Játsszóház Projekt

Játsszóház Projekt

•

Virgin Galactic

Virgin Galactic

•

Közösségi Kalandozá...

Közösségi Kalandozá...

•

reflexshop

reflexshop

•

COLAS

WE OPEN THE WAY

Colas Limited

657 feliratkozó

FELIRATKOZÁS

KEZDŐLAP

VIDEÓK

LEJÁTSZÁSI LISTÁK

KÖZÖSSÉG

CSATORNÁK

NÉVJEGY

🔍

>

Létrehozott lejátszási listák

RENDEZÉSI SZEMPONT

Wattway

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

Mobile Plants

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

Construction projects

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

Specialist Surface Treatments

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

Road Safety at Colas Ltd

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

5 containers were

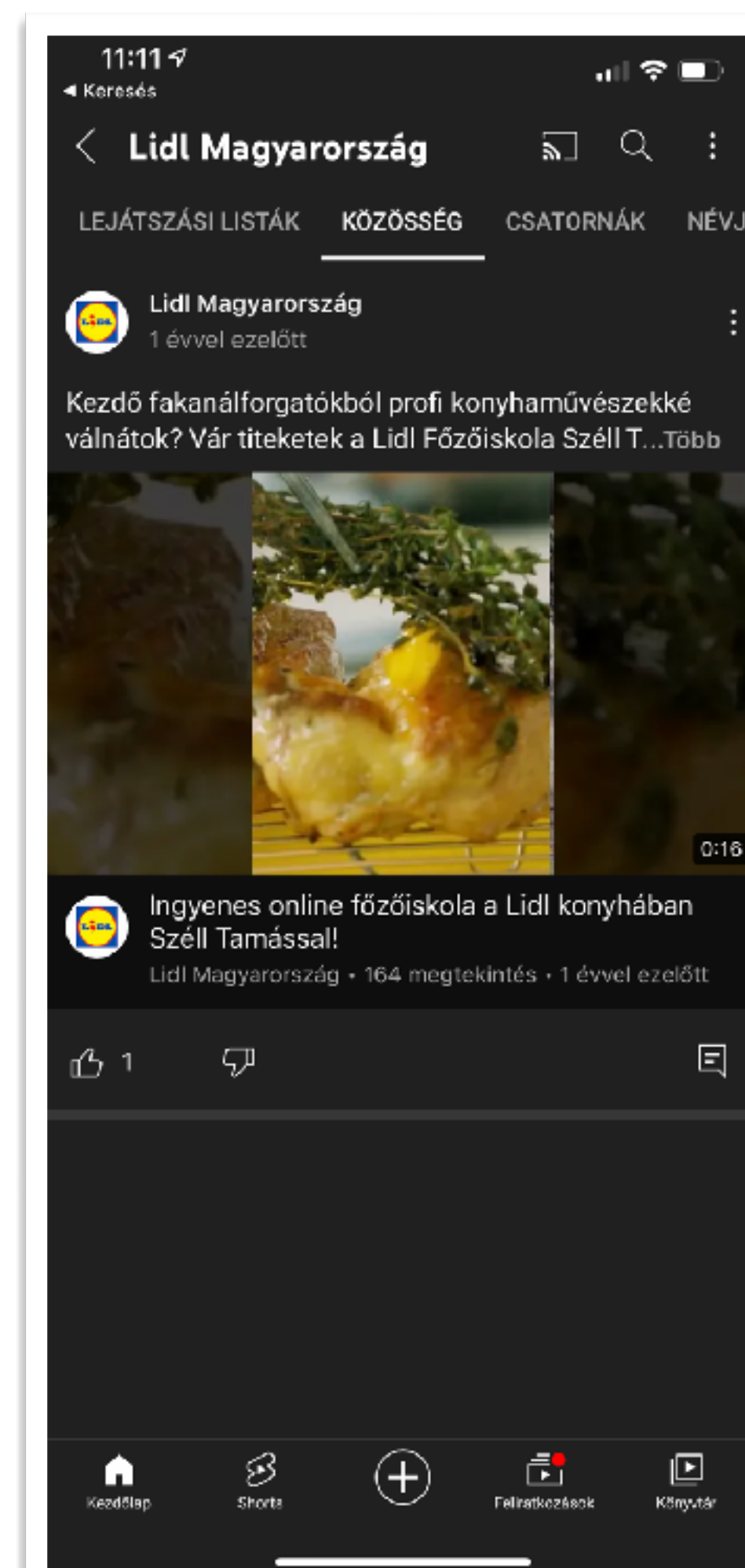
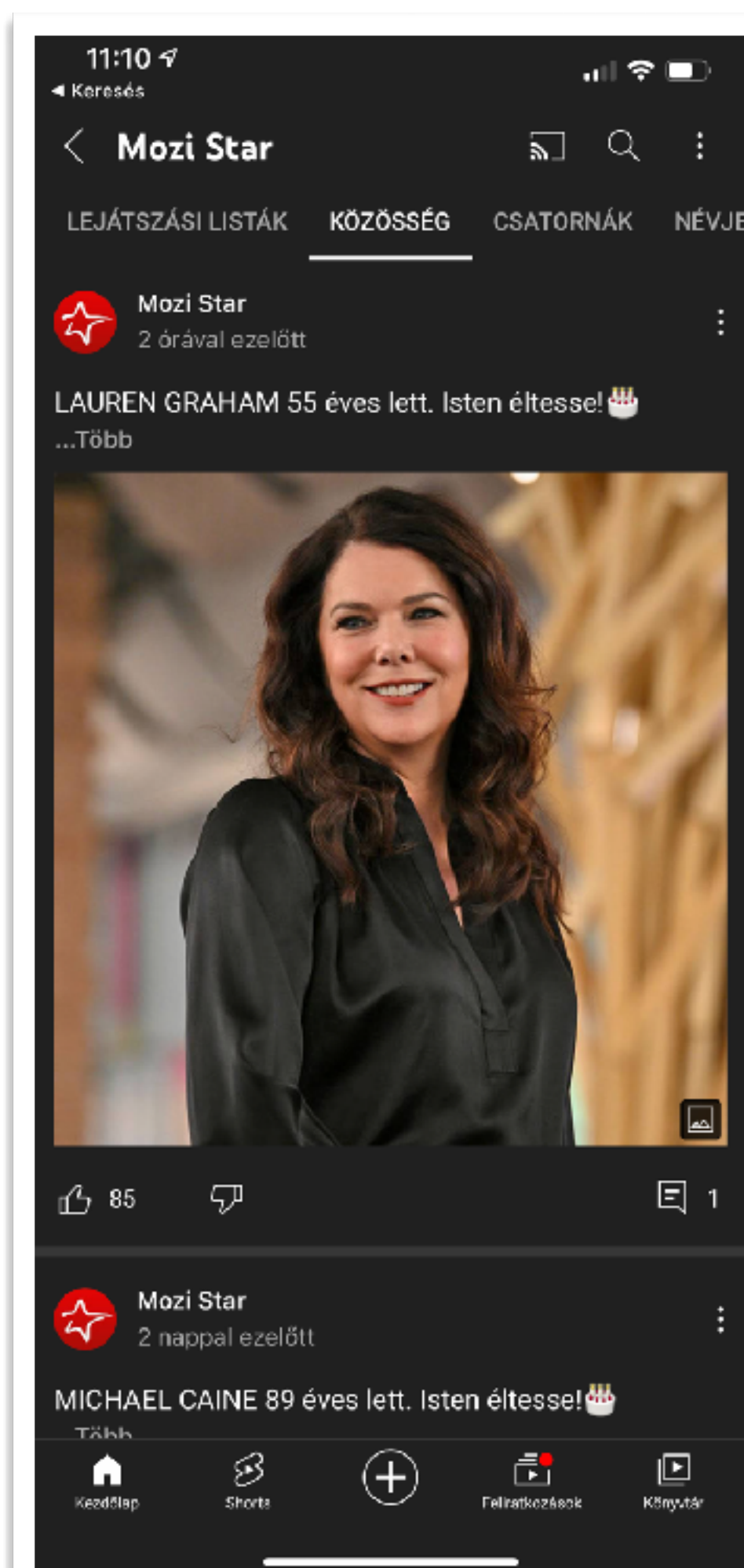
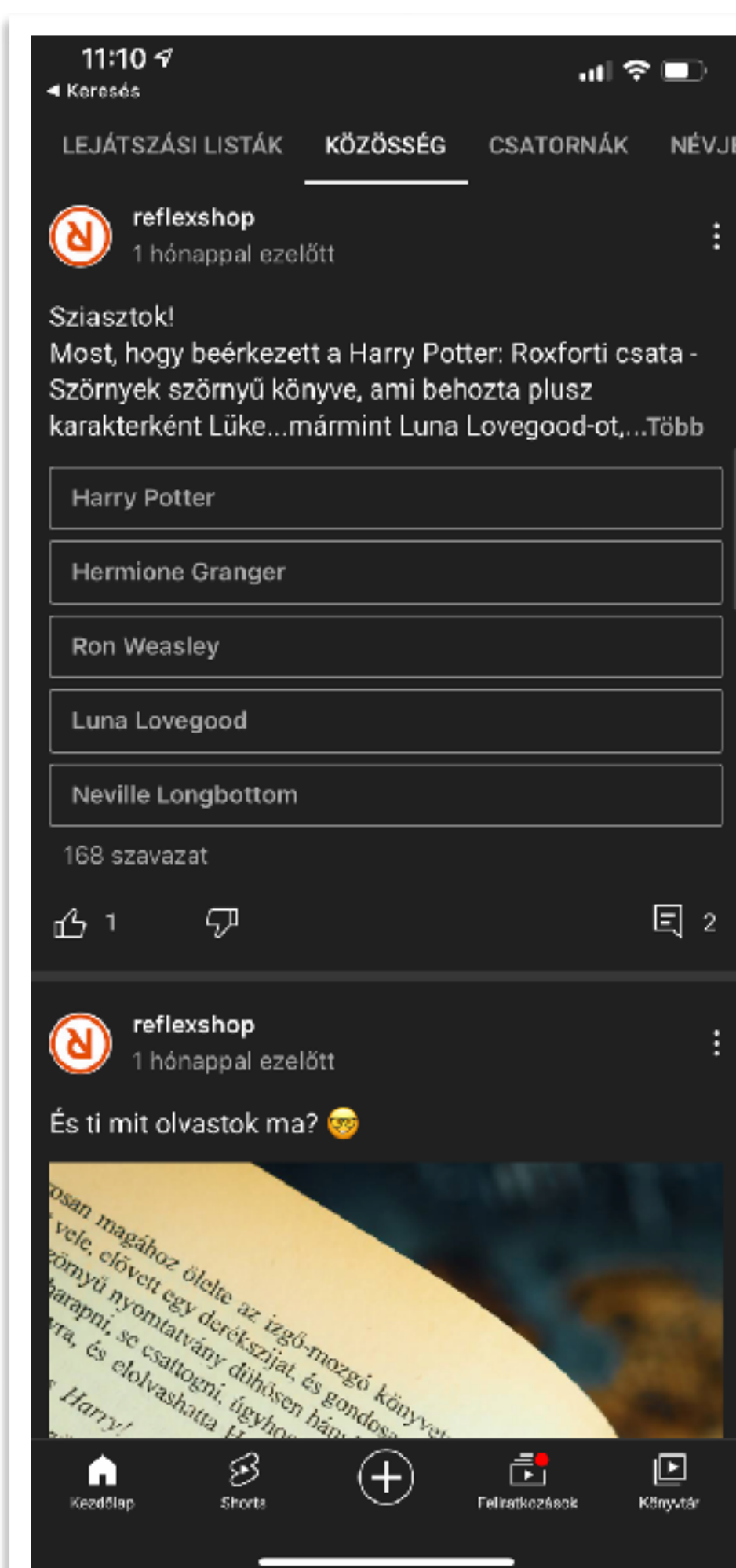
CONTAINEX auf einen Blick / CONTAINEX at a glance

▶

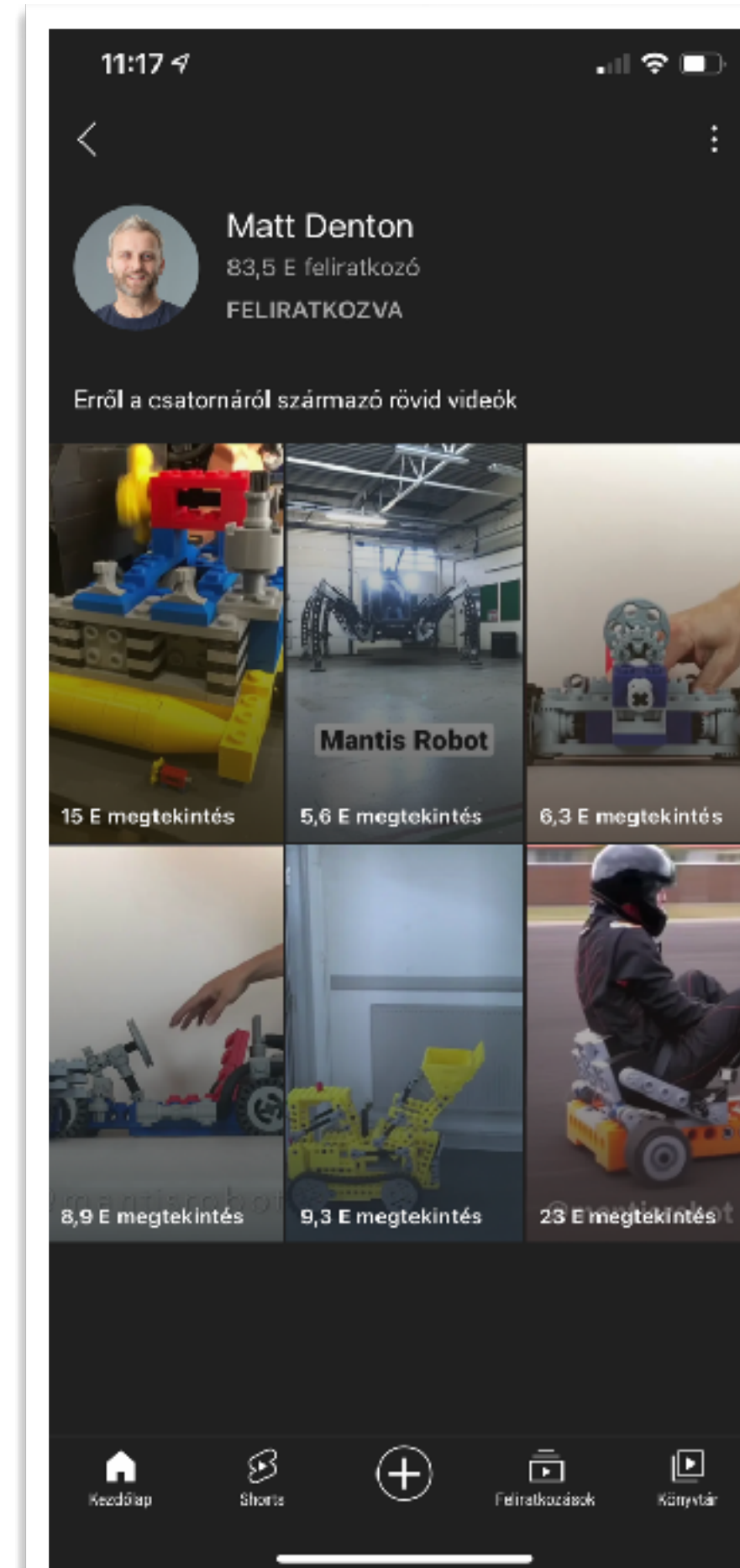
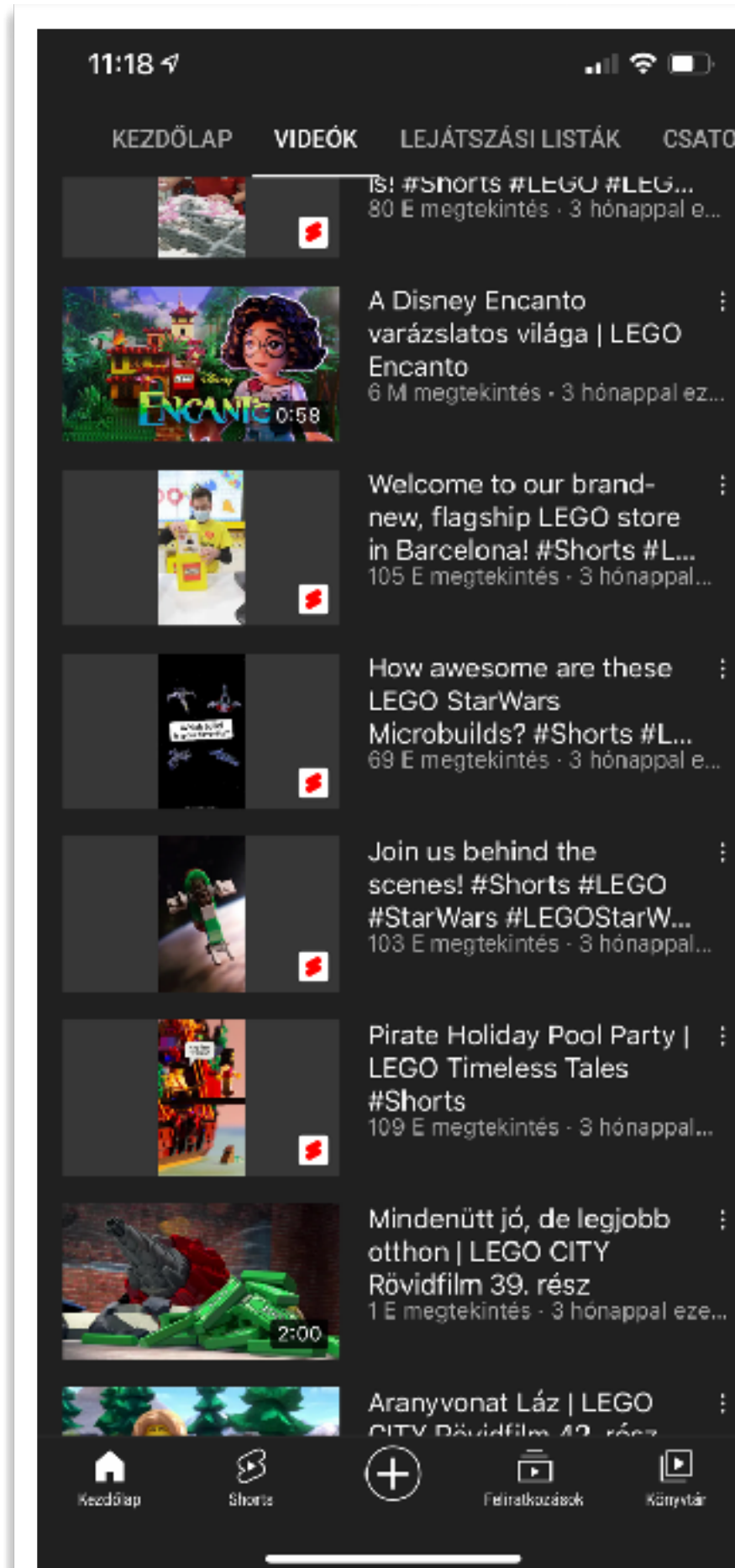
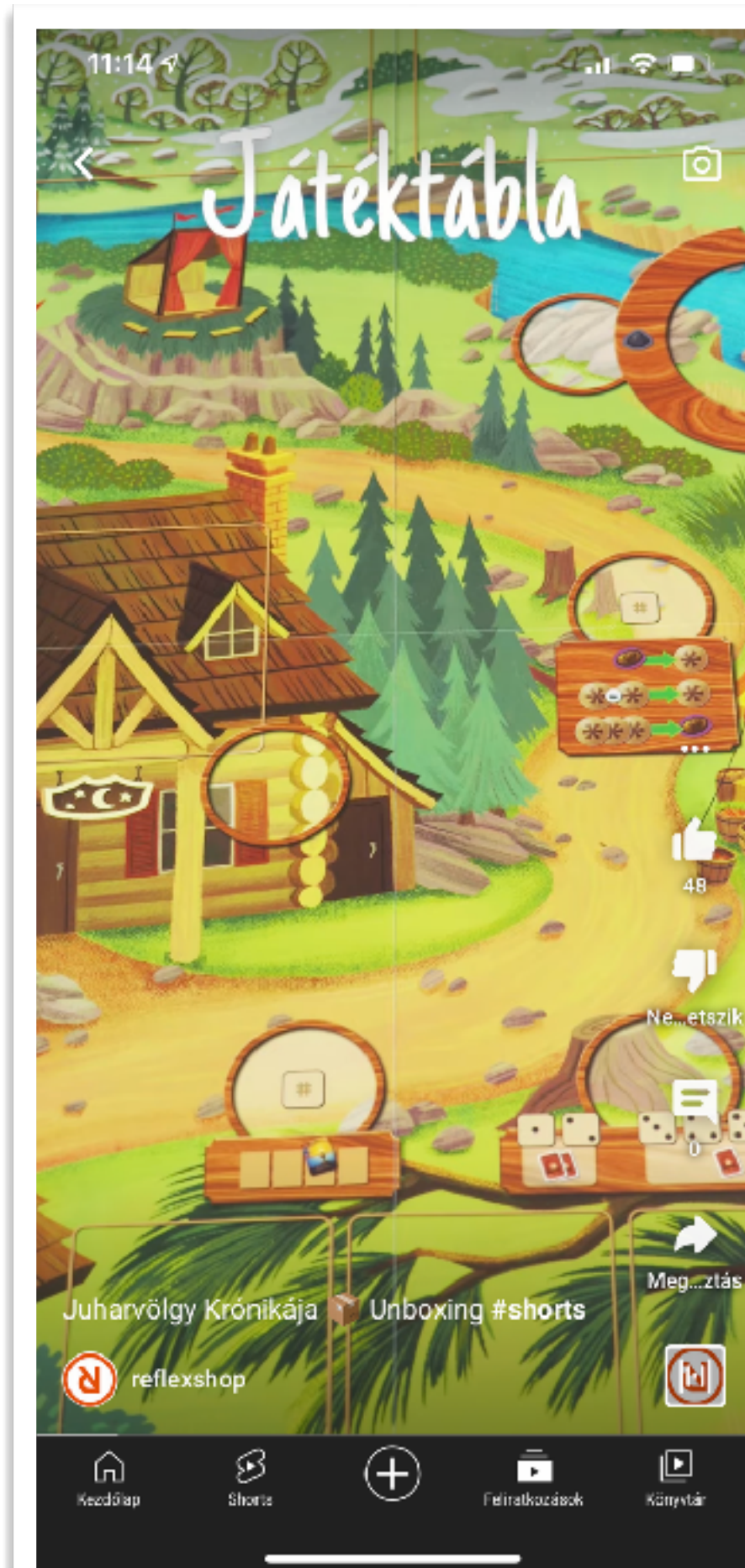
ÖSSZES LEJÁTSZÁSA

Mentor Klub

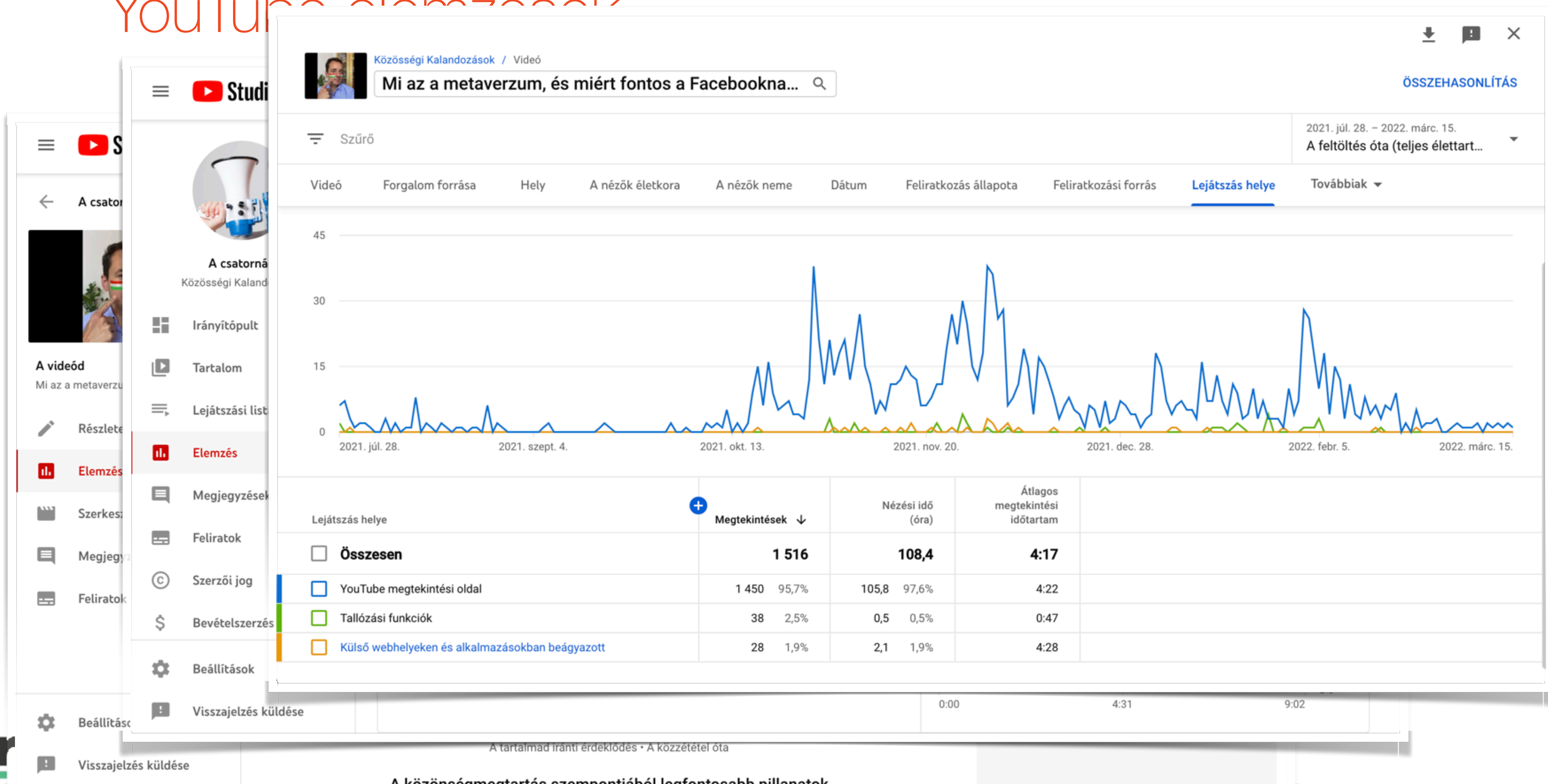
YouTube tartalmak



YouTube shorts



YouTube elemzők



YouTube elemzések

- ▶ Első 10 másodperc a kulcs
- ▶ Rögtön bele a közepébe: intro, háttér nélkül értéket adni
- ▶ Vizuálisan változatos (vágások, másik nézet, infografika, stb.)
- ▶ Feliratkozás
- ▶ Thumbnail
- ▶ Nézők aktivizálása (feliratkozás, stb.)
- ▶ Több videó összekapcsolása kártyákkal
- ▶ Kulcsszavak + cím + leírás (optimalizálva)

YouTube jelenlét

- ▶ Ideális eset: dedikált tartalom, önálló videók, posztok, szavazások, lejátszási listák, nyereményjátékok, kártyák, shorts, stb....
- ▶ Optimális helyzet: videók ide is felkerülnek, egy-egy shorts és poszt

YouTube jelenlét

Kinek?

Mindenkinek hasznos tud lenni, akinek van videós tartalma.

Hogyan?

Hosszabb tartalmak: műsorok vagy edukáció

Shorts: szórakoztatás

Egyéb: kapcsolat fen

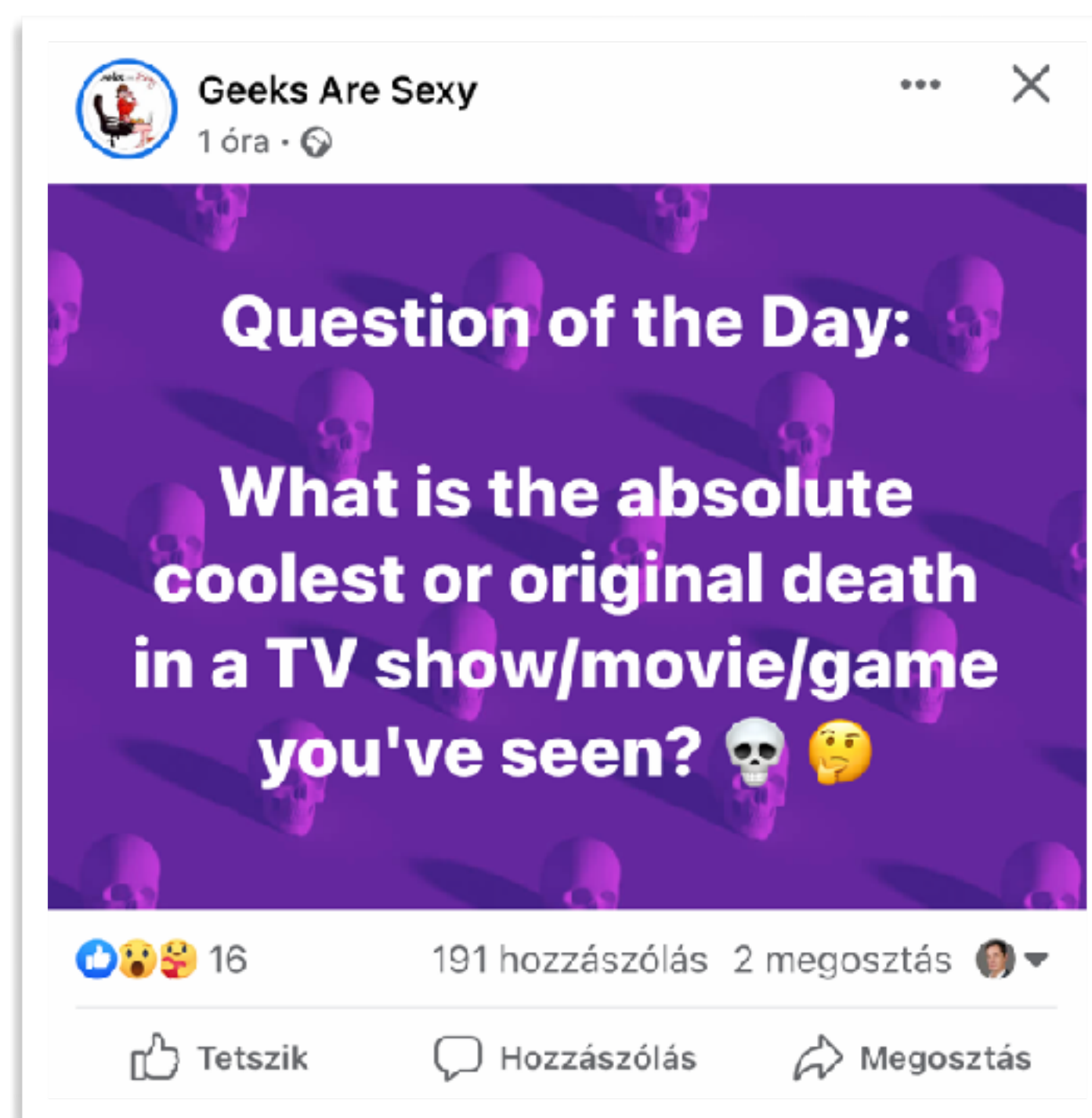
Formátumok

Szöveges posztok

Szöveges posztok

- ▶ Gyorsan, elkészíthető
- ▶ Közvetlen, hiteles érzetet kelt
- ▶ Ez sem csak szöveg, itt is van vizualitás, kérdés, hogy illik-e a márkához?

Szöveges posztok



Szöveges posztok

Két megoldás:

- ▶ Alkalmoszerűen, ami éppen eszünkbe jut, van egy friss hír, vagy sokat beszél róla a célcsoport
- ▶ Előre összeállított és akár beütemezett témák

Képek

Képek

- ▶ A legegyszerűbb formátum, több célra is használható jól.
- ▶ Előnye: általában nagy helyen jelenik meg, a vizualitás miatt könnyen bevonja a felhasználókat.

Képek



►Egyszerű fotó

Forrás: YouTube

Képek



- ▶ Infografika szerű megoldás
- ▶ Számok, érvek, magyarázatok vizuális bemutatása

Forrás: Facebook

Képek



► Figyelemfelkeltés

Forrás: Facebook



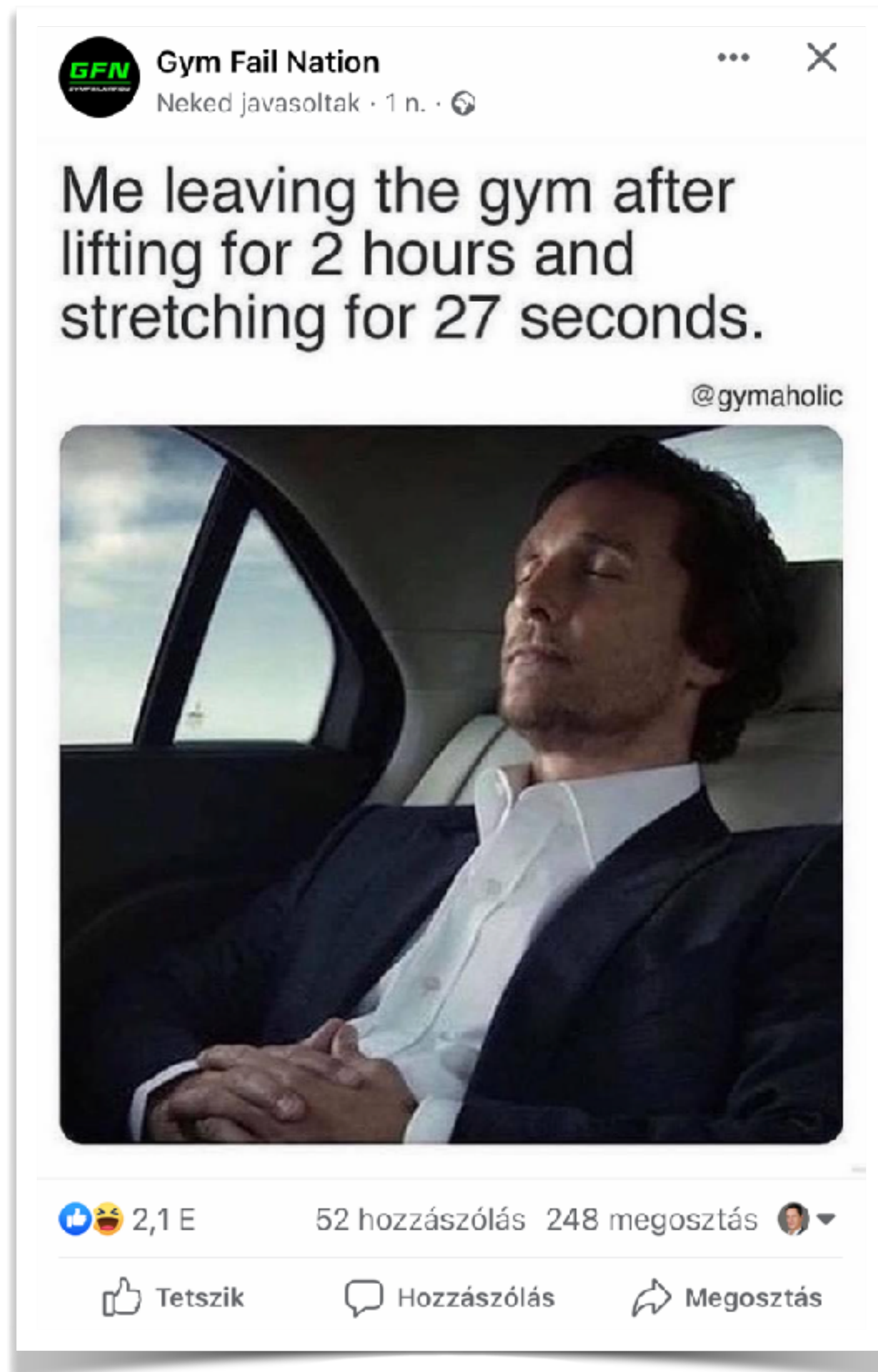
Képek



► Azonnali bevonódás

Forrás: Facebook

Képek



► Üzenet átadás, közösség építés
mémme

Forrás: Facebook



Képek



► Üzenet kihangsúlyozása mémmel

Forrás: Facebook

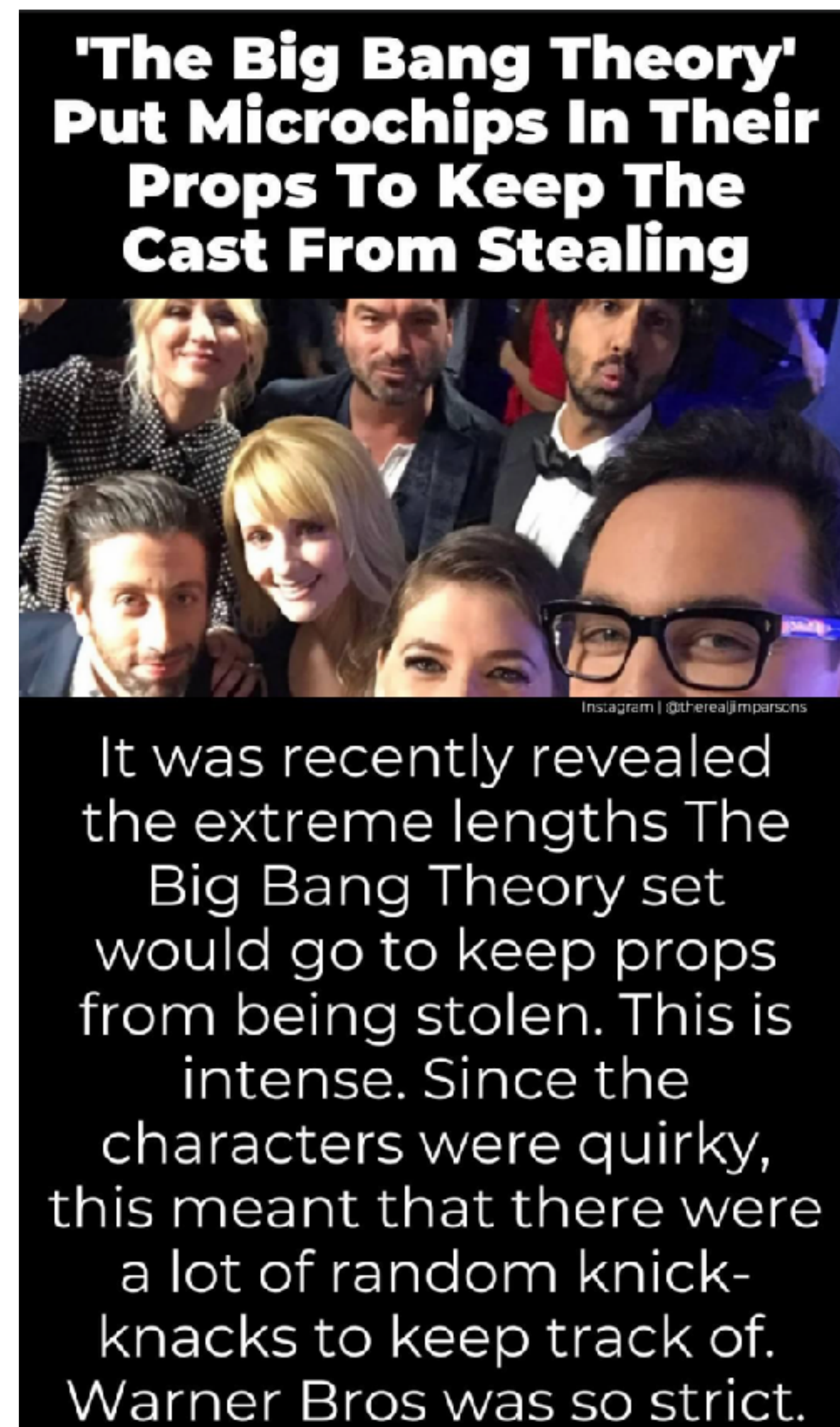
Képek



► Szerkesztett kép (sablon)

Forrás: LinkedIn

Képek



► Félbetört szöveg: azonnali aktivitás

Forrás: Facebook

Képek



► Az idézet ereje

Forrás: Facebook

Képek

- ▶ Leghatékonyabb Instagram feed, sztori, LinkedIn, Pinterest, Facebook
- ▶ A videók egyre jobban átveszik a szerepét
- ▶ De: a gyors befogadhatóság, az algoritmusok működése és a többszöri könnyű felhasználási lehetőségek miatt továbbra is fontos

Galéria

Galéria

- ▶ Több vizuális tartalom csoportos megjelenése
- ▶ Platformonként eltérő megjelenés
- ▶ A több tartalom ígérete vonzó

Galéria

► Képgaléria YouTube közösség felületen



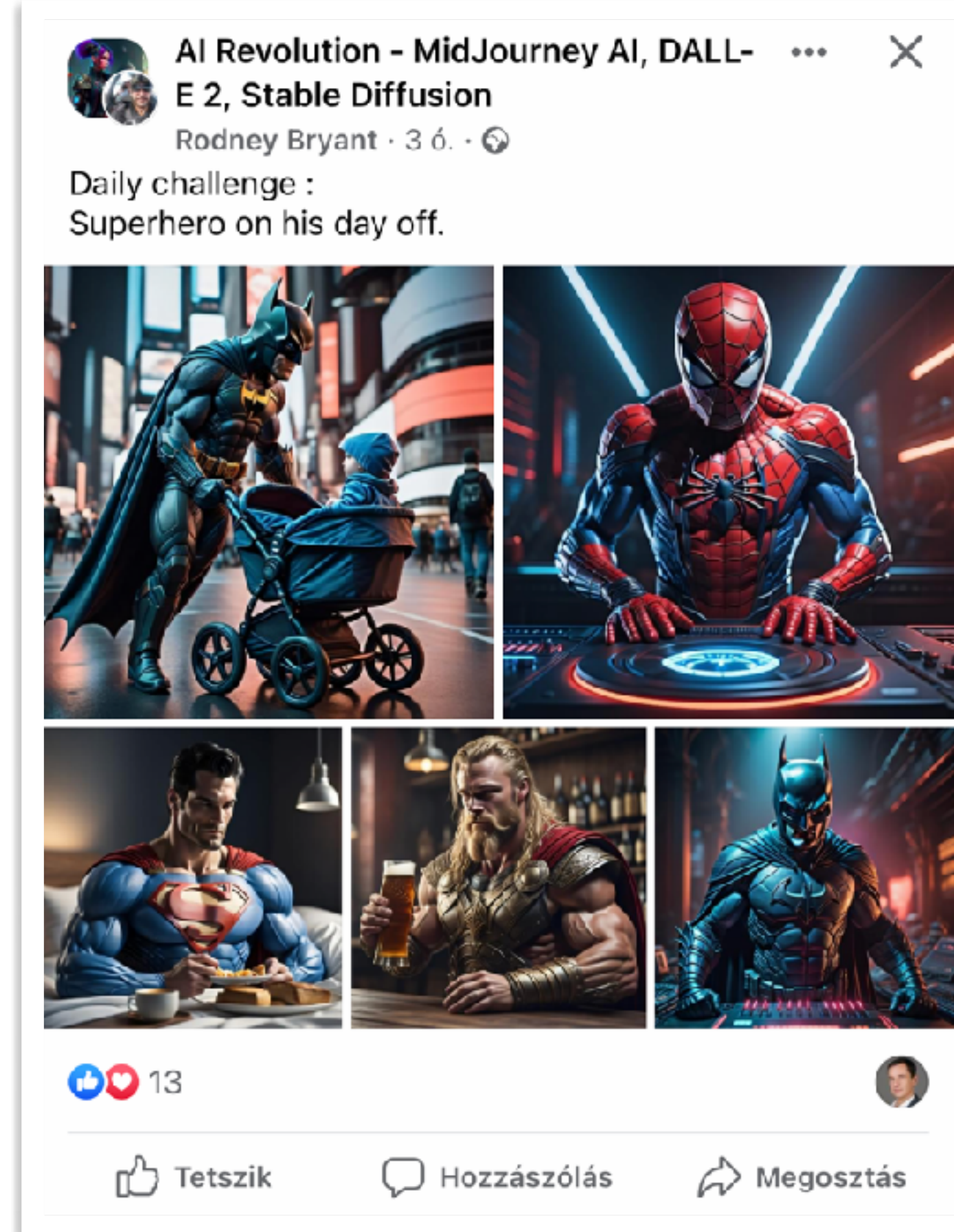
Galéria



► Esemény dokumentálás

Forrás: Facebook

Galéria



► Referencia bemutatás

Forrás: Facebook

Galéria



► Termék bemutatás

Forrás: Facebook



Galéria



► Termék bemutatás

Forrás: Facebook



Galéria

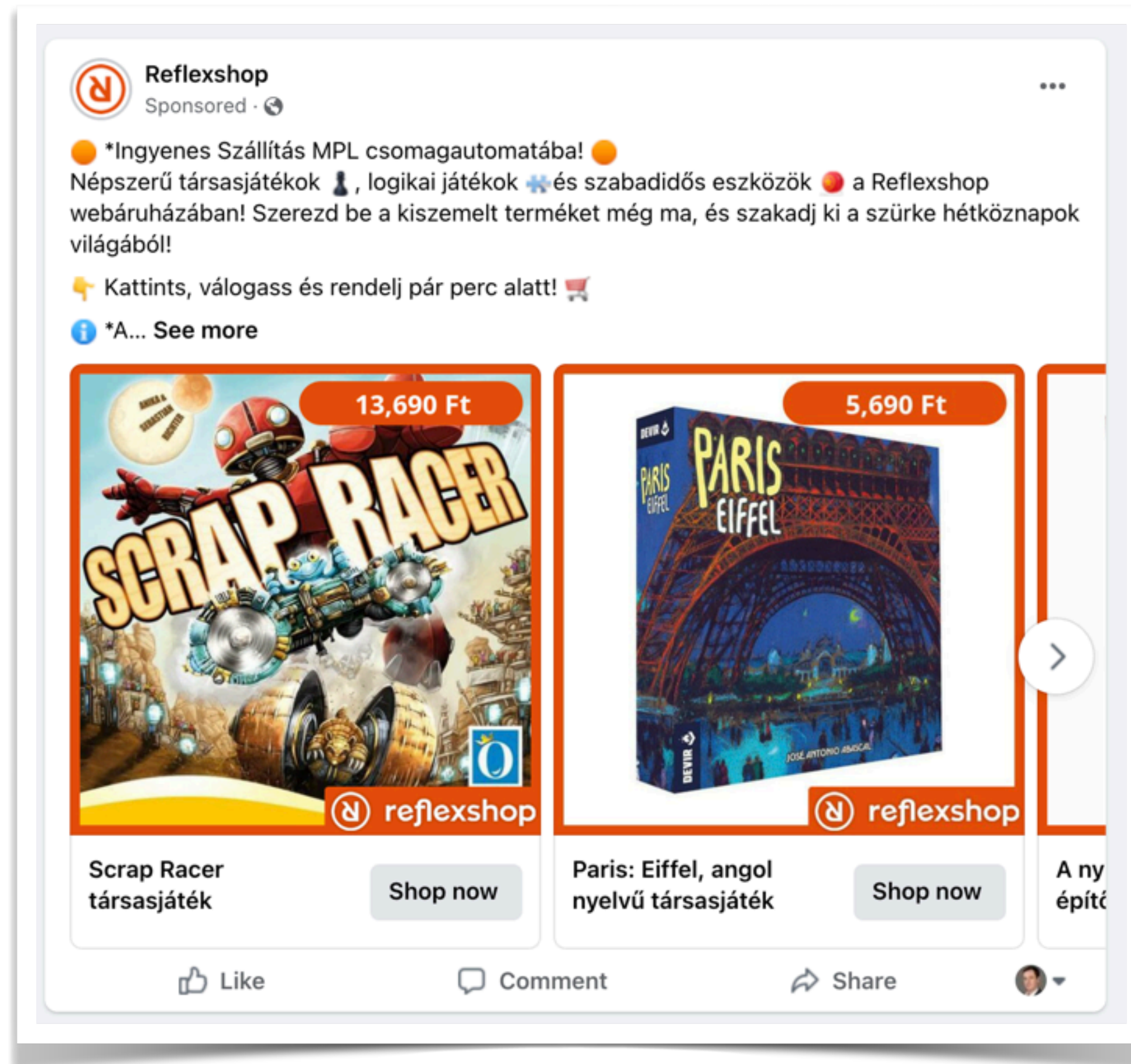


► Termék bemutatás

Forrás: Facebook (csoport)



Galéria



► Termék bemutatás, link galéria
(hirdetés)

Forrás: Facebook

Galéria

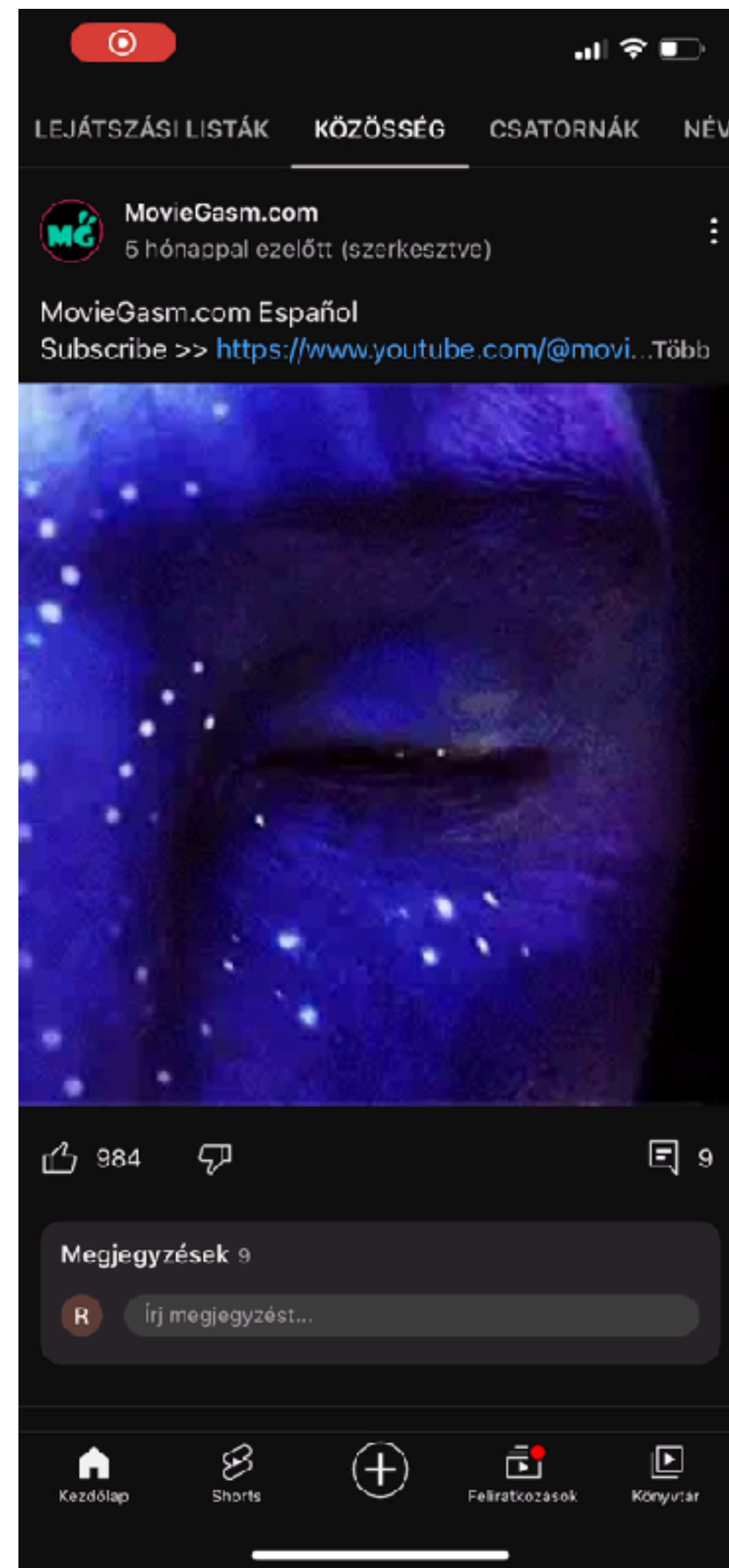
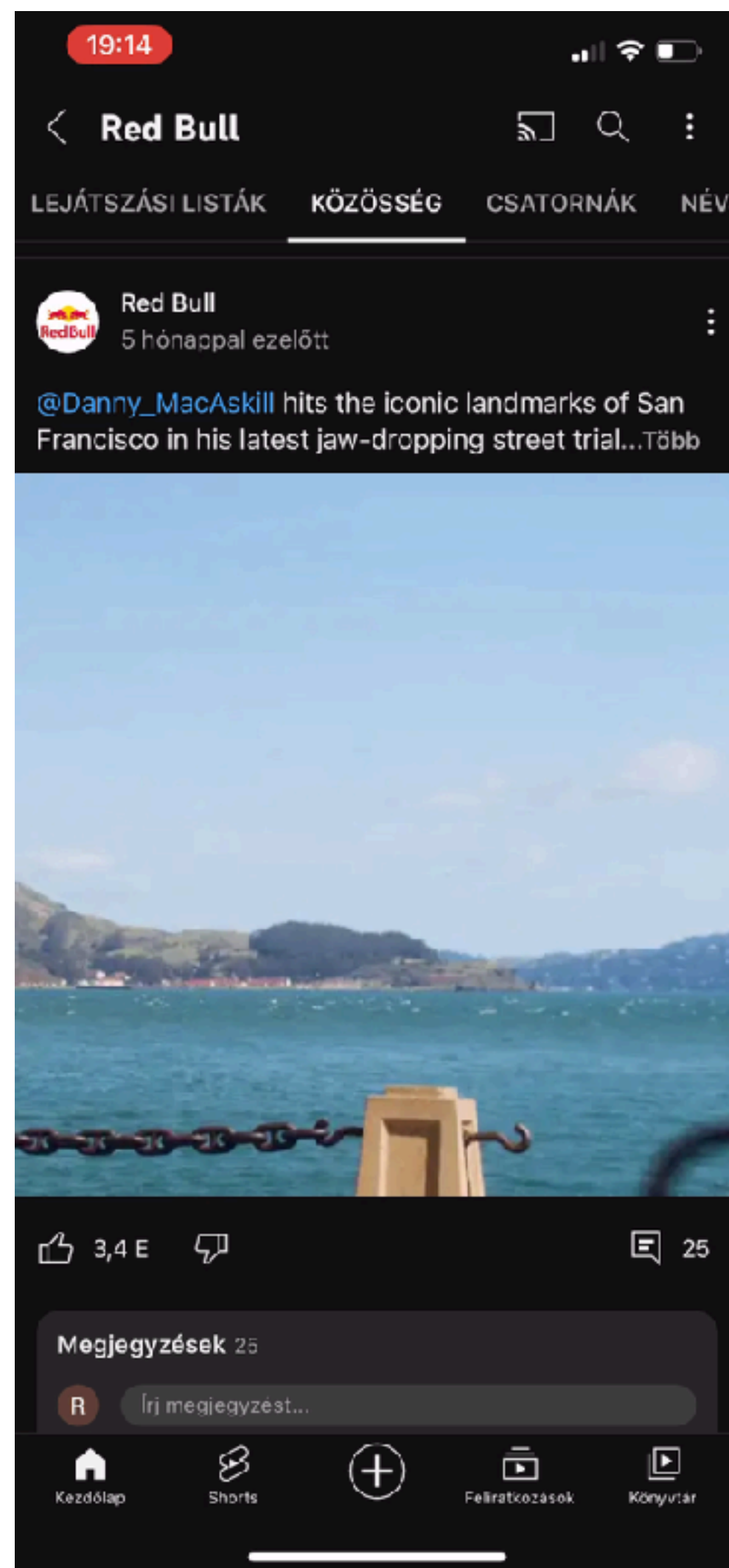
- ▶ Ahol lehet használni, érdemes
- ▶ Egyszerűbb, mint videót létrehozni
- ▶ Kreatívan és változtatosan használható

Mozgóképek

Mozgóképek

- ▶ Klippek, gifek, amik megmozdulnak
- ▶ A mozgásra jól reagálnak a felhasználók
- ▶ Egy-egy elemet mozgással jobban ki lehet emelni
- ▶ Mém-szerű működés
- ▶ Elkészíteni, megkeresni nehezebb időnként

Mozgóképek

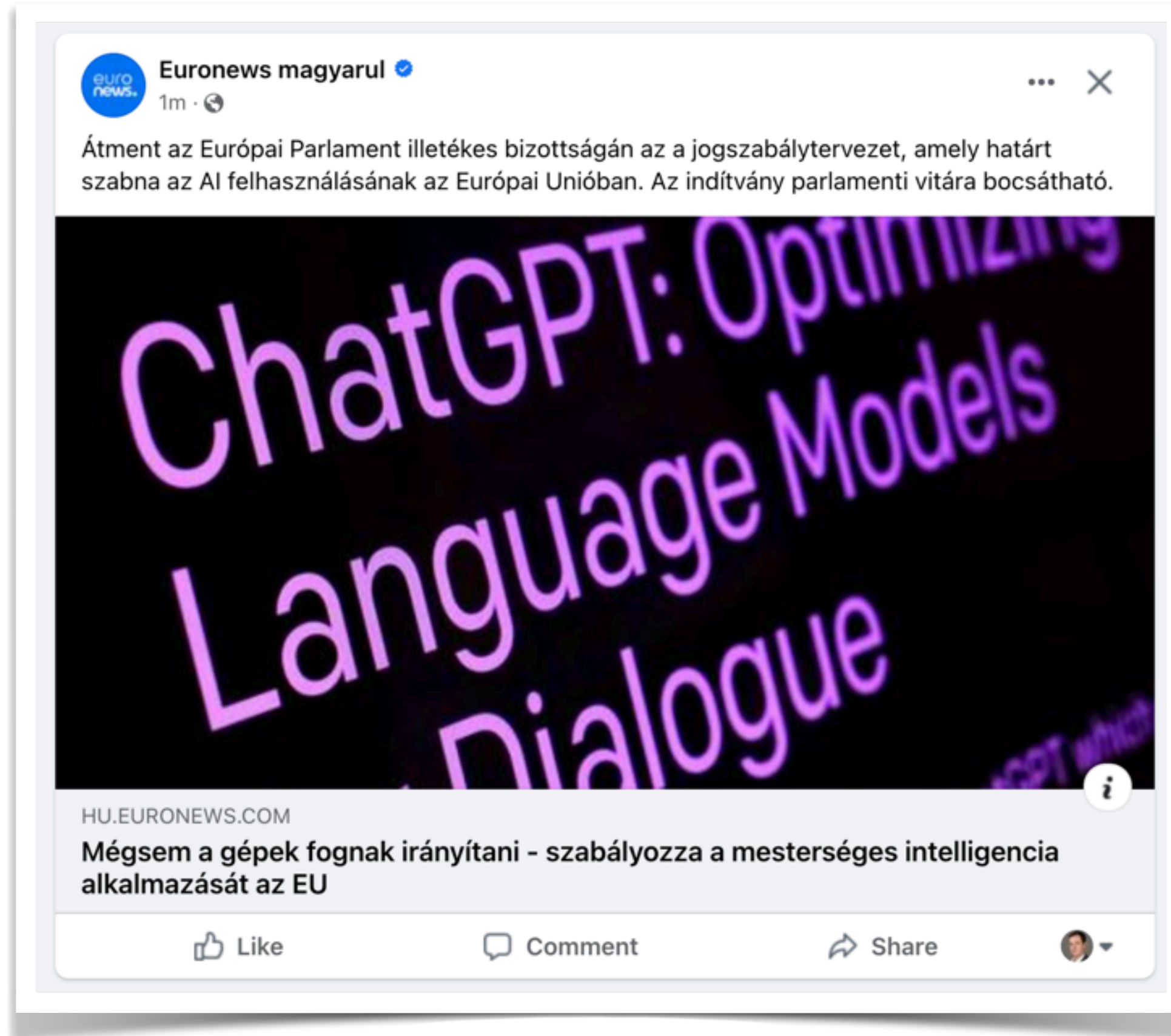


Linkek

Linkek, forgalomterelés

- ▶ A cél az, hogy forgalmat vigyünk át egy másik felületre
- ▶ Ha weboldalról illesztjük be, akkor fontos a technikai háttér
- ▶ Algoritmus nem mindig támogatja
- ▶ Változatos megoldások léteznek

Linkek, forgalomterelés



► “Klasszikus” link weboldalról

Forrás: Facebook

Linkek, forgalomterelés

Vaizle - Your Social Media Analyst
Sponsored · 🌐

Choose Vaizle for unparalleled social media insights. Compare pricing plans, unlock powerful metrics, and elevate your online presence with data-driven strategies.

VAIZLE

**One tool
that does it all**

- 📷 IG competitive analysis
- 📘 FB competitive analysis
- ⚙️ Customised social media reporting

[Start your 14-day free trial](#)

VAIZLE.COM
Affordable analytics for savvy marketers
Unleash Competitive Social Insights

[Sign up](#)

👍 2 💬 1 comment

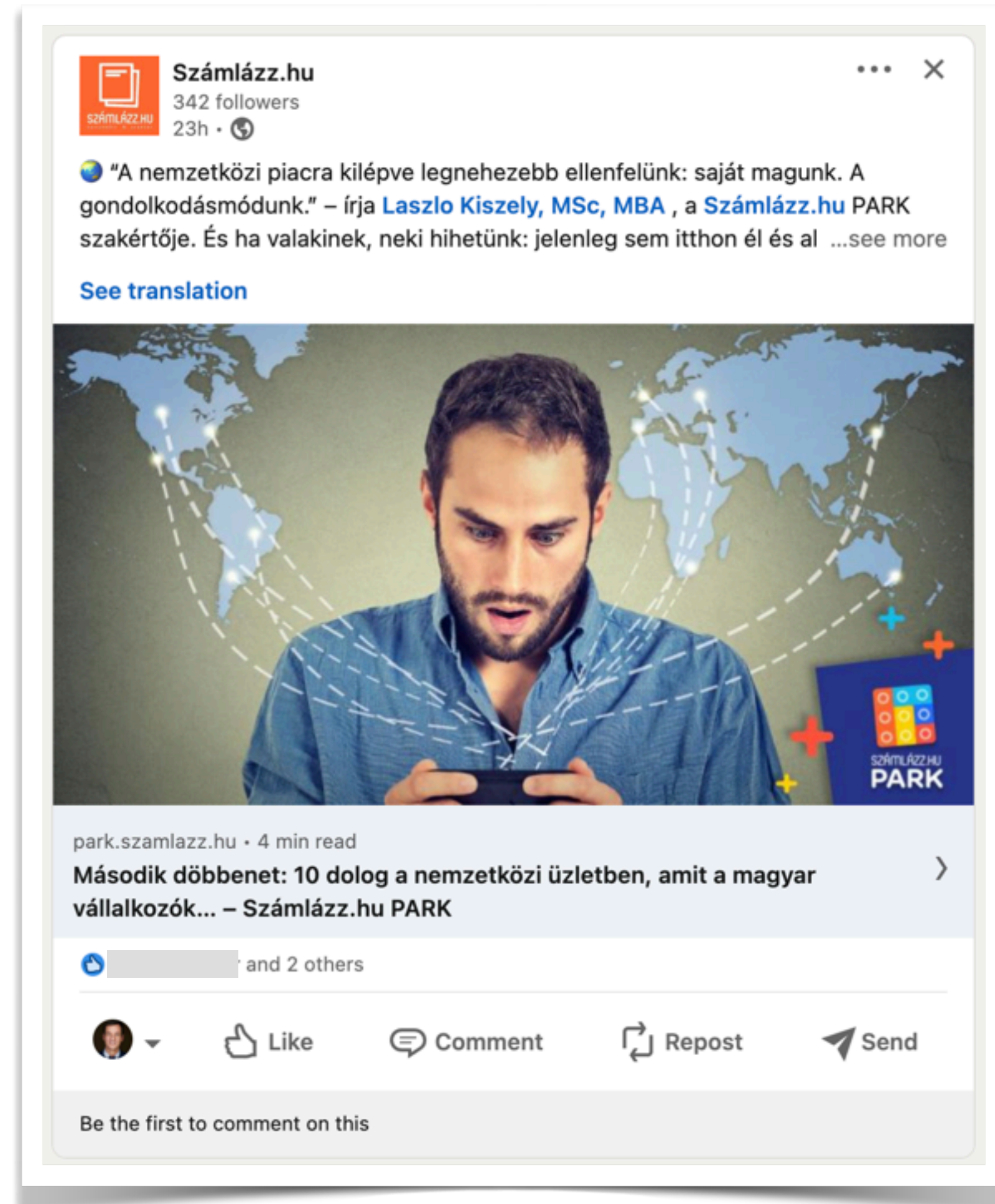
The advertisement features a central image of three people (two men and one woman) looking at a laptop. Surrounding this image are various data visualization icons: a line graph, a pie chart, a bar chart, and a speech bubble with the number '150'. The background is a light blue and purple geometric pattern.

► Link és kép hirdetésben

Forrás: Facebook



Linkek, forgalomterelés



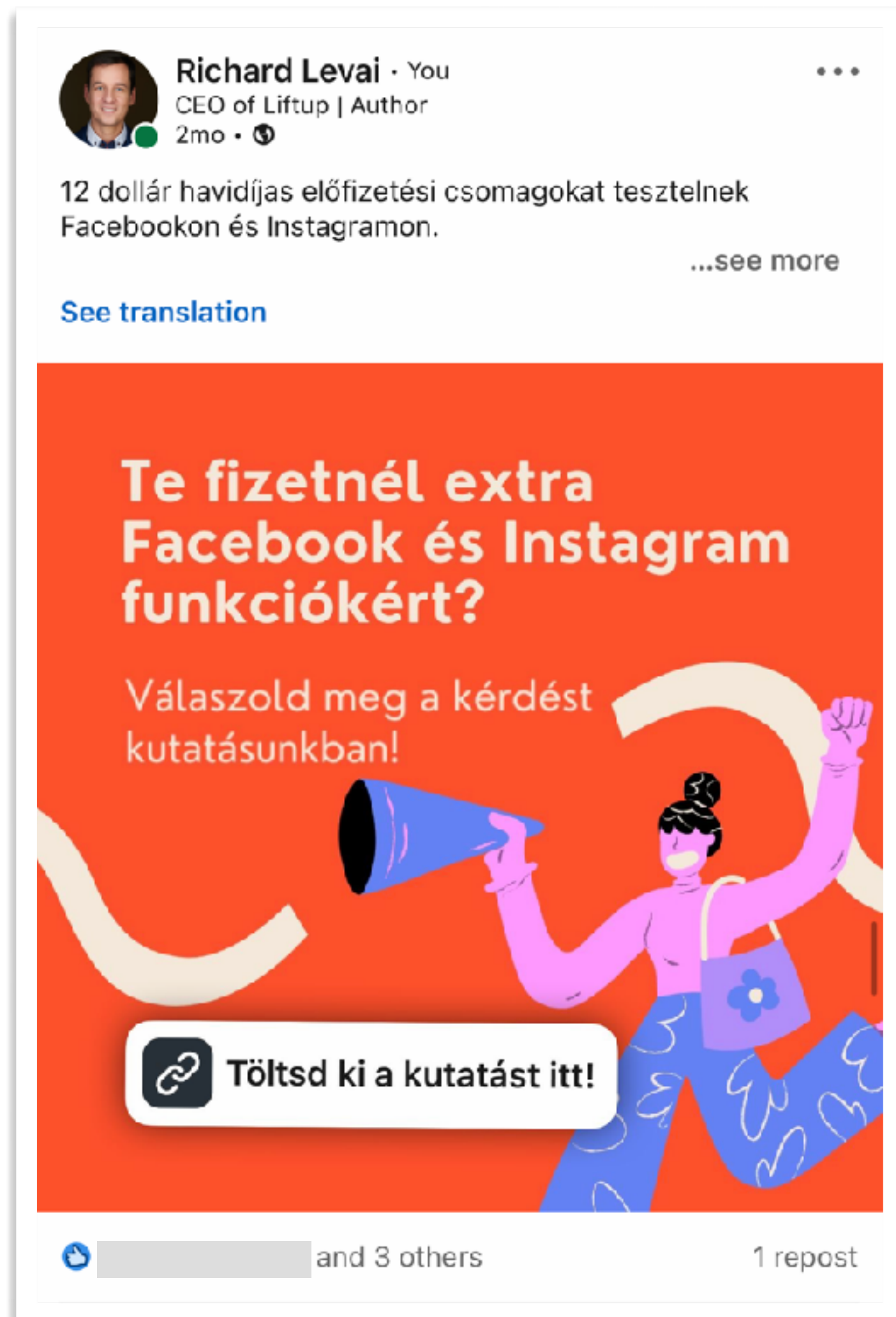
► “Klasszikus” link weboldalról

Forrás: LinkedIn

Linkek, forgalomterelés

► Link matrica képen

Forrás: LinkedIn



Linkek, forgalomterelés

Telex.hu 2 n. •

Otthon nem büszkélkedne vele, gyenge hármassal ment át a ChatGPT a mai magyarérettségén: <https://telex.hu/tech/2023/05/08/chatgpt-mesterseges-intelligencia-magyar-erettsegi-2023-essze>

Világi Máté / Telex

telex

ChatGPT

családi és utónév

Magyar nyelv és irodalom
érettségi eredményei

Vizsgafeladat	Az elért eredmény		
	pont	százalék	osztályzat
Érvelés	9	90%	közepes (3)
Gyakorlati szövegalkotás	6	60%	
Műelemzés	15	37,5%	

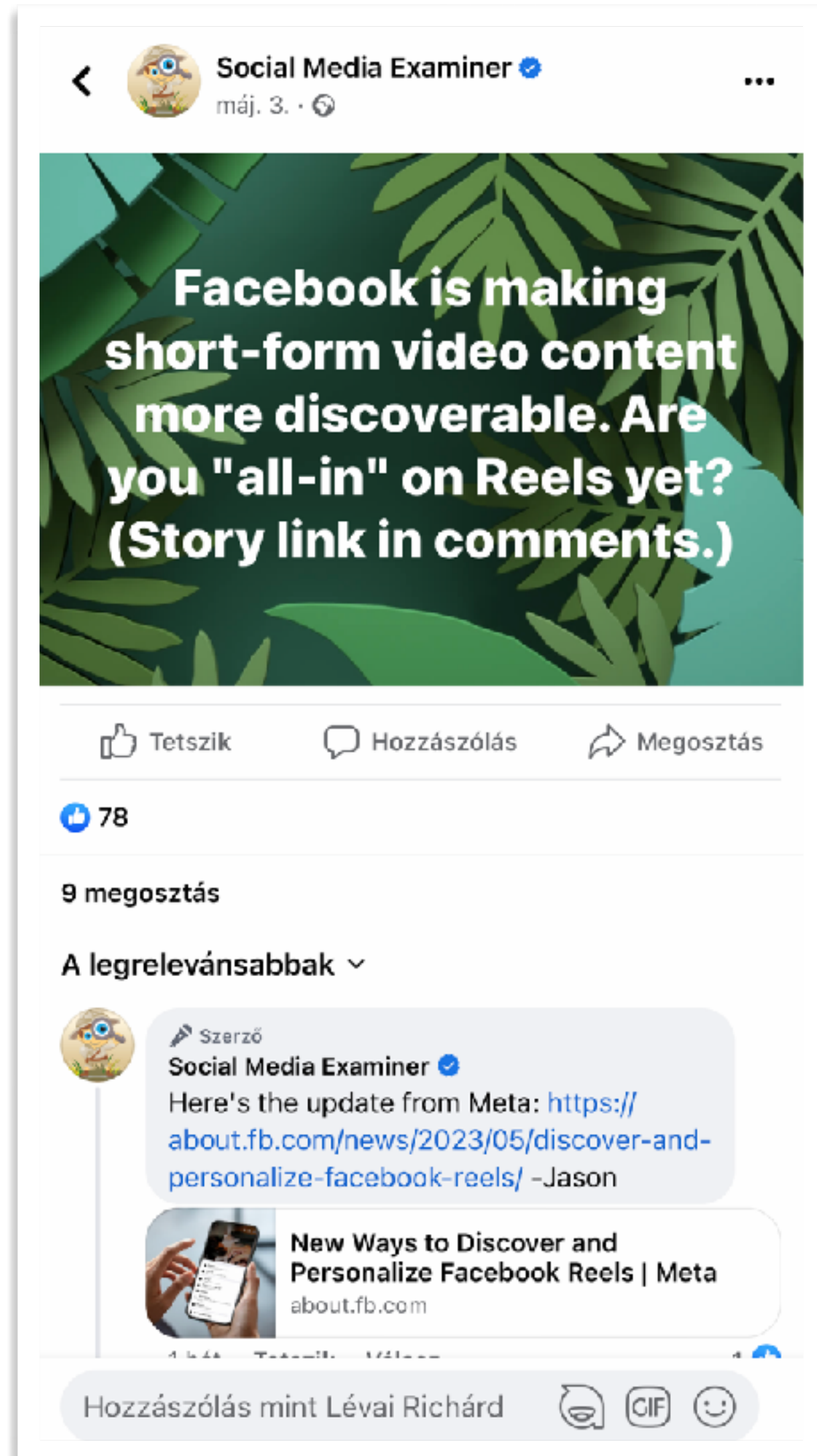
1,9 E 370 hozzászólás 59 megosztás

► Link a leírásban

Forrás: Facebook



Linkek, forgalomterelés



► Link a hozzászólások között

Forrás: Facebook



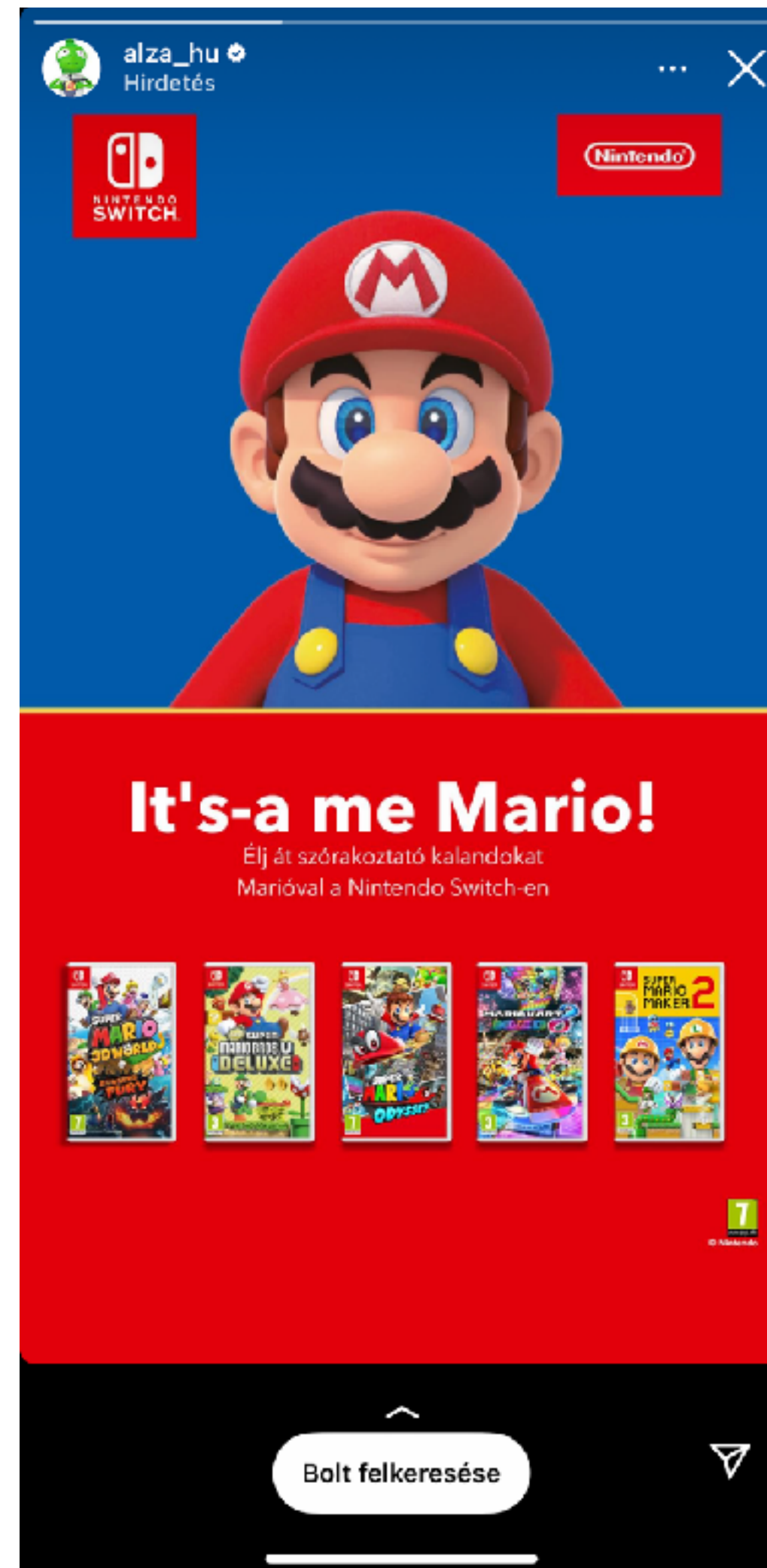
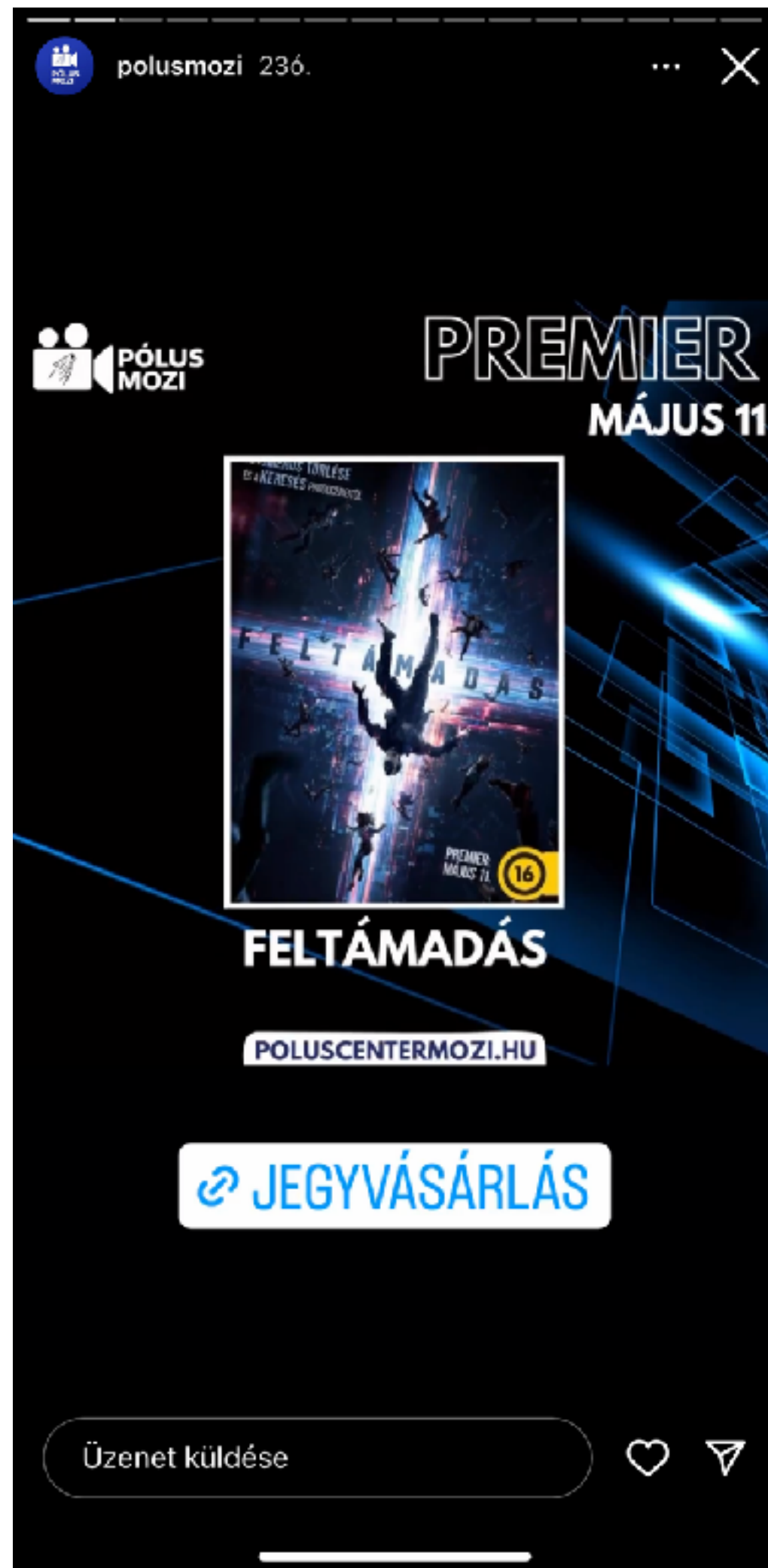
Linkek, forgalomterelés

► Link a hozzászólások között

Forrás: Facebook



Linkek, forgalomterelés



► Link sztoriban

Forrás: Instagram



Linkek, forgalomterelés

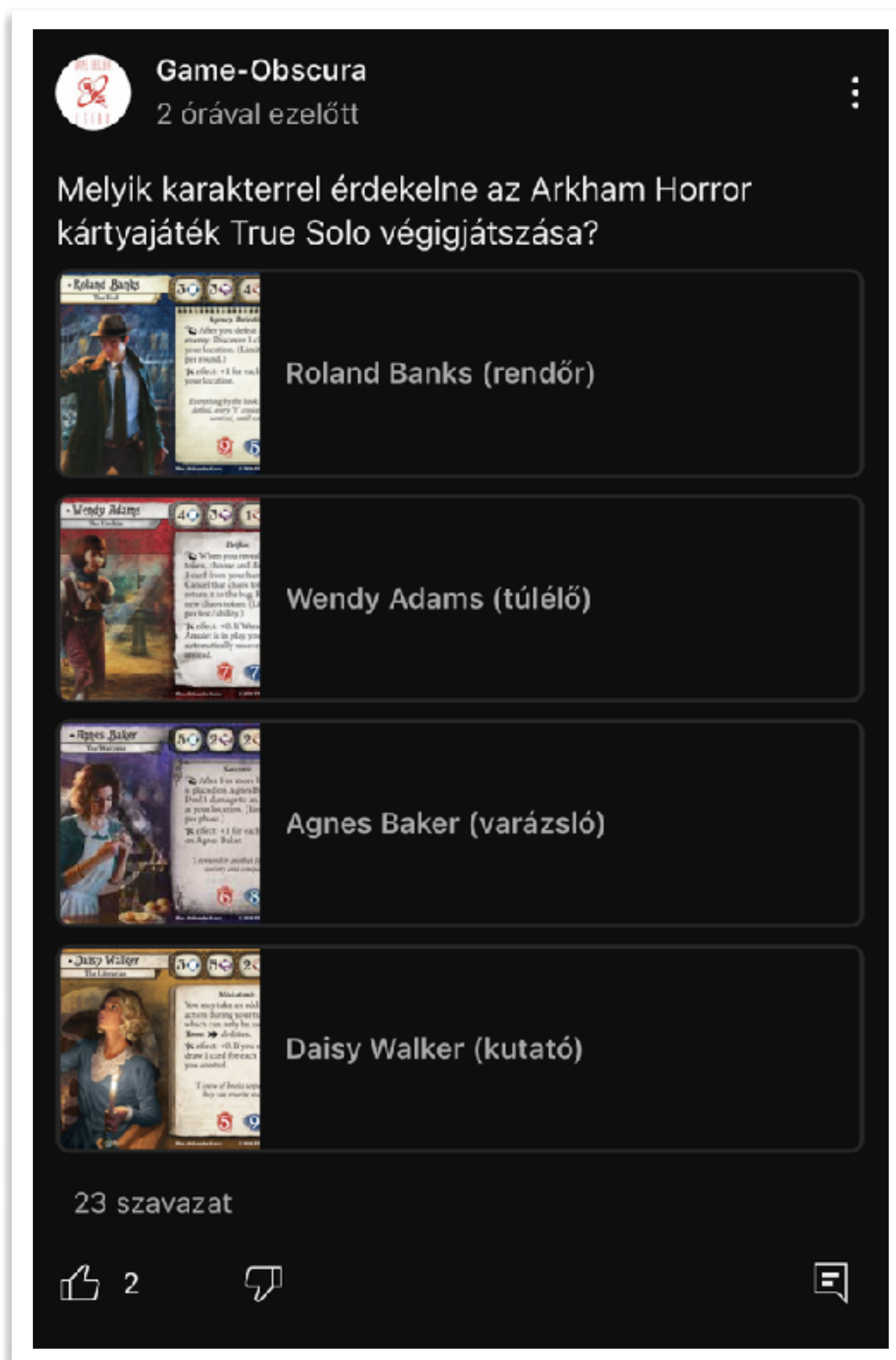
- ▶ A forgalomterelés fontos
- ▶ Érdemes változatos módszereket használni
- ▶ Minden platformon más működik

Szavazás

Szavazás

- ▶ Gyors interakció, gyors bevonódás
- ▶ Nem minden platformon működik

Szavazás



► Tartalomgyártási ötlet

Forrás: YouTube



Szavazás

Bram Van der Hallen • 1st
Digital Marketing at Edge.be || Meta (Facebook/Instagram) Ads Enthusiast ||...
6d • Edited • 🌐

Easy poll today! (Or not? 🤔) ...see more

Save 1 social app for driving sales
The author can see how you vote. [Learn more](#)

☐ Facebook

☐ Instagram

☐ TikTok

☐ Other (comment below)

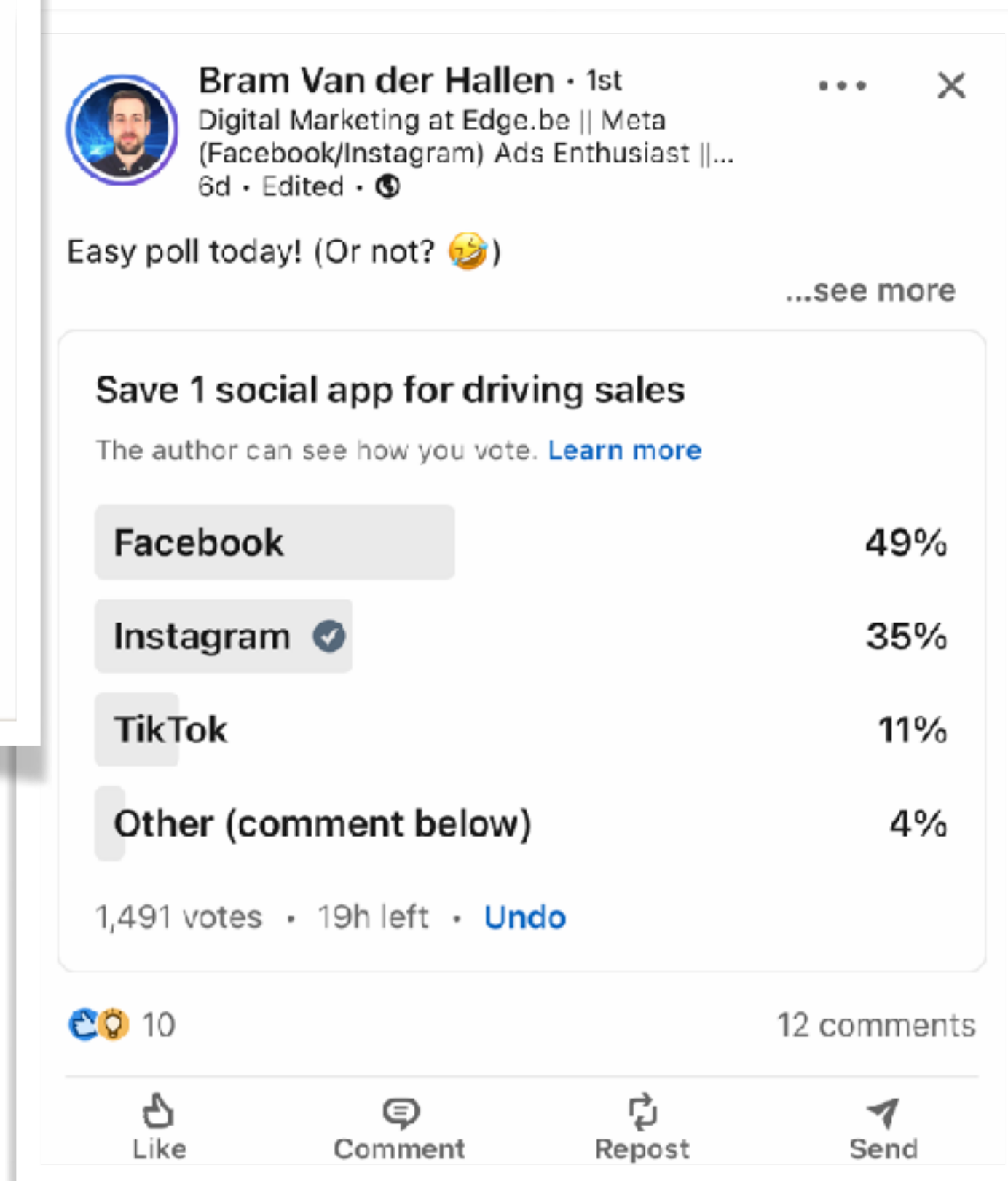
1,490 votes • 19h left

👍👎 10 12 comments

Like Comment Repost Send

► Beszélgetés indítás

Forrás: LinkedIn



Sztorik

Sztorik

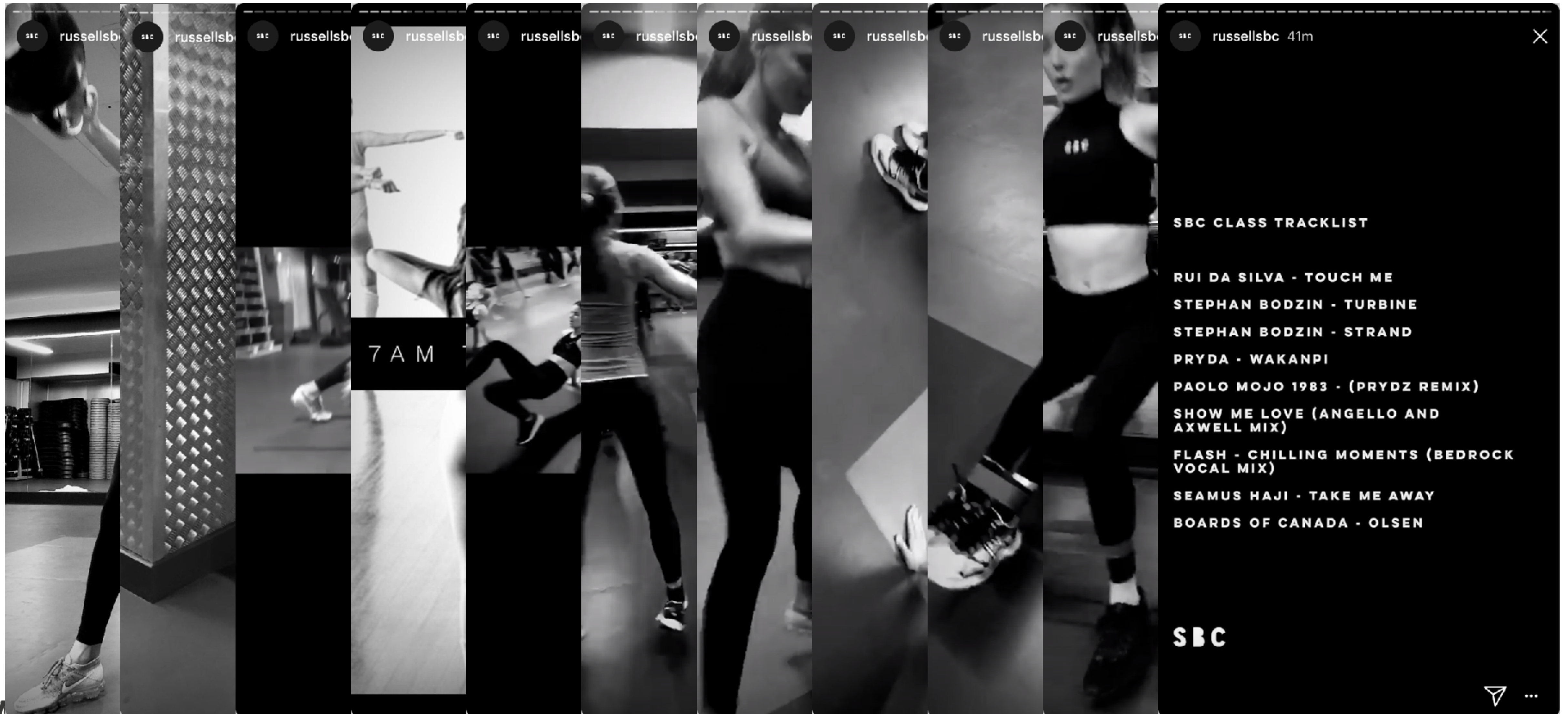
- ▶ 24 óráig él (általában, alap esetben)
- ▶ mobil centrikus
- ▶ gyakran vizuálisan felturbózott
- ▶ gyorsan fogyasztják
- ▶ de nem biztos, hogy gyorsan készül

Sztorik

Egyre komolyabb forgalomterelési képesség!

Link matricával néha több, mint a több követővel
rendelkező Facebook oldalakról

Sztorik



SBC CLASS TRACKLIST

RUI DA SILVA - TOUCH ME

STEPHAN BODZIN - TURBINE

STEPHAN BODZIN - STRAND

PRYDA - WAKANPI

PAOLO MOJO 1983 - (PRYDZ REMIX)

SHOW ME LOVE (ANGELLO AND
AXWELL MIX)

FLASH - CHILLING MOMENTS (BEDROCK
VOCAL MIX)

SEAMUS HAJI - TAKE ME AWAY

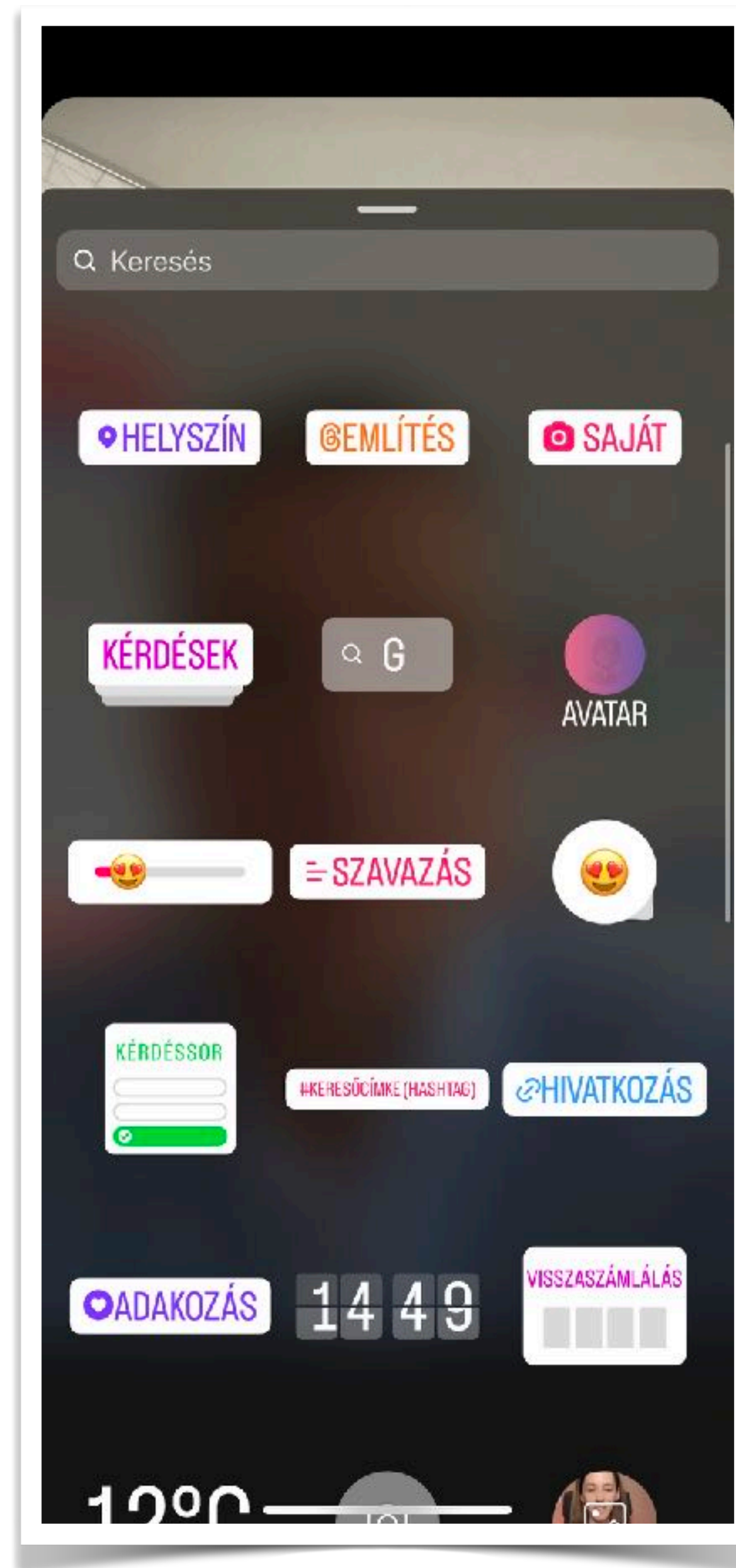
BOARDS OF CANADA - OLSEN

SBC

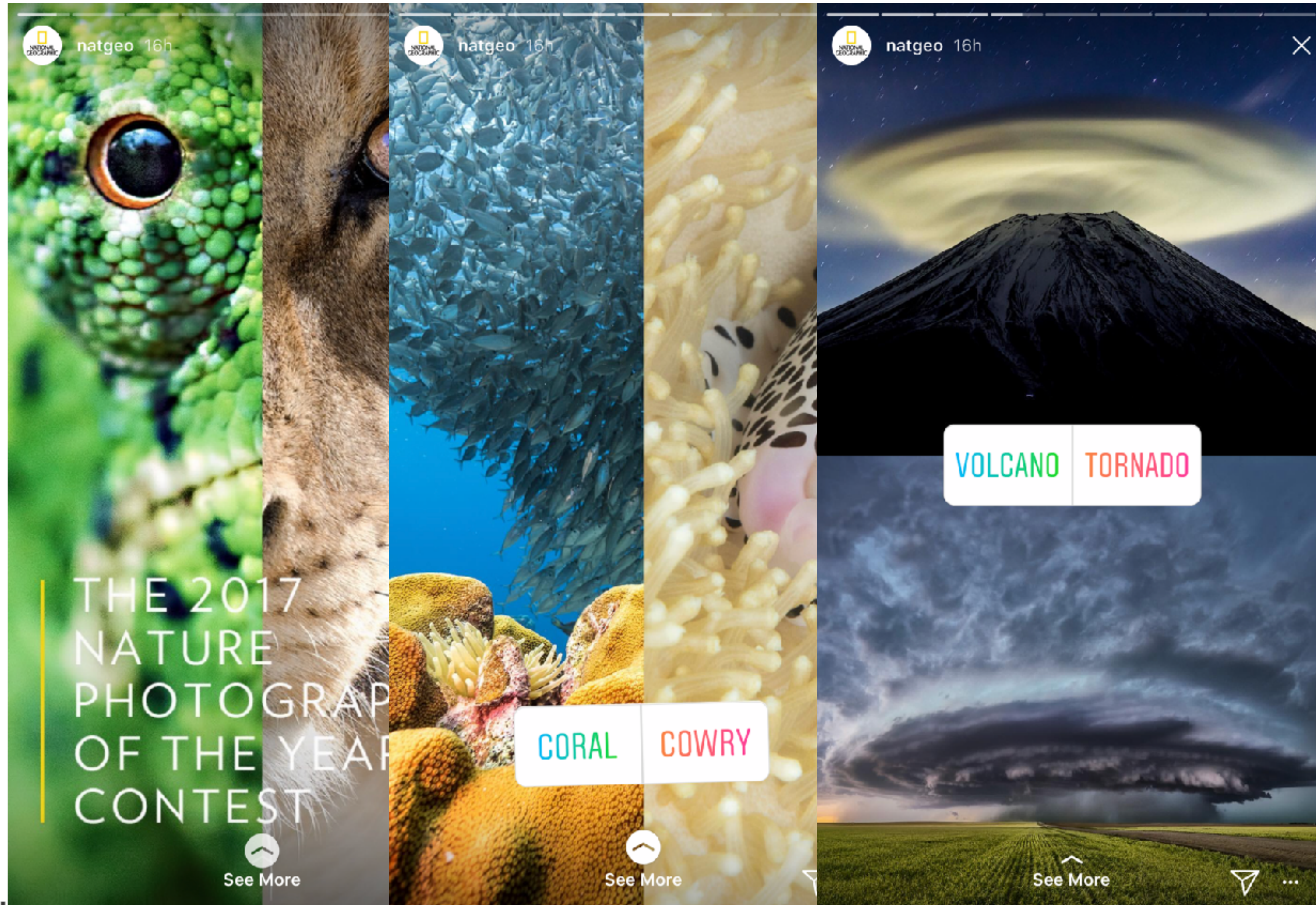


A sztori ereje

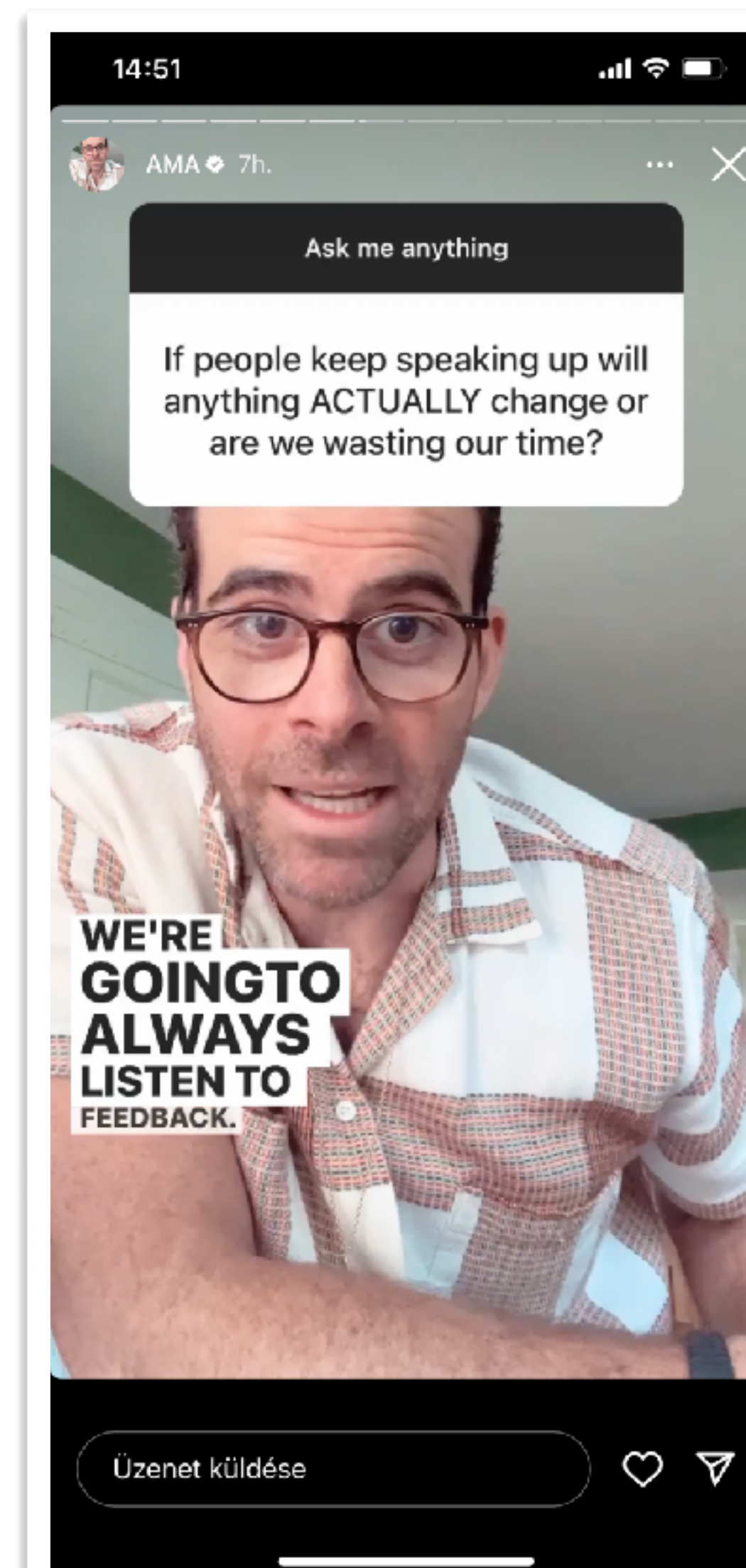
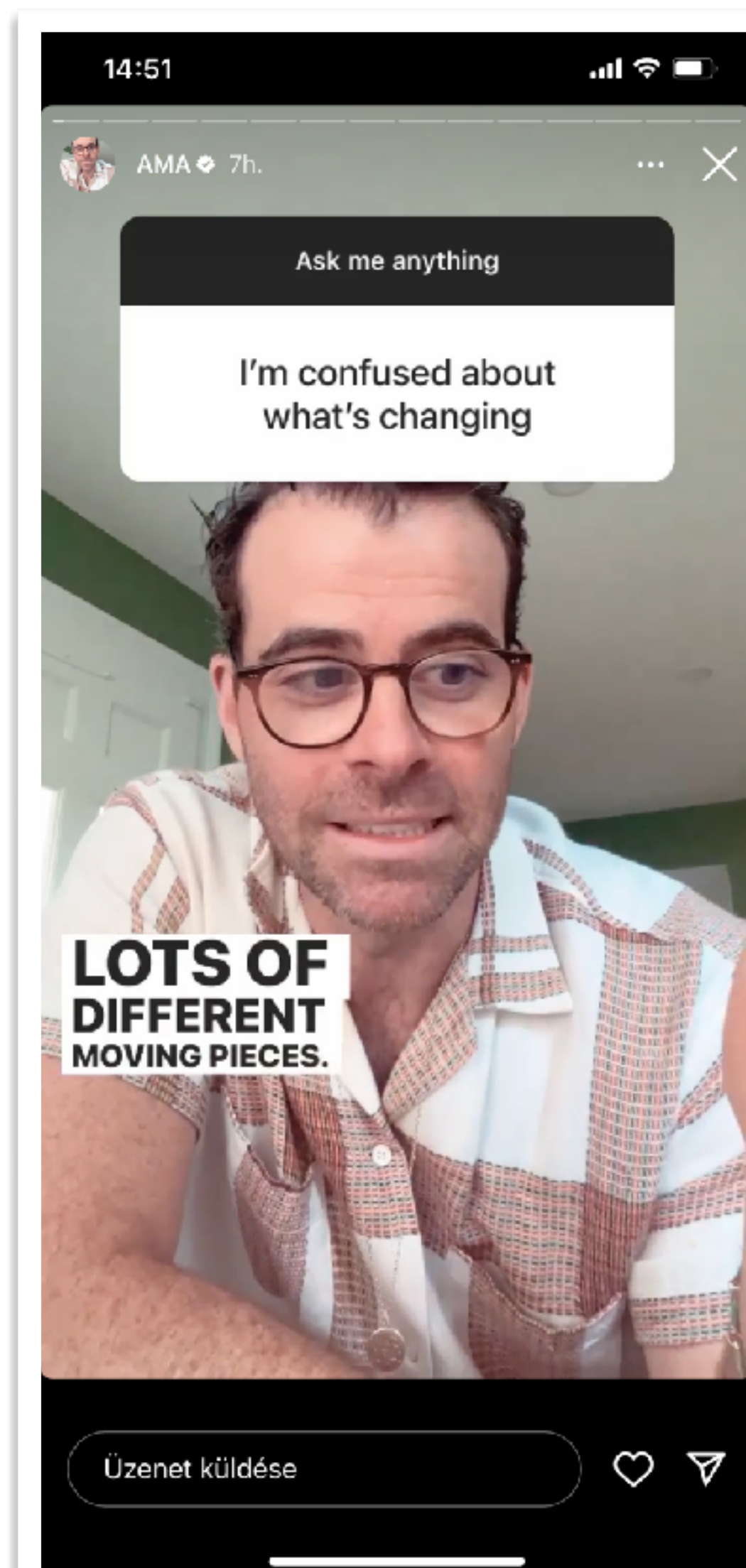
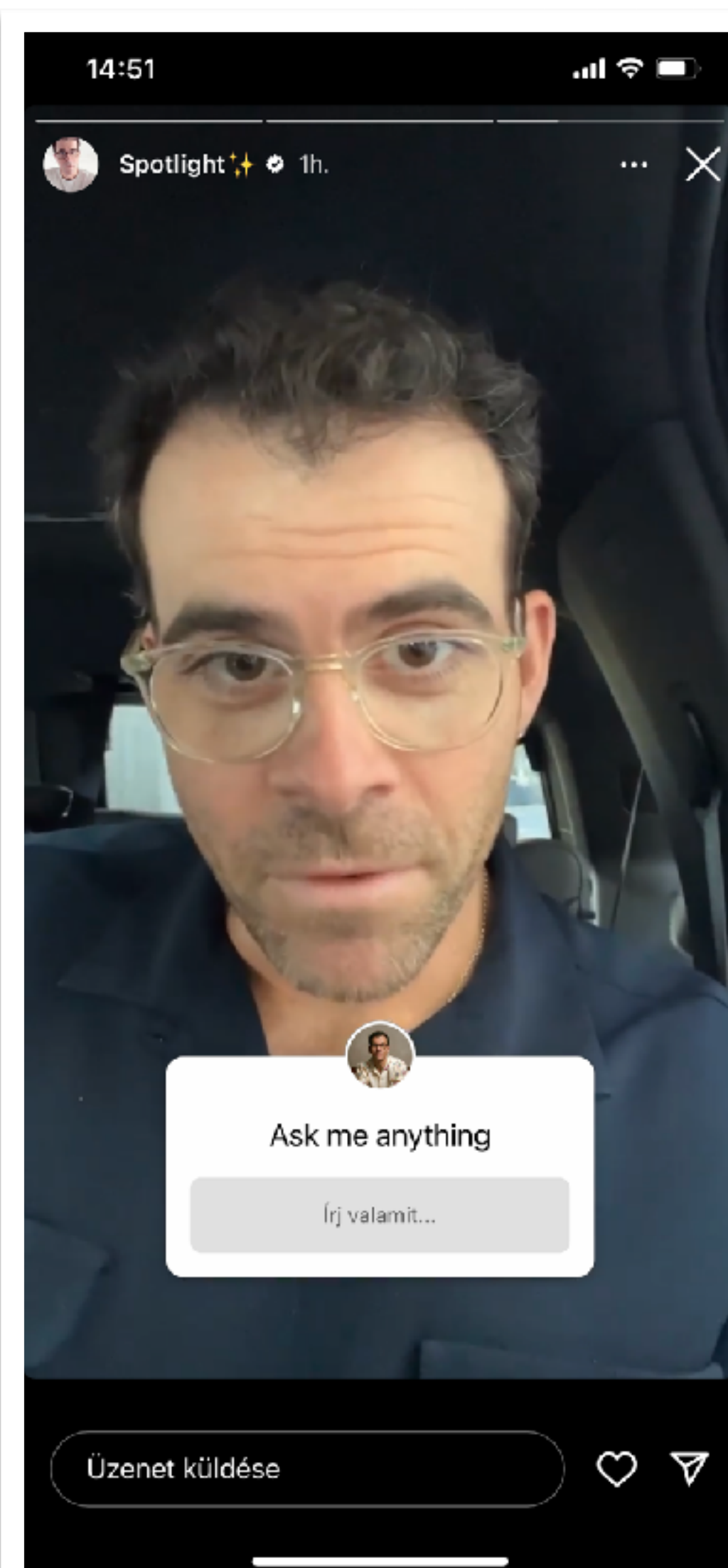
- ▶ Az interaktivitás!
- ▶ Szavazás
- ▶ Kérdések
- ▶ Kérdéssor
- ▶ Csúszka
- ▶ Fotó készítés
- ▶ Link
- ▶ stb.



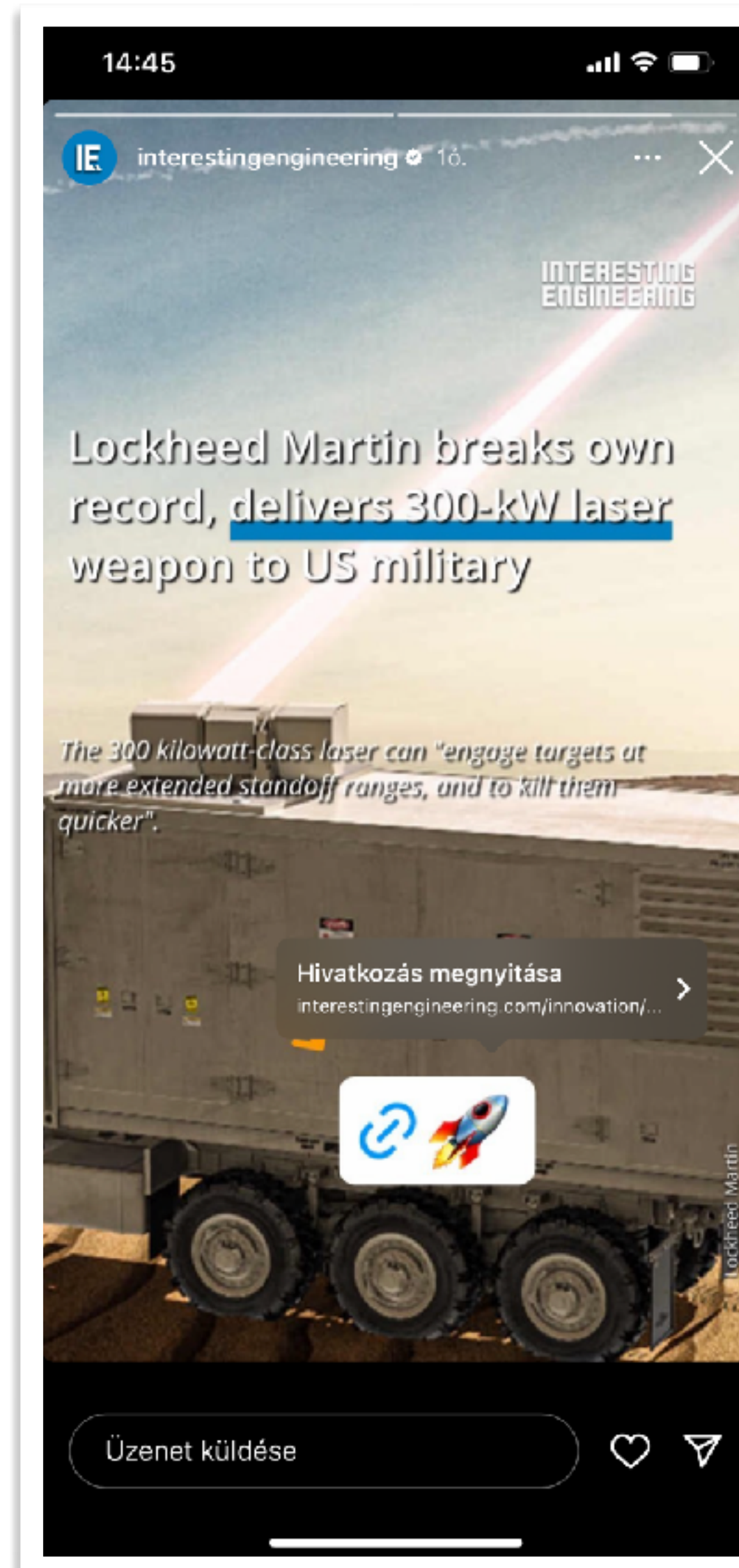
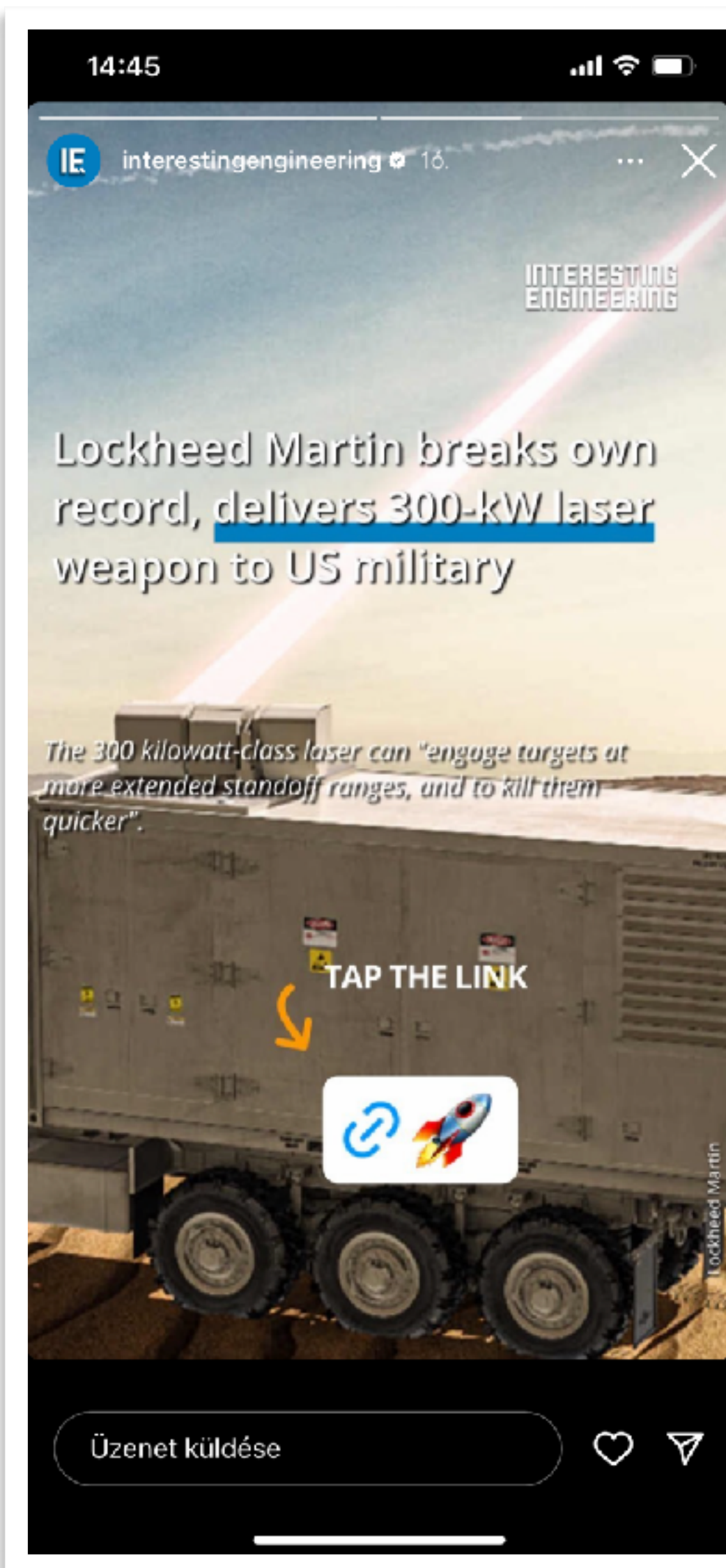
Sztorik



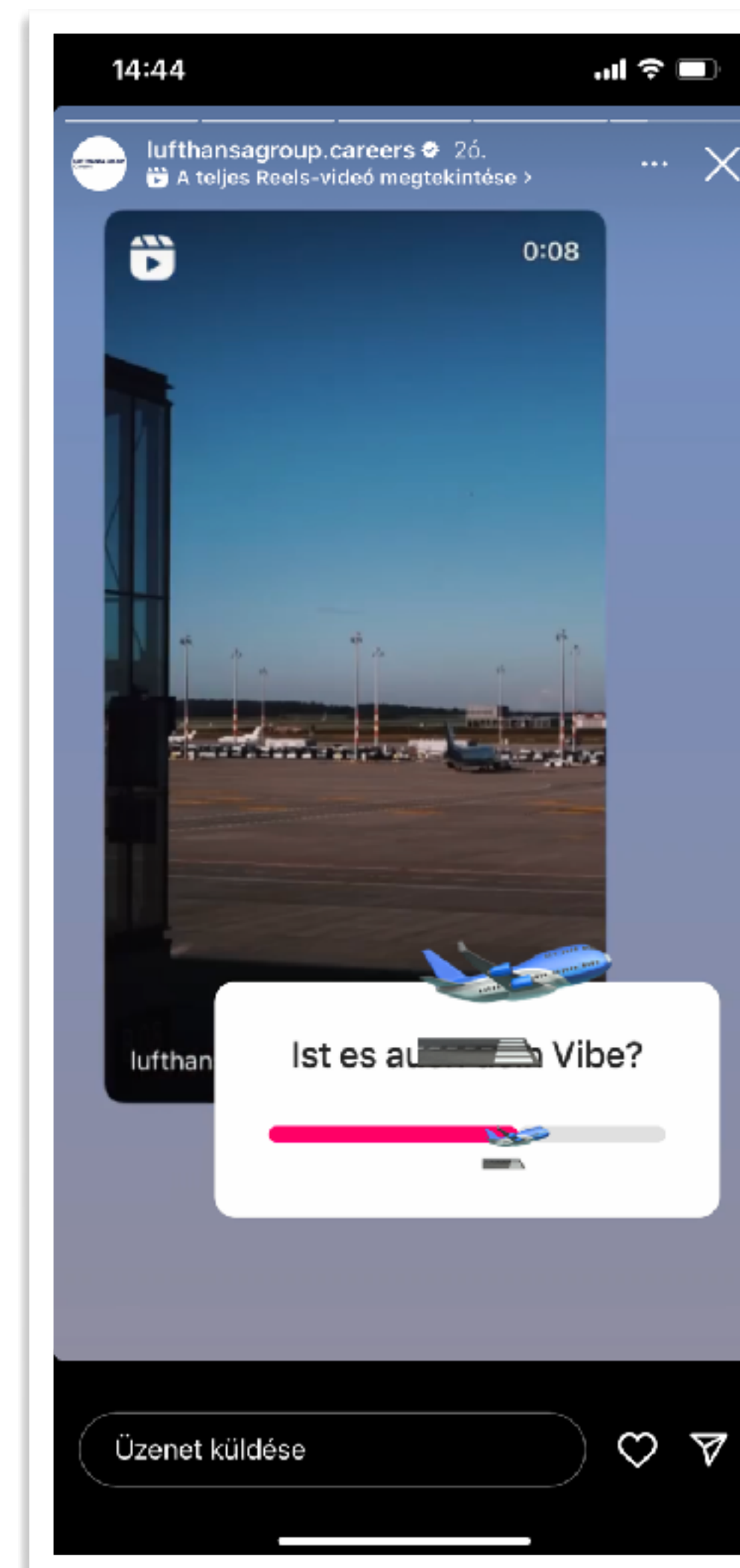
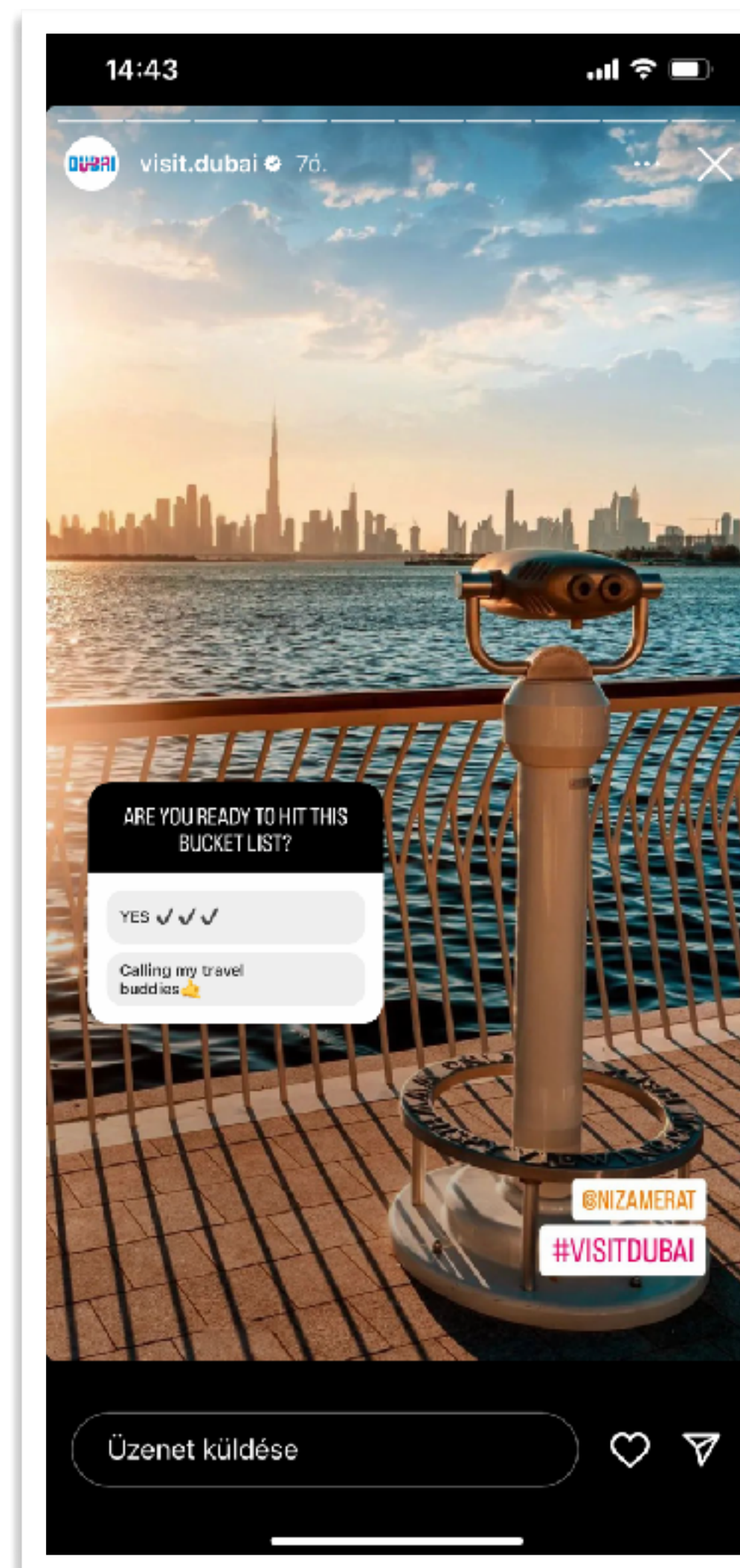
Sztori: kérdések és válaszok



Sztori: link



Sztori: szavazások



Mire jók a sztorik

- ▶ gyors betekintések a márka életébe, akár naponta többször.
- ▶ történetmesélés (forgalomterelés)
- ▶ impulzus élmények megosztása
- ▶ értékesítés támogatás
- ▶ hogyan készült
- ▶ interjúk
- ▶ forgalom terelés!
- ▶

Kinek?

- ▶ étterem: munkafázisok, celeb vendég, érdekes pillanatok, készülődés, különleges rendelések
- ▶ könyvelő: kitöltött papírcsomag, naptár fotó, képzés részvétel, bevásárlás érdekesség, kollégák, kitöltő felület
- ▶ nyelviskola: csoportról fotó, idegennylevű reklámok, helyes-e játék

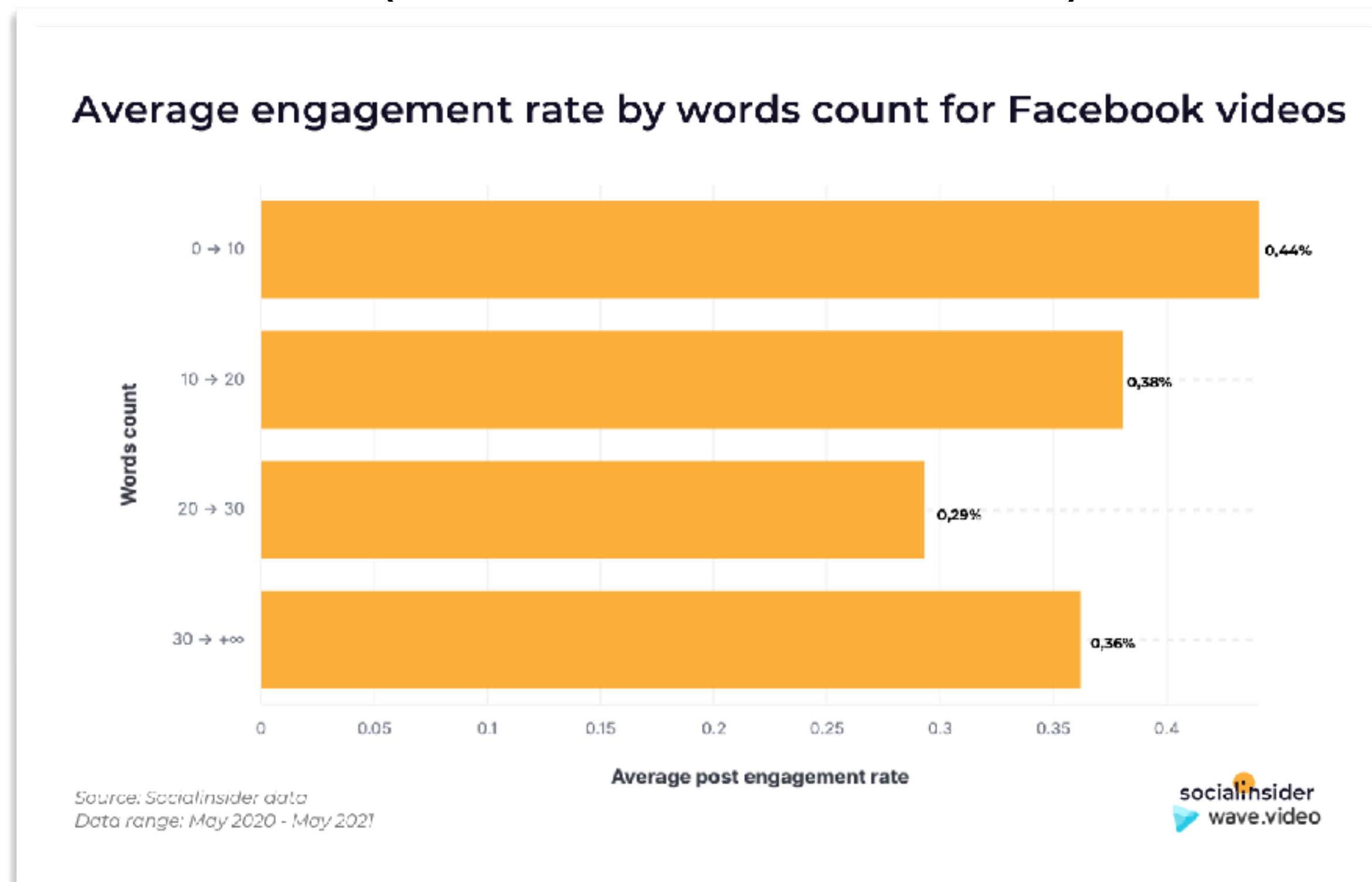
Hogyan készítsünk?

- ▶ bármikor, bárhol
- ▶ olyan témák, amiket a hírfolyamban nem “éri meg” megosztani
- ▶ fotó
- ▶ rövid videó
- ▶ naponta többször

Videók

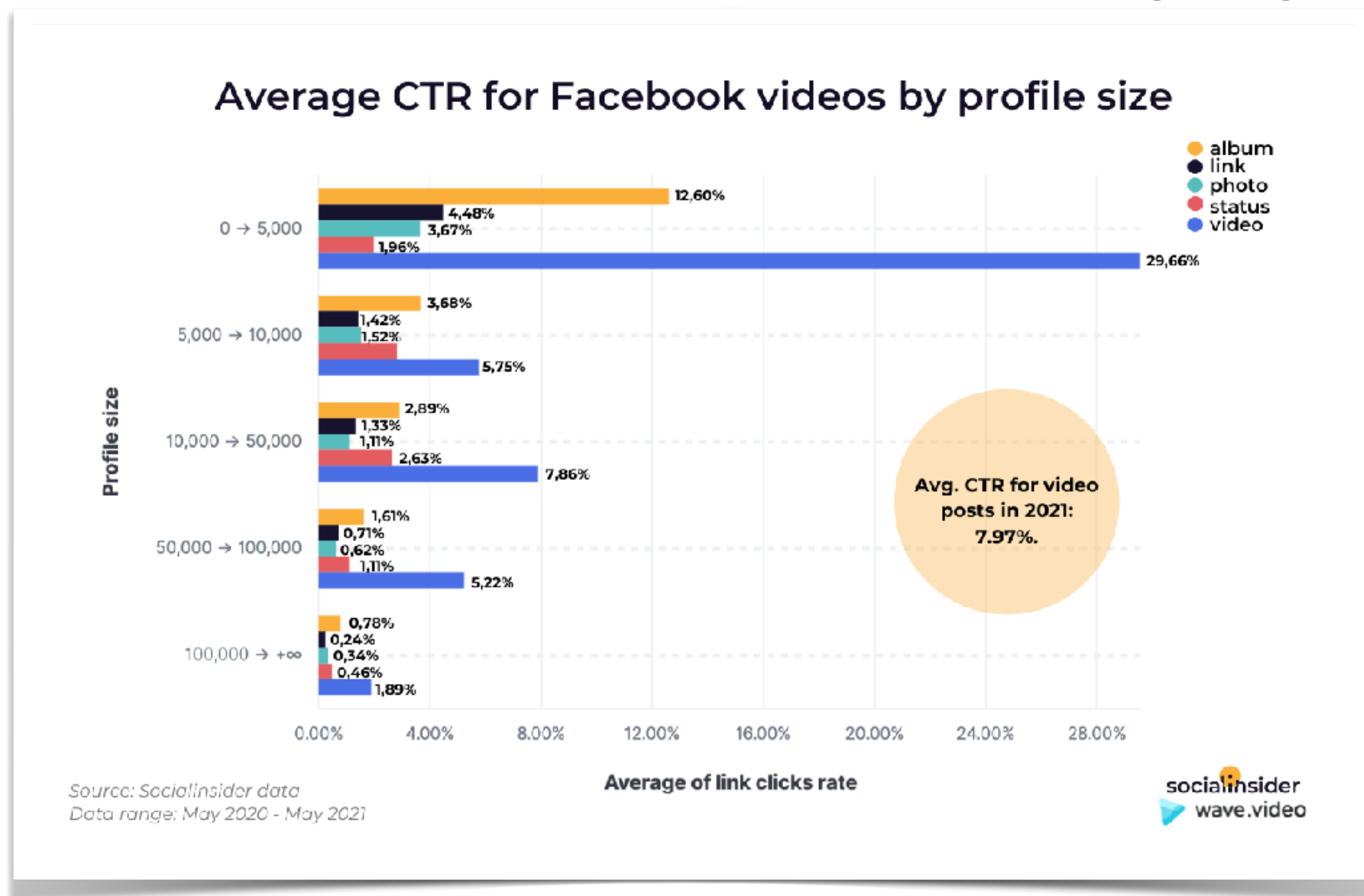
Videók

- ▶ Álló videó + rövid leírás (10 szónál kevesebb): több aktivitás (0,29% -> 0,44%)



Videók

- ▶ Átkattintási arány videóknál a legnagyobb



Videók

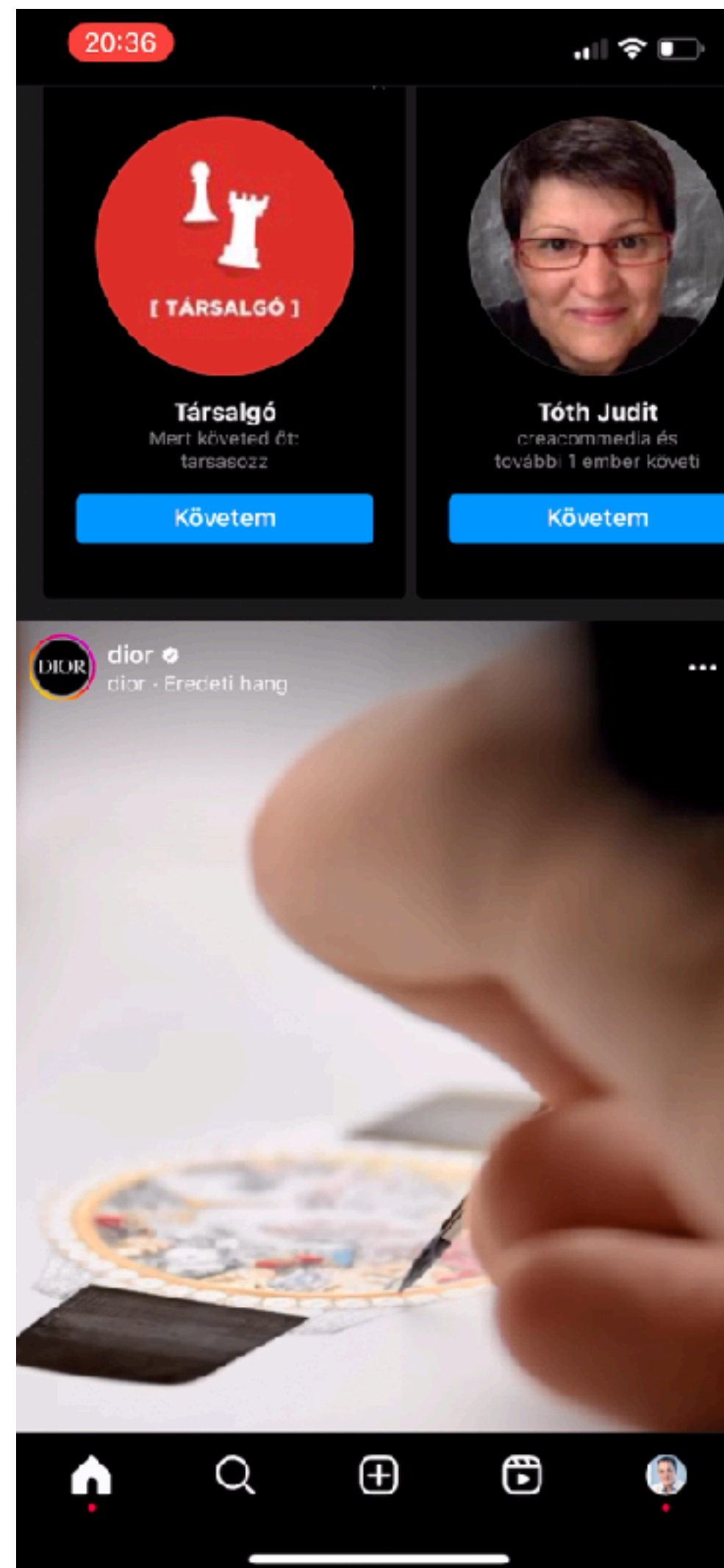


► Amikor megmutatjuk, mintha ott lennénk a nézővel

Forrás: Instagram



Videók



- ▶ A létrehozás folyamata, aprólékosan, nyugodtan
- Forrás: Instagram

Videók



- ▶ Termékbemutató, több célcsoportnak egyszerre
- Forrás: Instagram

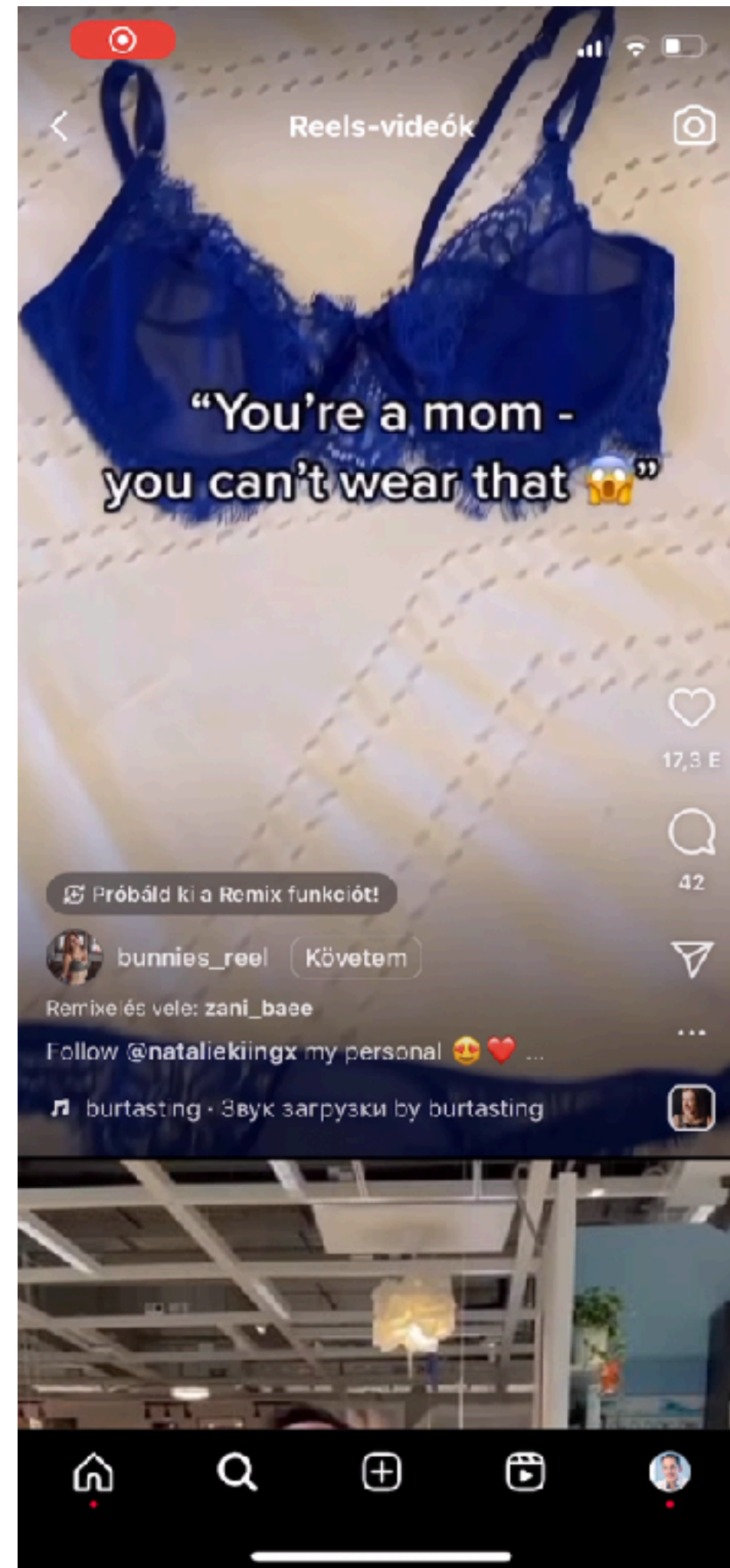
Videók



►Több ötlet egy termékhez

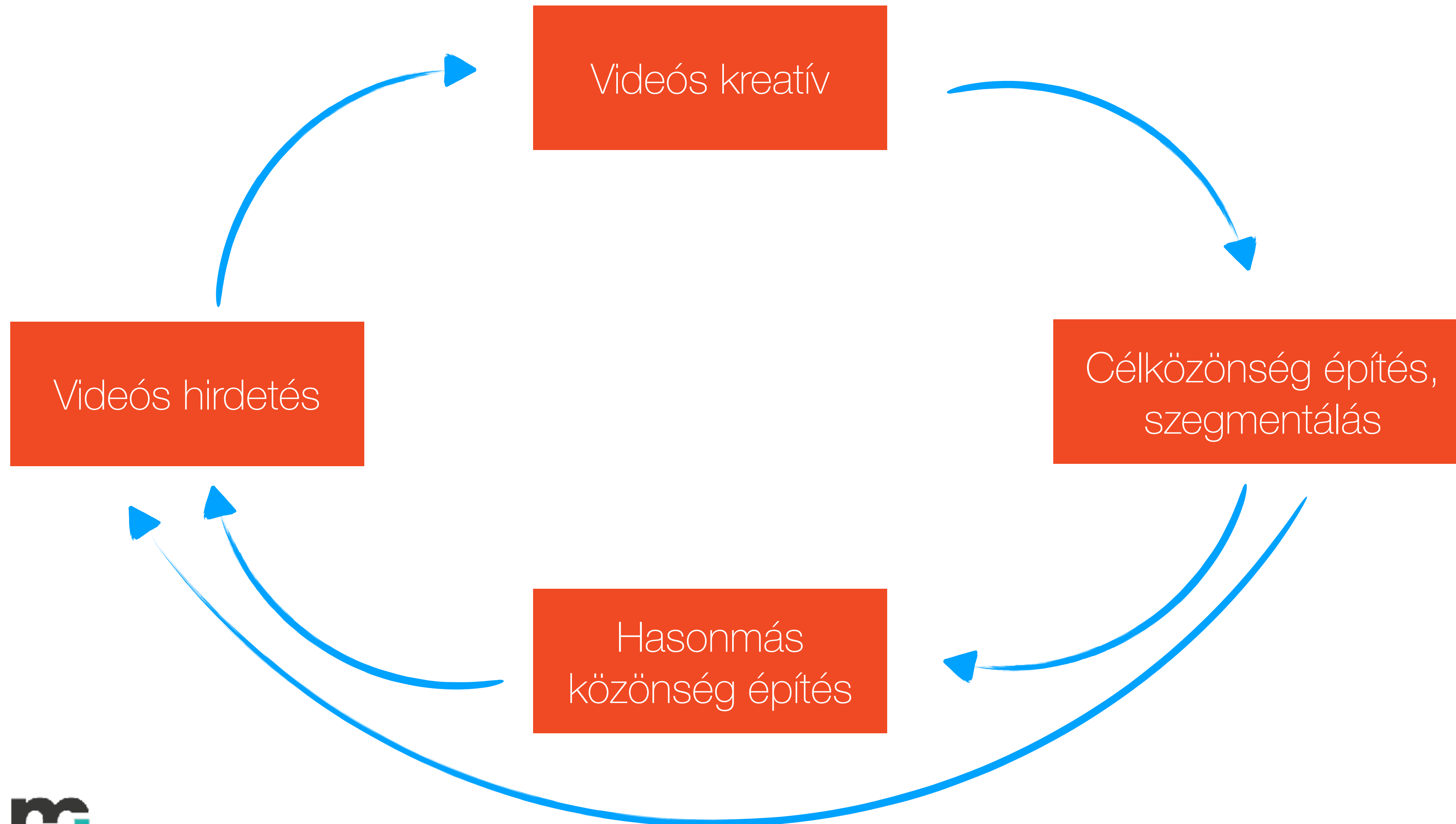
Forrás: Instagram

Videók



- ▶ Toborzás videóban
- Forrás: Instagram

Videók a folyamatban



Videók eltérő céllal

Fontos különbség:

- ▶ Mozgó kreatív
- ▶ Rövid, szórakoztató, álló videó (15-120 másodperc)
- ▶ Infotainment videók (2-5 perc)
- ▶ Oktató videók, műsorok (15+ perc, inkább fekvő)
- ▶ Élő (50+ perc)

A rövid videó: nem rövid videó!

- ▶ Nem attól "rövid videó", mert csak pár másodperc!

Rövid videó:

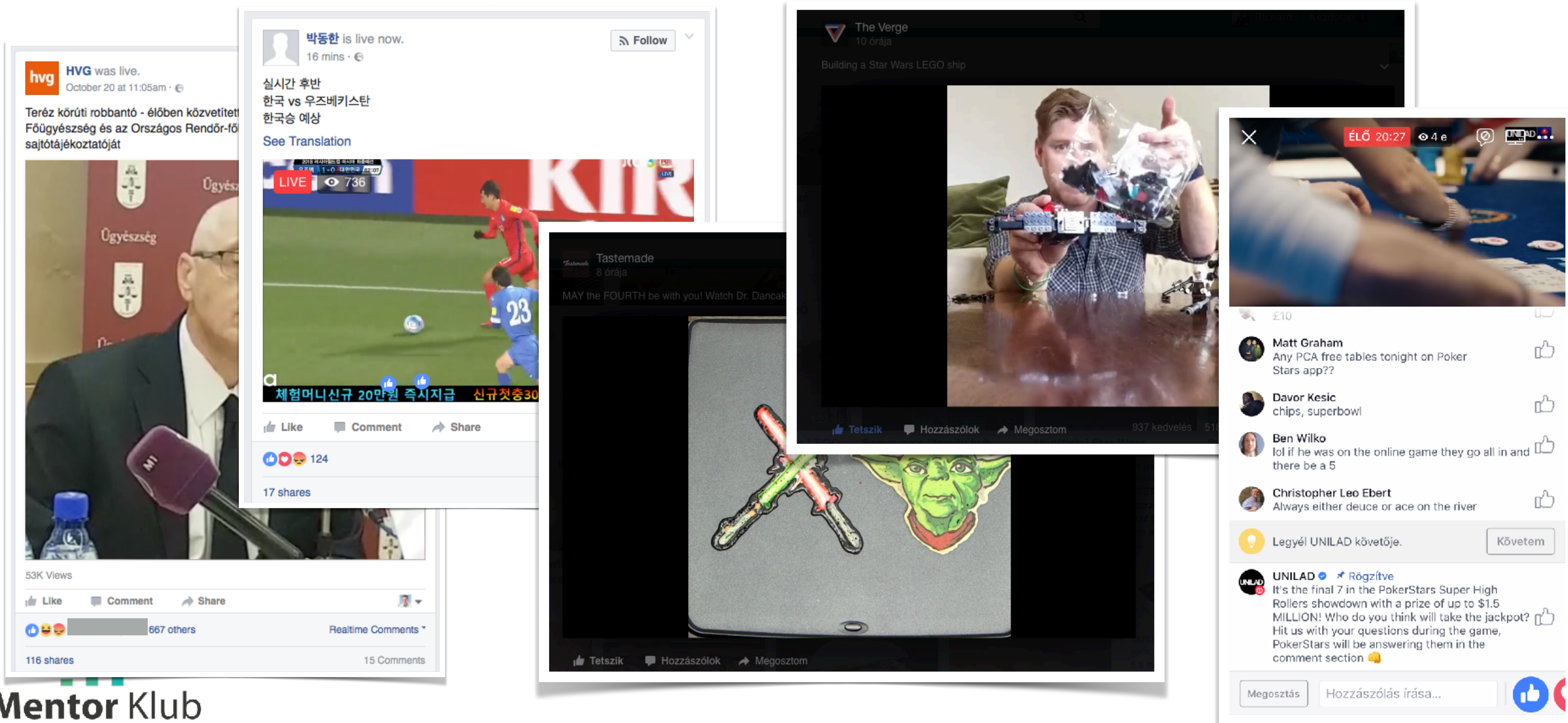
- ▶ Mobil, álló formátum
- ▶ Az első másodperctől fogva érdekes, izgalmas
- ▶ Inspiráló, szórakoztató, oktató(érdekesen!)
- ▶ Nem referenciafilm!
- ▶ Hiteles

Élő videók

Élő közvetítések

- ▶ A felhasználók szeretnek videókat nézni.
- ▶ De még jobban szeretik az élő videókat.
- ▶ 5x annyi interakció érkezik az élő közvetítésekre, mint az előre feltöltött videókra.

Élő közvetítések



Élő közvetítések

- ▶ Minden, amit lehet kommunikálni képes vagy szöveges bejegyzésekkel, lehet élő videókkal is.
- ▶ Elég lehet egy mobil is.
- ▶ De technikailag fel kell készülni a megfelelő minőségre.



Fizetős Online események



Esemény > Esemény létrehozása

Belépés

Fizetős hozzáférés bekapcsolása

Az eseménynél az összes tartalom csak olyan személyek számára lesz látható, akik fizettek az elérésért.

Ár választása

Ingyenes hozzáférés

4,99 \$

9,99 \$

14,99 \$

19,99 \$

24,99 \$

39,99 \$

49,99 \$

74,99 \$

99,99 \$

Mégsem

Mentés

Asztali számítógépes előnézet



31

2020. AUGUSZTUS 31. 9:00 - 10:00

Teszt

Online esemény

Névjegy

Beszélgetés

Érdekel

Ott leszek

Meghívás

Részletek

🕒 2020. augusztus 31. 9:00 - 10:00

🌐 Nyilvános · Közösségi kalandozások szervezésében

🌐 Online esemény

Teszt

Vásárlás Online

Szervező

 **Közösségi kalandozások**
Üzleti szektanácsadó · Közösségimédia-ügynökség · Személyes blog

Mehetsz az ismerőseiddel [Az összes](#)

0

OTT LESZ

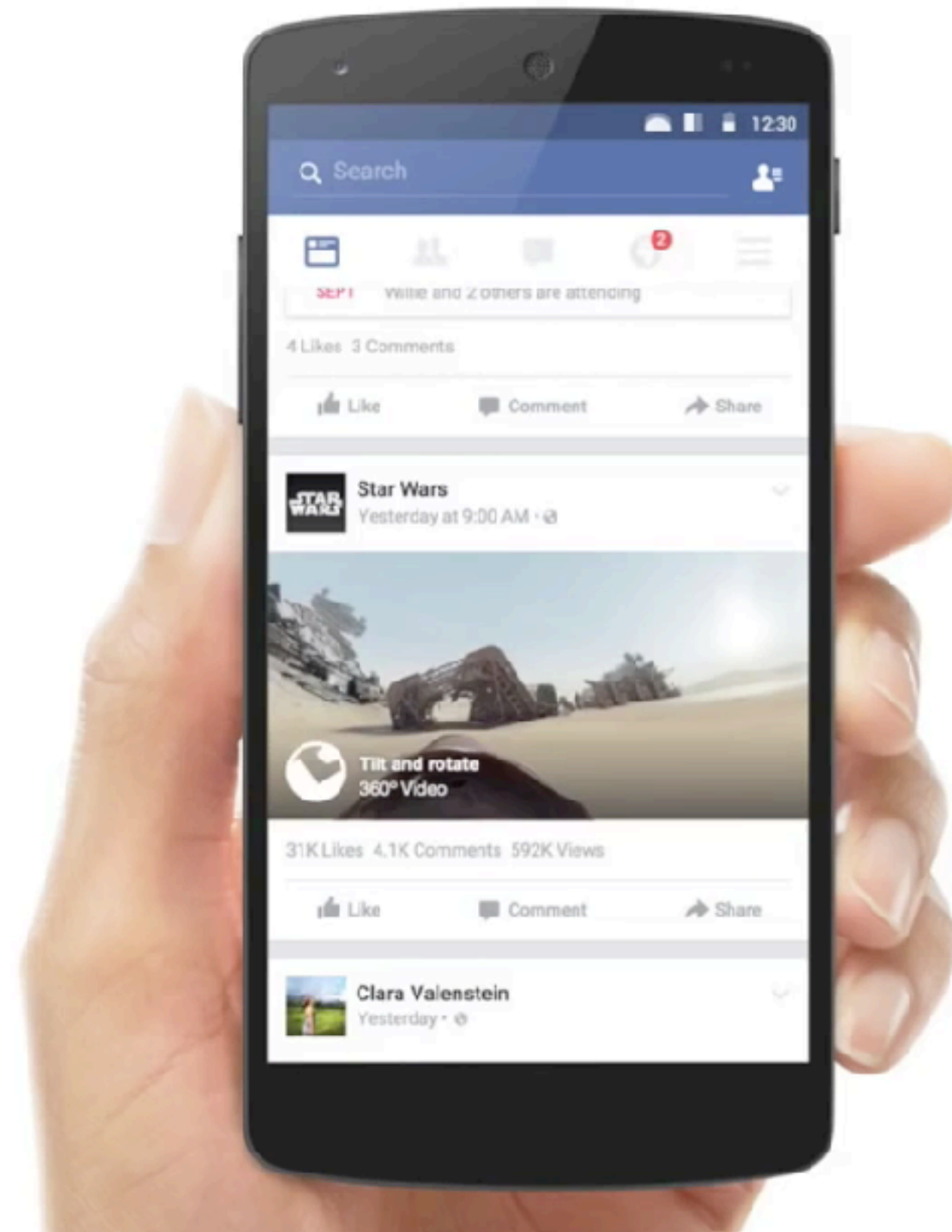
0

ÉRDEKLŐDŐ


Mentor Klub

360 fokos tartalom

360 fokos képek és videók



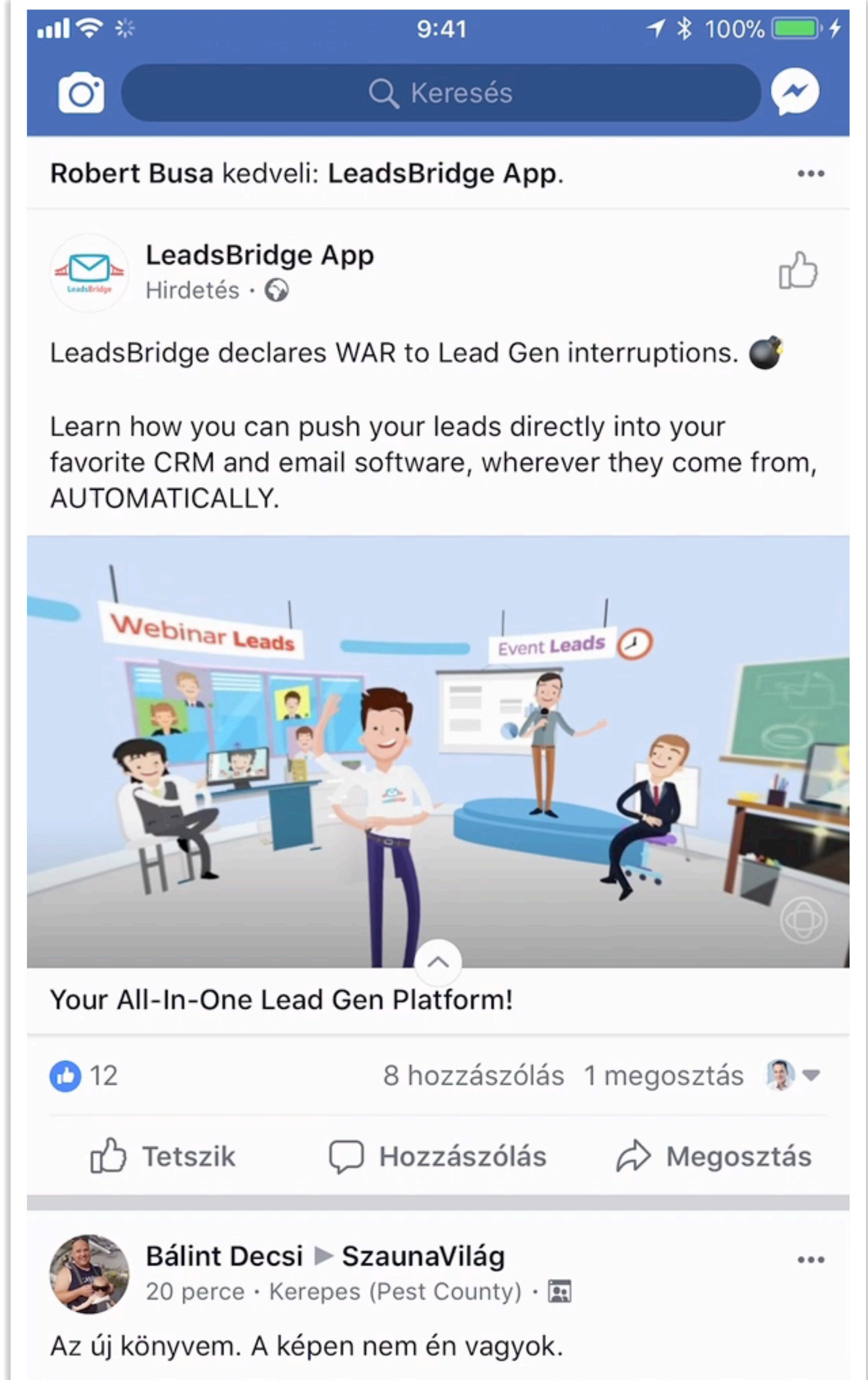
360 fokos képek és videók

Mi ez?

- ▶ panoráma képek
- ▶ panoráma videók
- ▶ 360 fokos élő videók

360 fokos képek és videók

Feltűnőbb megjelenés a hírfolyamban



360 fokos képek és videók



- ▶ szokásos tippelős/keresős nyereményjáték
- ▶ egy kis extrával
- ▶ jobb megjelenés a hírfolyamban
- ▶ erősebb bevonódás

360 fokos képek és videók

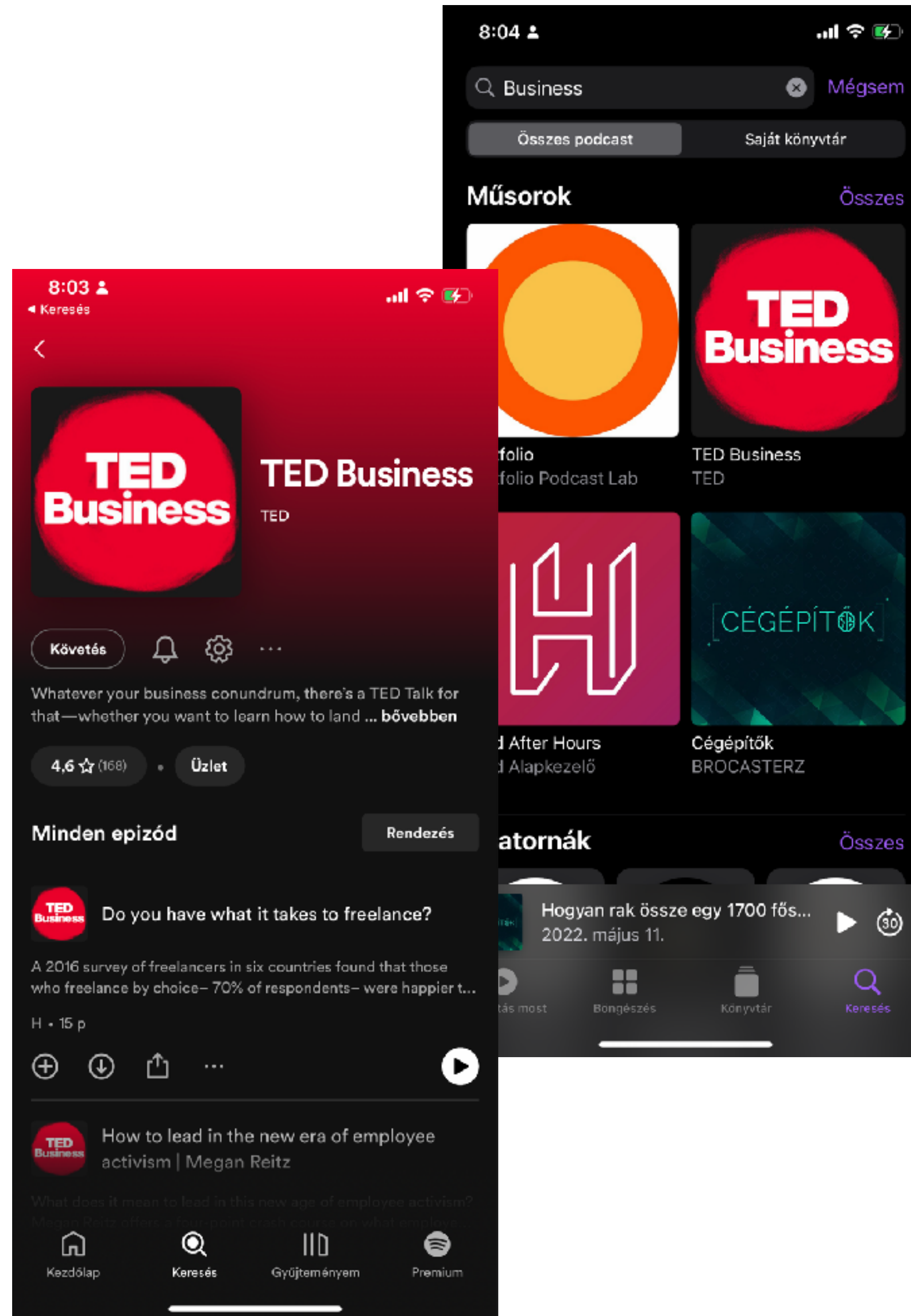
Mire jó?

- ▶ üzlet bemutatás
- ▶ termékek bemutatása
- ▶ esemény közvetítés élőben
- ▶ kreatív játék
- ▶ ...

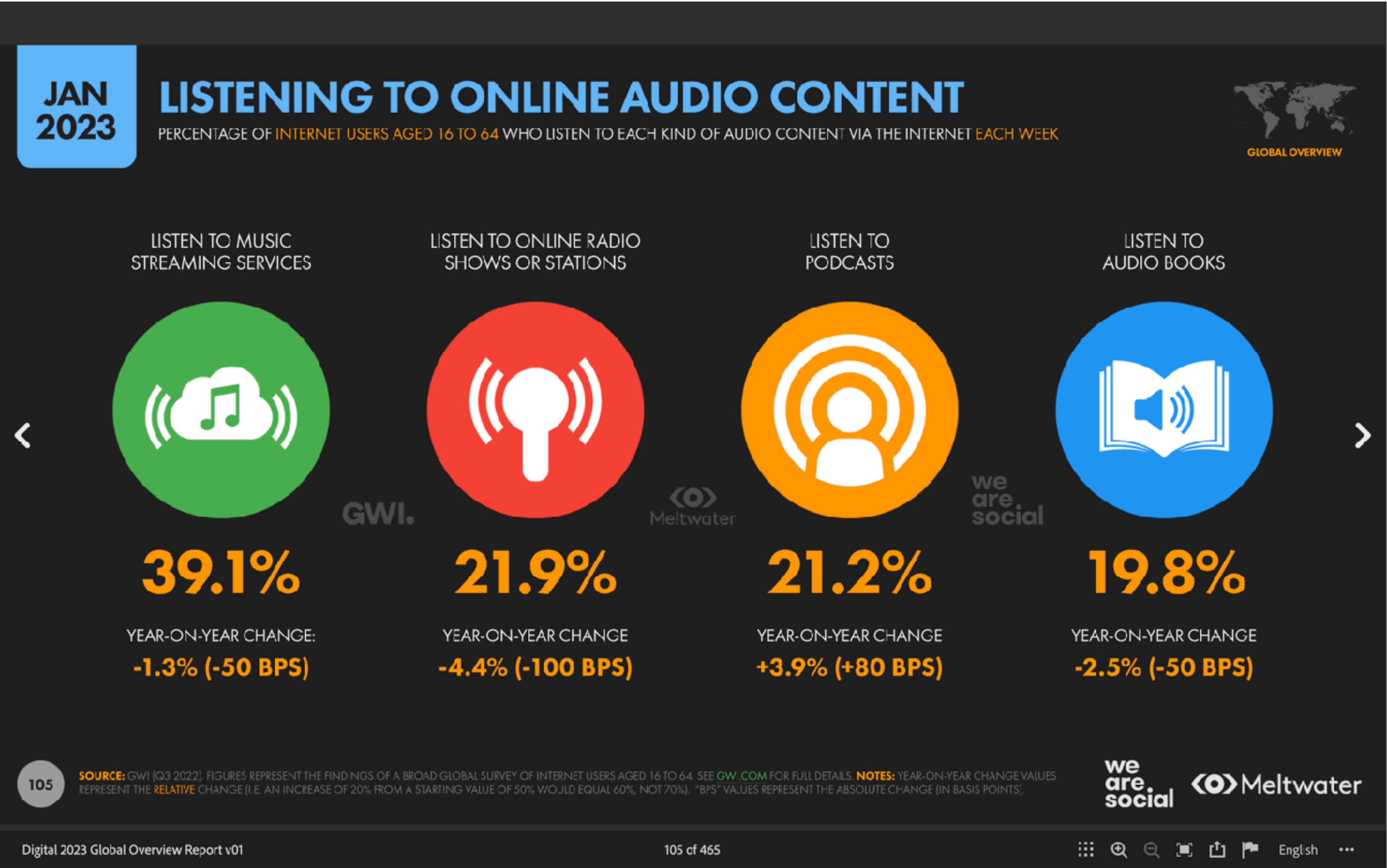
Podcastek

Podcast

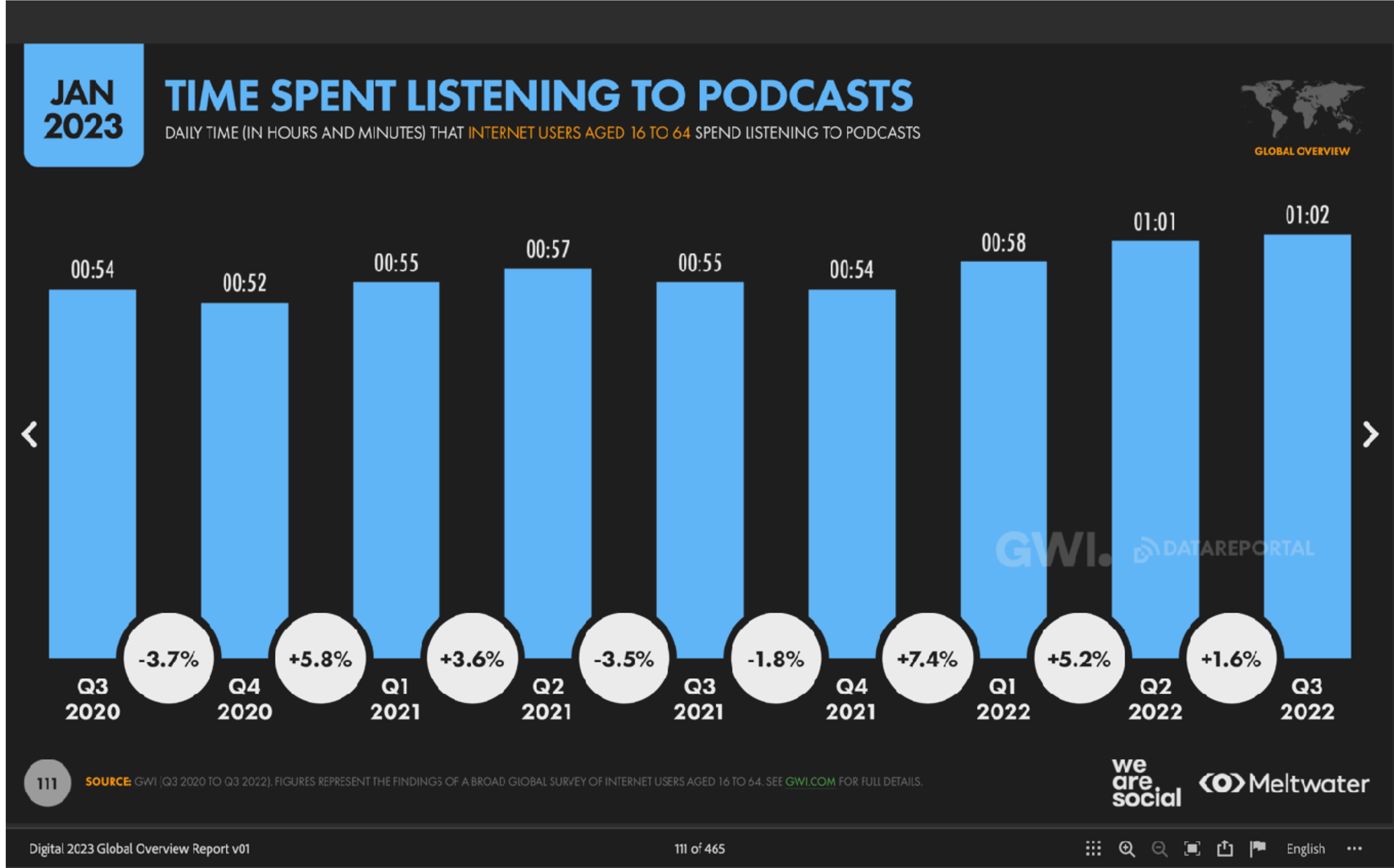
- ▶ Audio tartalom
- ▶ “Internetes rádió”



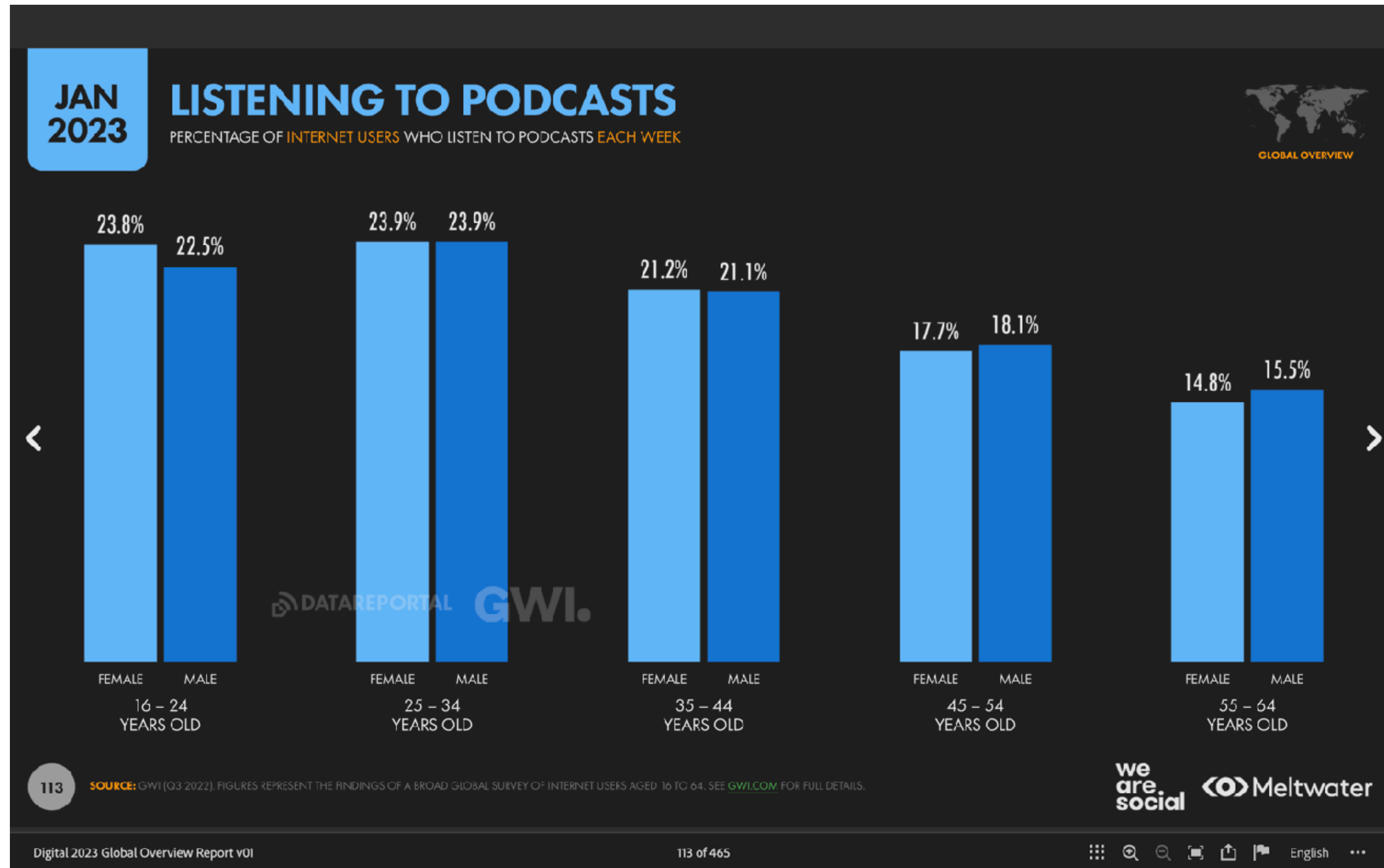
Podcast



Podcast



Podcast



Podcast

- ▶ Nagyjából 1,5 millió magyar (az internetezők 20 százaléka) hallgat heti rendszerességgel podcastet.
- ▶ Heti 5,6 óra a podcast hallgatási idő
- ▶ Az internetező átlag lakossághoz képest a podcasthallgatók között kimagasló a 18-29 évesek, a városiak és a legmagasabb jövedelmi szegmensbe tartozók aránya.
- ▶ A heti rendszeres hallgatók 83 százalékát nem zavarja, ha egy műsornak a támogatóját megemlítik a műsorban,
- ▶ 72 százalékot nem zavarja, ha reklám jelenik meg egy műsor előtt és
- ▶ 55%-ot az sem, ha többször van reklám egy műsorban.

<https://betonenetwork.hu/tudastar/podcast-kutatas-2023>

Podcast készítés

- ▶ Elsődleges tartalomformátum a podcast, minden más (videó, cikk) csak másodlagos
- ▶ Podcast csak másodlagos, pl. egy előadás vagy egy Live hangsávja

Podcast formátumok

- ▶ Vélemény "cikkek" (10-15 perc)
 - ▶ Hírek, újdonságok (5-10 perc)
 - ▶ Pár perces tanítások (pl. Six minutes English)
 - ▶ Interjúk (ügyfél, szakértői)
 - ▶ Műsorok (pl. oktatás, termék kibeszélő)
 - ▶ Top listák
 - ▶ Előadás hangfelvétel
- Akár egyedül is
"monopodcsat"

Kommunikáció tervezés

Kommunikáció tervezés

- ▶ Előre tervezhető és ütemezhető kommunikáció
- ▶ Előre tervezhető, de nem ütemezhető kommunikáció (konzerv)
- ▶ Ad hoc kommunikáció

Kommunikáció
előre tervezve

Kommunikáció terv fajták

- ▶ Negyedéves terv: melyik időszaknak mi a feladata?
- ▶ Havi/heti terv: pontos kommunikációs elemek elkészítve és betárazva

<http://liftup.link/cc2023>

Liftup Akadémia, Éves tartalomnaptár - liftupakademia.hu					
	Külső esemény	Saját esemény	Termékekkel kapcsolatos események	Kampány időszakok	Feladat
dec. 26.	Karácsony			Fogadalom kampány	
jan. 02.	Iskola szünet 1.: Újév 4. A Braille-írás világnapja 6.: Vízkereszt, farsang kezdete			Fogadalom kampány	Valentin napi kampány tervezés
jan. 09.				Fogadalom kampány	
jan. 16.	17.: Az olasz konyha napja 18.: Hóemberek világnapja 22.: Magyar Kultúra napja			Farsangi kampány	
jan. 23.	26.: Nemzetközi vámnap 28.: Az adatvédelem nemzetközi napja			Farsangi kampány	
jan. 30.	1.: Köztársaság napja 2.: Vizes élőhelyek napja 3.: Rejtvényfejtők világnapja			Farsangi kampány	Nőnapi kampány tervezés
febr. 06.	11.: Betegtek világnapja 12.: Darwin nap			Valentin napi kampány	
febr. 13.	13.: A házasság világnapja 14.: Valentin nap			Valentin napi kampány	

Negyedéves terv

	Feladat
06.29.	Probléma felvetés
07.06.	Probléma felvetés
07.13.	Témába vágó referenciák
07.20.	Közösség erősítés
07.27.	Felvezető témák
<u>08.03.</u>	Bejelentés
08.10.	Előregisztráció felvezetése
08.17.	Előregisztráció
08.24.	Előregisztráció
08.31.	Előregisztráció
09.07.	Kampány indítás
09.14.	Kampány
09.21.	Kampány
09.28.	Kampány

Kommunikáció: előre tervezve

Több megközelítést érdemes használni a kommunikációban.

Például alkalmakat:

- ▶ Saját céges események
- ▶ Külső események

Kommunikáció

Kommunikációs bontás a vevők alapján

Például:

- ▶ Vevők vásárlási fázisa
- ▶ Célcsoport profilok

Kommunikáció

Hogyan gyakorolj? Hogyan csináld?

1. Válassz ki egy témát

2. “Írd” meg több verzióban, több különböző időponthoz igazítva!

Kommunikáció

Például

1. Szeretnénk nyelviskolaként az új tavaszi kurzusokról írni.
2. Van hozzá egy cikk a részletekkel a saját weboldalunkon, van benne videó is

Kommunikáció

Verziók:

- ▶ **Június 1.:** nyári nyelvtanulás érdekel? Olvasd el új cikkünket!
- ▶ **Június 2.:** olvastad a nyári nyelvtanulási tippekről szóló friss cikkünket?
- ▶ **Június 7.:** ha a munkád mellett szeretnél nyelvet tanulni nyáron...
- ▶ **Június 14.:** ha diáként szeretnél nyáron nyelvet tanulni..
- ▶ **Július 6.:** Ma van a csók világnapja. Mi angolul a csók? Írd meg, de ha több is érdekel, olvasd el a bogbejegyzésünket!

Tipp: az előre tervezhető kommunikációt ütemezzük be előre minél több platformon!



Kommunikáció

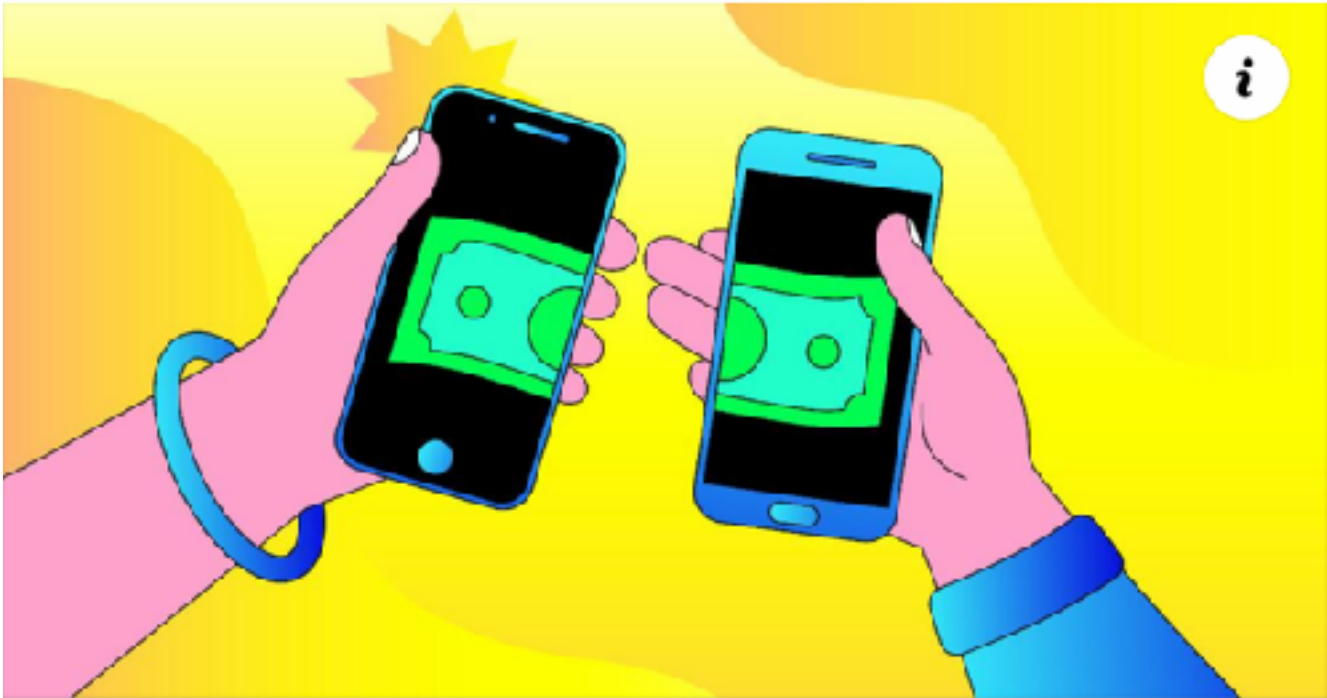
Formátum verziók egy témára:

- ▶ Link poszt
- ▶ Kép poszt, link a leírásban
- ▶ Sztoriban link
- ▶ Videó részlet, leírásban link
- ▶ Messenger üzenetben link
- ▶ Szöveges poszt (vizuális háttérrel), link az első kommentben
- ▶ ...

Kommunikáció

Telex.hu 8 ó. · ⚙️

Házasokat és nem házasokat kérdeztünk arról, hogyan kezelik a pénzügyeiket.



telex.hu
Négyszer többet keres a férjem, én meg rettegve állok a közös bevásárlásnál

👍😂🤔 551 628 hozzászólás 56 megosztás

👍 Tetszik 💬 Hozzászólás ➦ Megosztás

Telex.hu 10 p. · ⚙️

Házas és nem házas párokat kérdeztünk arról, hogyan kezelik a pénzt, közös vagy külön kasszát vezetnek-e, mi a helyzet, ha az egyik fél többet keres, vagy ha... Tovább



Négyszer többet keres a férjem, én meg rettegve állok a közös bevásárlásnál

telex

😂👍 7 5 hozzászólás

👍 Tetszik 💬 Hozzászólás ➦ Megosztás

Telex.hu 7 ó. ... ✕

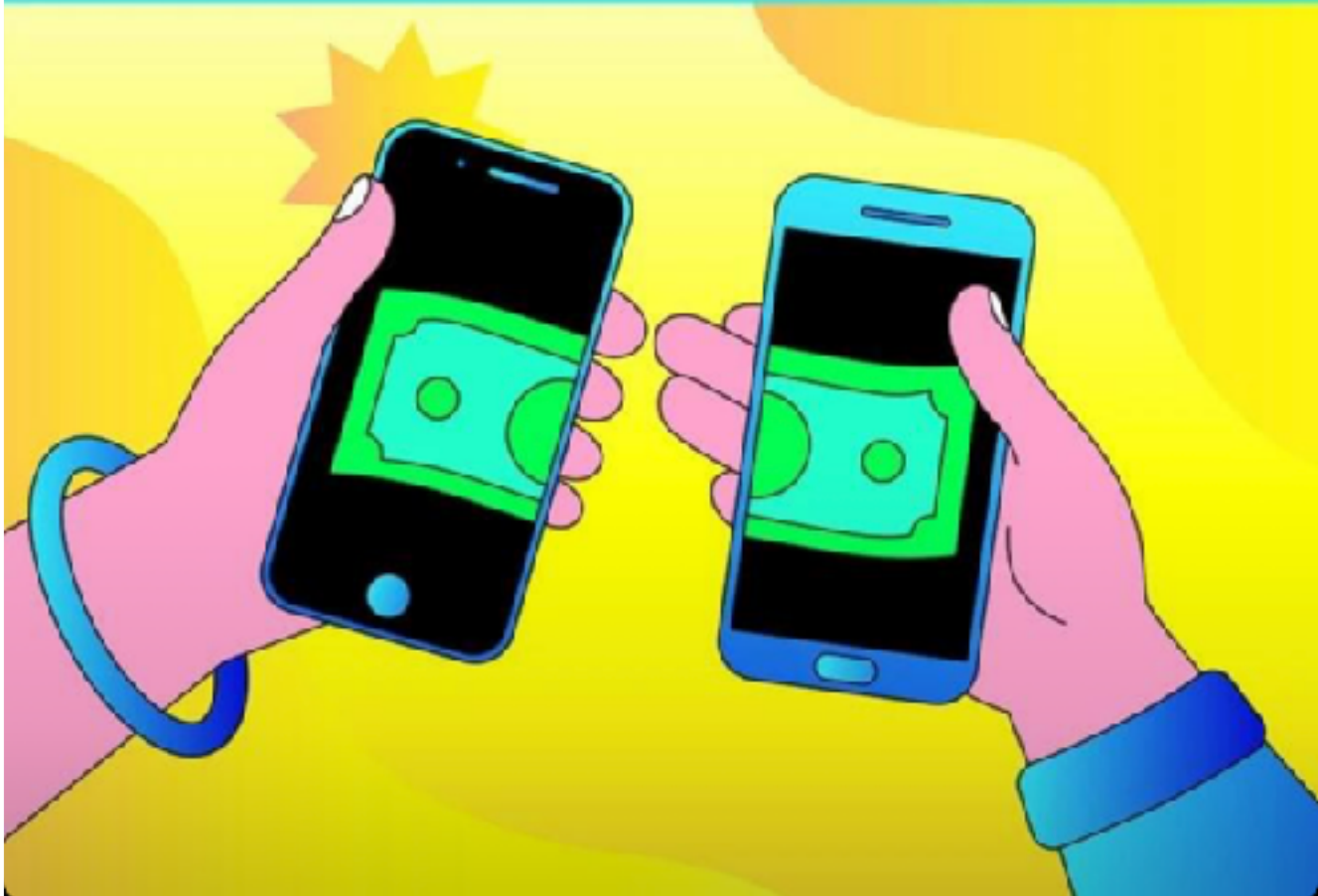
telex

Barnóczki Brigitta

Négyszer többet keres a férjem, én meg rettegve állok a közös bevásárlásnál

Házasokat és nem házasokat kérdeztünk arról, hogyan kezelik a pénzügyeiket, miért választják a közös vagy a külön kasszát.

[TELEX.HU](https://telex.hu)



Üzenet küldése...

Kommunikáció

Van-e értelme újra megosztani ugyanazt a linket?

	A	B	C	D	E	
1	Post ID	Post Permalink		Post Publish Tim	Lifetime Post organic re L	
2	1657730301288	https://www.face	capi 3 módszer	2023-05-08 9:30	408	
3	1657730301288	https://www.face	capi 3 módszer	2023-05-25 9:00	344	+84%
4	1657730301288	https://www.face	eseménypriorizá	2023-05-17 3:13	564	
5	1657730301288	https://www.face	eseménypriorizá	2023-05-29 9:27	324	+57%
6	1657730301288	https://www.face	fiatalok elérése	2023-04-19 5:39	660	
7	1657730301288	https://www.face	fiatalok elérése	2023-05-26 4:41	371	+56%
8	1657730301288	https://www.face	insta (ad hoc)	2023-05-22 14:3	1345	
9	1657730301288	https://www.face	insta bio 5 link	2023-04-21 3:56	359	
10	1657730301288	https://www.face	insta bio 5 link	2023-05-29 4:48	103	+28%
11	1657730301288	https://www.face	kódgenerátor	2023-04-05 4:48	6879	
12	1657730301288	https://www.face	kódgenerátor	2023-05-15 2:46	3026	+44%
13	1657730301288	https://www.face	mi lesz veled me	2023-05-03 6:48	1675	
14	1657730301288	https://www.face	podcast gyűjtem	2023-05-24 14:0	145	
15	1657730301288	https://www.face	új oldal élmény	2023-05-12 6:55	451	
16	1657730301288	https://www.face	új oldal élmény	2023-05-24 8:40	1643	+364%
17	1657730301288	https://www.face	új oldal élmény	2023-05-25 9:00	1491	+330%
18	1657730301288	https://www.facebook.com/6611150301288		2023-04-03 4:34	415	
19	1657730301288	https://www.facebook.com/6611150301288		2023-04-03 6:49	433	

Kommunikáció ad hoc módon

Ad hoc kommunikáció

Például:

- ▶ Aktuális hír, amihez tudunk kapcsolódni
- ▶ Ügyfelek, érdeklődők beérkező kérdései
- ▶ Film vagy videóklip, amiről eszünkbe jut
- ▶ Egy tárgy vagy épület amivel séta közben találkozunk
- ▶ A raktárba beérkező termékek.
- ▶ Egy tárgyalás utáni gondolatok.
- ▶ Stb.

Ad hoc kommunikáció

18:19



24H FUTÁR

Hirdetés · 

A Royal Futárszolgálat ügyfele vagy munkatársa voltál? Akkor amellet, hogy együtt érzünk veled, felajánljuk még meglévő szabad kapacitásainkat számodra, hogy könnyebben átlendülj a nehézségeken! Jelentkezz minél előbb! Amíg van lehetőségünk segítettünk!

<https://24hfutar.hu/segitunk-neked/>



Segítünk Neked!



24HFUTAR.HU

Vedd fel velünk a kapcsolatot most!

A lenti gombra kattintva elfogadom az...

Kapcsolatfelvétel



Nemzeti Művelődési Intézet

3 ó. · 

Szeretnénk felhívni mindenkiné a figyelmét, hogy módosult a 484/2020 (XI.10.) kormányrendelet. 

<https://magyarkozlony.hu/dokumentumok/12ca186dd90888f9dc30683a4157e16521ba6fe2/megtekintes>







**MAGYAR
KÖZLÖNY**



**MÓDOSULT A
484/2020 (XI.10.)
KORMÁNYRENDELET**

 35

35 megosztás 

 Tetszik

 Hozzászólás

 Megosztás



Gamewiz jelenleg itt van:

Finish ,Arizona

2 ó. · Zapopan (Mexikó) · 



Finishben vagyunk, de még van egy bő órátok rendelni a garantált karácsony előtti szállítással!



Jól állunk, még kicsit kitoljuk a határidőt!
16:30ig rendeljétek ma és tuti ott lesz a fa alatt az új társas!

  30

8 hozzászólás 

 Tetszik

 Hozzászólás

 Megosztás

Ad hoc kommunikáció

**Községi kalandozások**

Közzétette: Lévai Richárd
csütörtök @ 12:15 · 🌐

"Ricsi, mekkora időráfordítás lesz az Építőtábor?"
Pont az előbb kaptam meg ezt az üzenetet kétszer is, szóval
n... Tovább



KOZOSSEGIKONDITEREM.HU
**Mekkora időráfordítás lesz a Községi
Marketing Építőtábor?** [Bolt felkeresése](#)

 3 283 megtekintés 

**Községi kalandozások**

June 27 at 5:58 PM · 🌐

Az árusok miért nem építenek listát a vásárokból?

A gyerekekkel bekeveredtünk egy vásárba.
Persze minden standnál meg kellett állni, és jött a szokásos - kicsit
kínos közjáték:
- Ne fogd meg... igen aranyos... de most nem vesszük meg...
legközelebb... induljunk... induljunk... induljunk..... [See More](#)



20,467
People Reached **3,081**
Engagements [Boost Post](#)

   123 60 Comments 11 Shares

 Like  Comment  Share 

Most Relevant

 Comment as Községi kalandozások    

Ad hoc kommunikáció

- ▶ **Minden reggel** munkába menet gondoljuk végig, hogy milyen helyzetekre számíthatunk ma?
- ▶ **Minden nap végén** gondoljuk végig, volt-e érdekesebb helyzet.
- ▶ Kérdezzük meg a **munkatársainkat**, történt-e velük valami érdekes aznap?



Ad hoc kommunikáció

- ▶ Amikor egy munkatársunk magától elkezd mesélni egy érdekes helyzetet, rögtön rögzítsük!
- ▶ **Ha beérkezik egy vevői kérdés**, a válasszal együtt rögtön időzítsük be!

Hogyan írjunk tartalmat előre?

Tennivaló

- ▶ Berakjuk egy időzítőbe azonnal
- ▶ Elkészítünk plusz 2-3 verziót belőle több hétre előre
- ▶ Mielőtt publikálnánk, ellenőrizzük, ne legyen ütközés!

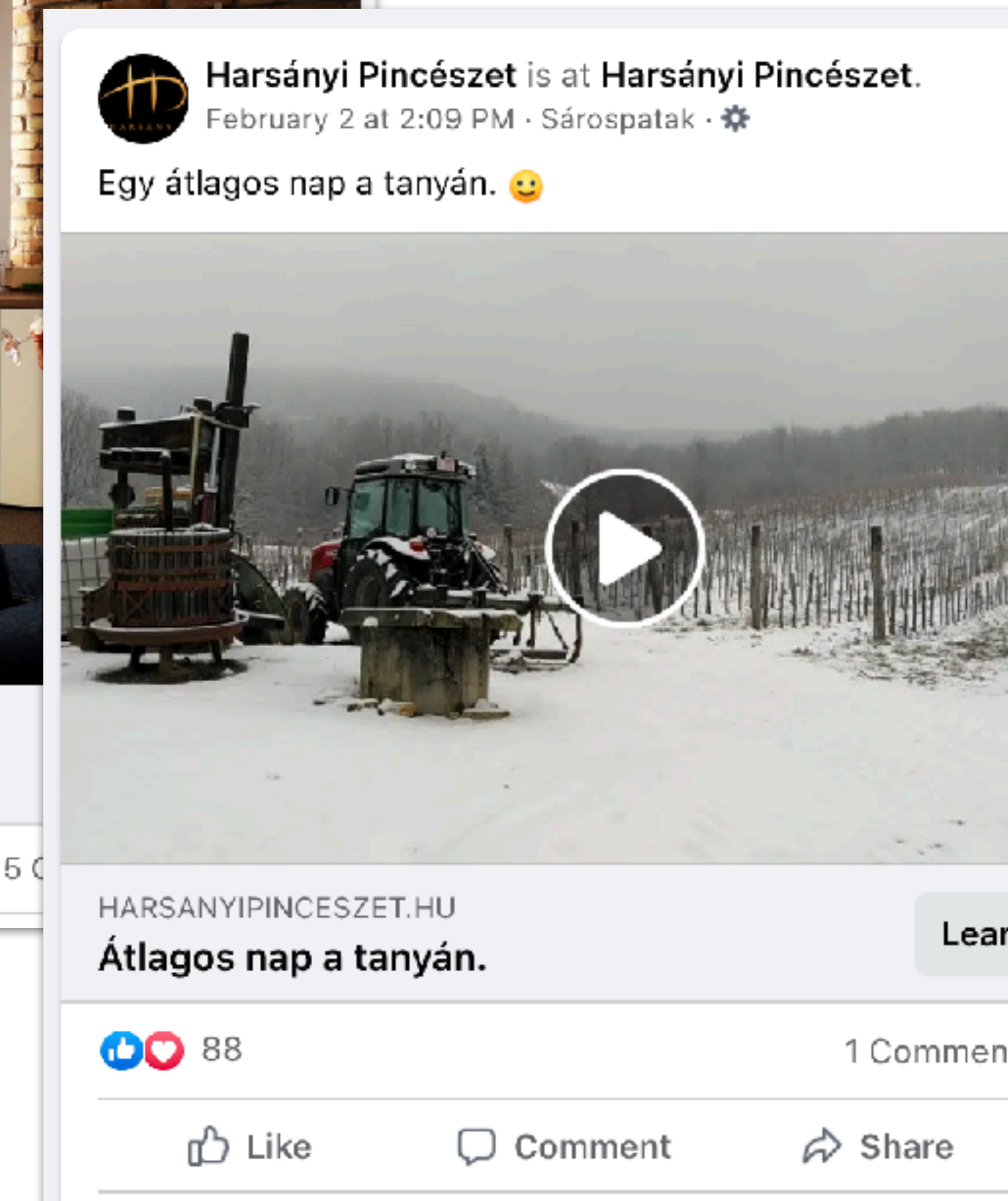
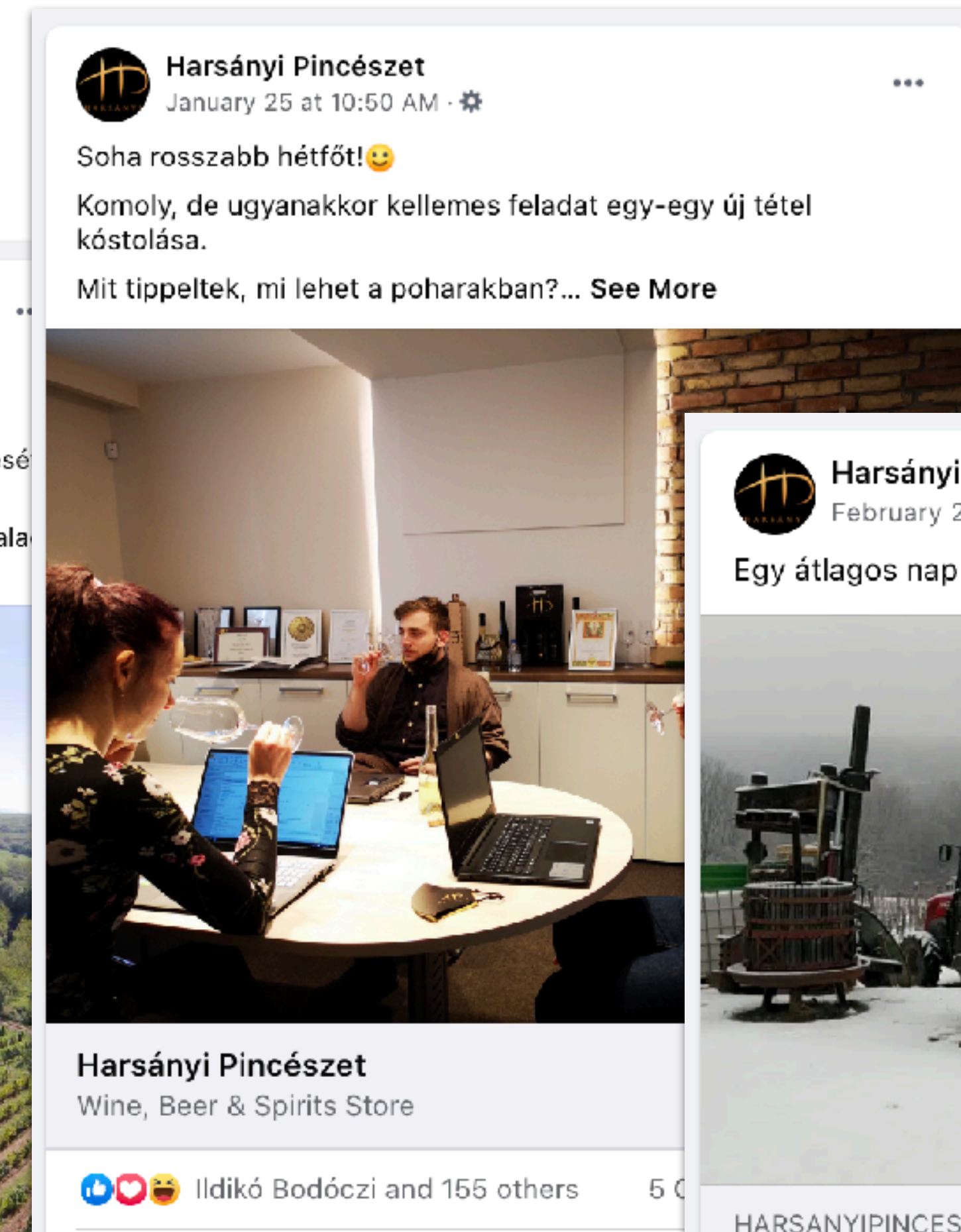
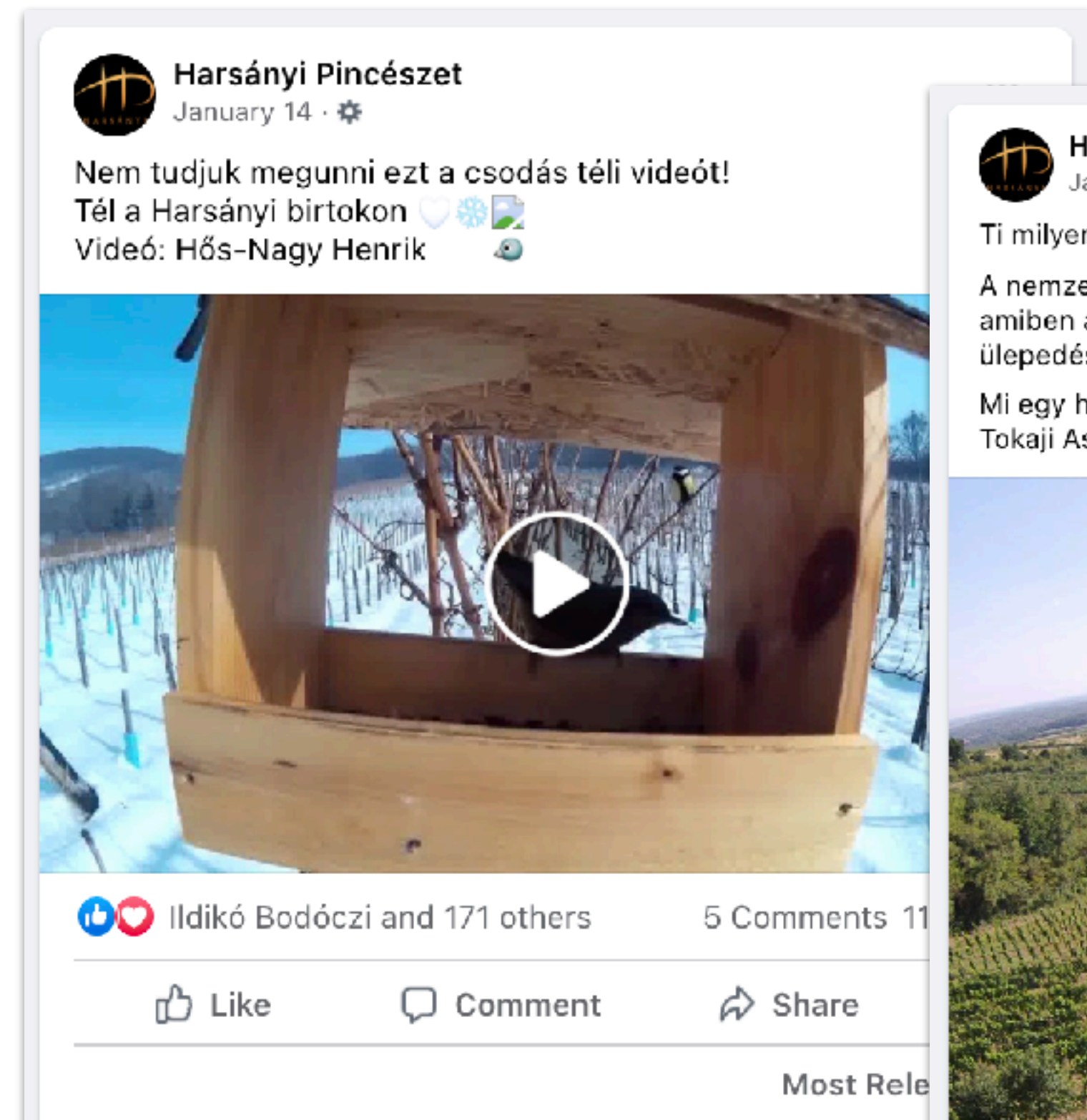
Ne gyárts tartalmat csak dokumentálj!
(Document, don't create! - Gary Vaynerchuck)

+ publikáld vagy időzítsd
azonnal

Példák
kommunikációs
folyamatra

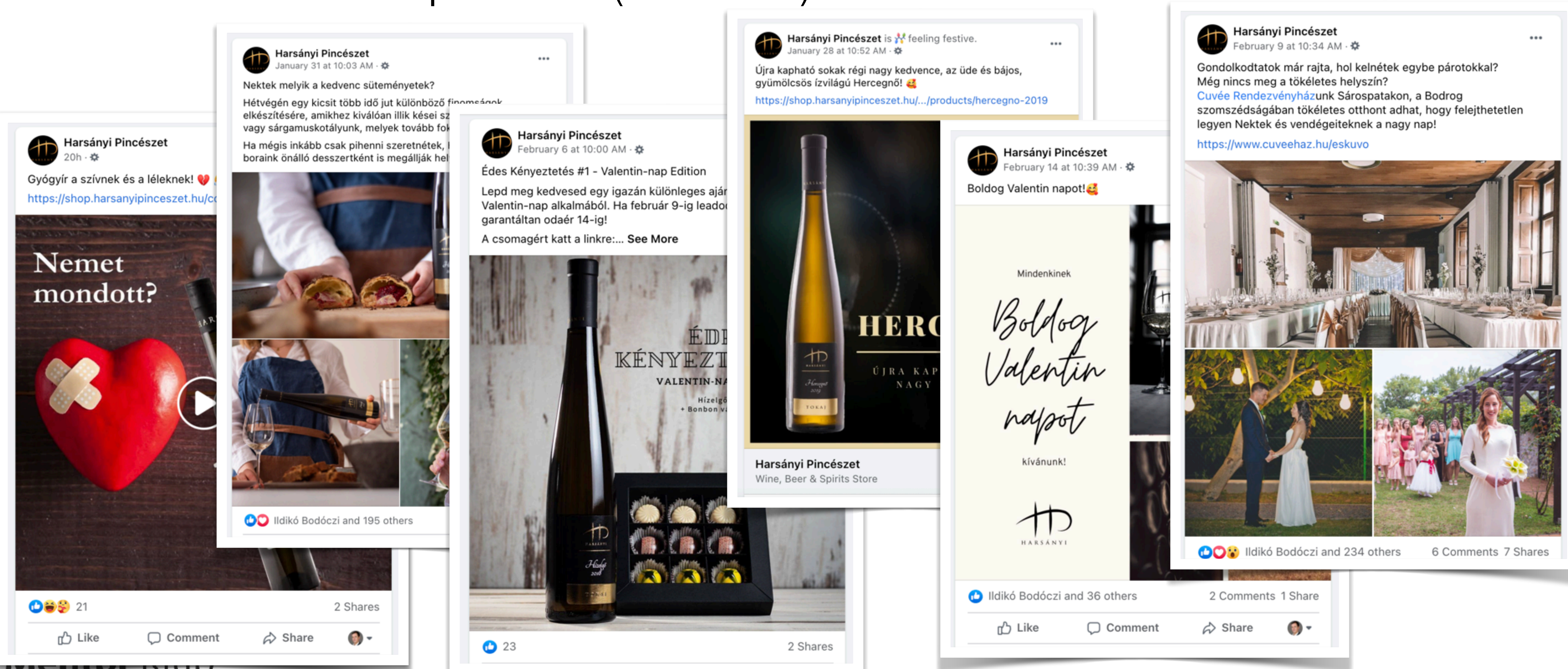
Példák kommunikációs folyamatra

Ad-hoc posztok (lehetnek):



Példák kommunikációs folyamatra

Előre ütemezett posztok (lehetnek):



Példák kommunikációs folyamatra

Ad-hoc poszt

Vagabund KIADÓ - vagabund publi
2h · 🌐

Elnézést, ez kihagyhatatlan volt! 😊😊 Kösz
Akciós GAMER csomag: <https://joatekjoarboonlake.../>
Boonlake + Praga Caput Regni + Messina 1



😂👍 31

Like Comment Share

Most relevant ▼

Reflexshop
1 óra · 🌐

Hát igen, kinek mi... 🤔😅



😂👍 175

5 hoz

Tetszik Hozz

Lenslist for Creators
Jana Michajłowska · 3 ó · 🌐

Let's be honest, ok? Today's all about the anyway 🏆 or should I say... oscARs? 😅 so tell me: did you guess the winners? did someone? have you even watched any o



😂👍👍 27

1 hozzászólás

Tetszik Hozzászólás

Bamba Marha Burger Bár
33 p. · 🌐

Mindannyian ismerjük ezt az érzést... 🤔🍔👋
#EZBAMBA #OSCAR2022



Bamba Marha Burger Bár
Hamburgerező

😂👍 24

Menü

Keresőoptimalizálás, eCommerce SEO, SEM, SMM, PPC, Linképítés, Google
Zsolt Pásztor · 1 óra · 🌐



😅 1

3 hozzászólás

Tetszik Hozzászólás Küldés

Sütő Edina
Tamás Kiss erről beszéltél ma? 😊

Tetszik Válasz

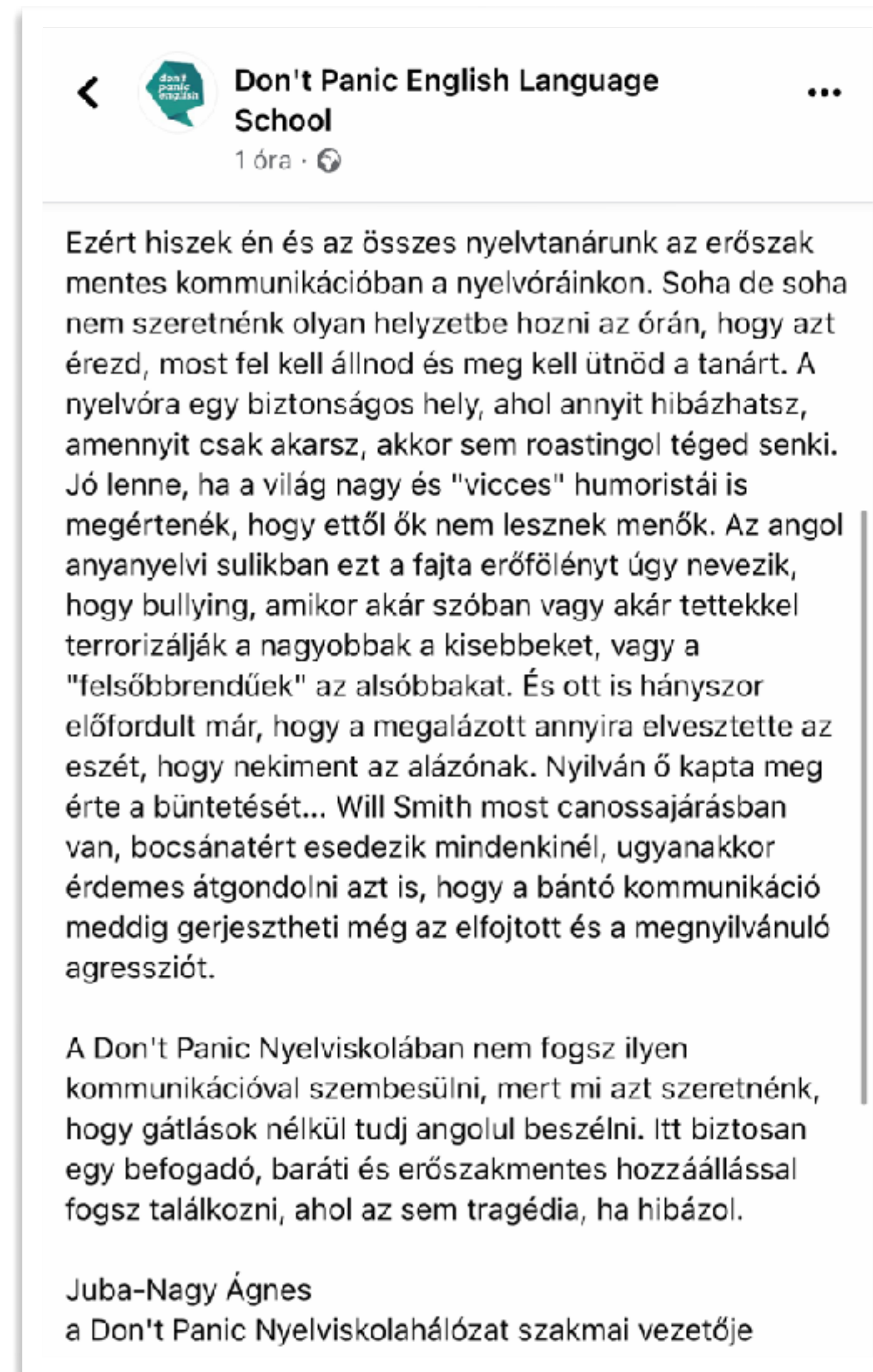
Tamás Kiss
Sütő Edina nem a kép miatt, de igen 😊

Tetszik Válasz

Hozzászólás írása...

Példák kommunikációs folyamatra

Ad-hoc posztok:



Kommunikáció
tervezés több
platformra

Kommunikáció tervezés több platformra

- ▶ Duplikálás?
- ▶ Egyedi tartalom?
- ▶ Hibrid?

Duplikáció

Legegyszerűbb: 100%-os duplikáció minden felületen

- ▶ Könnyen automatizálható
- ▶ Könnyen kezelhető
- ▶ De: miért kövessenek minket minden felületen?
- ▶ Ugyanazok az emberek vannak minden felületen?
- ▶ Ugyanaz a tartalom és formátum hatékony minden felületen?

Egyedi tartalom

Leghatékonyabb: 100%-osan egyedi kommunikáció minden felületen

- ▶ Az adott felület számára a legoptimálisabb
- ▶ Az adott felület felhasználói számára a legideálisabb
- ▶ De: rengeteg egyedi munkát igényel.

Hibrid

Optimális: hibrid kommunikáció

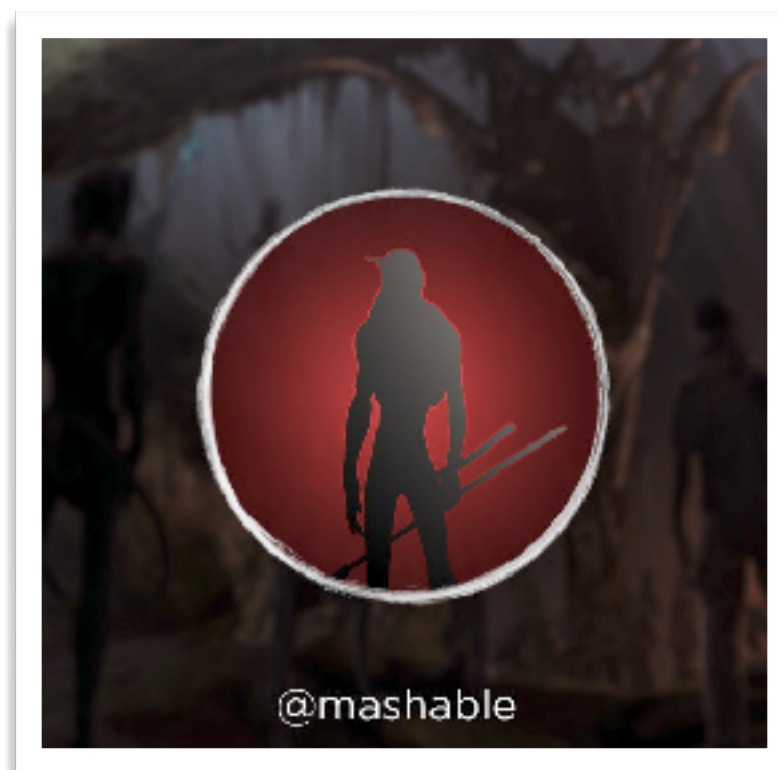
- ▶ A tartalom egy része közös
- ▶ Minden felületen van egyedi tartalom
- ▶ Részben automatizálható
- ▶ Növelni lehet a munka hatékonyságát

Hibrid

Feladat:

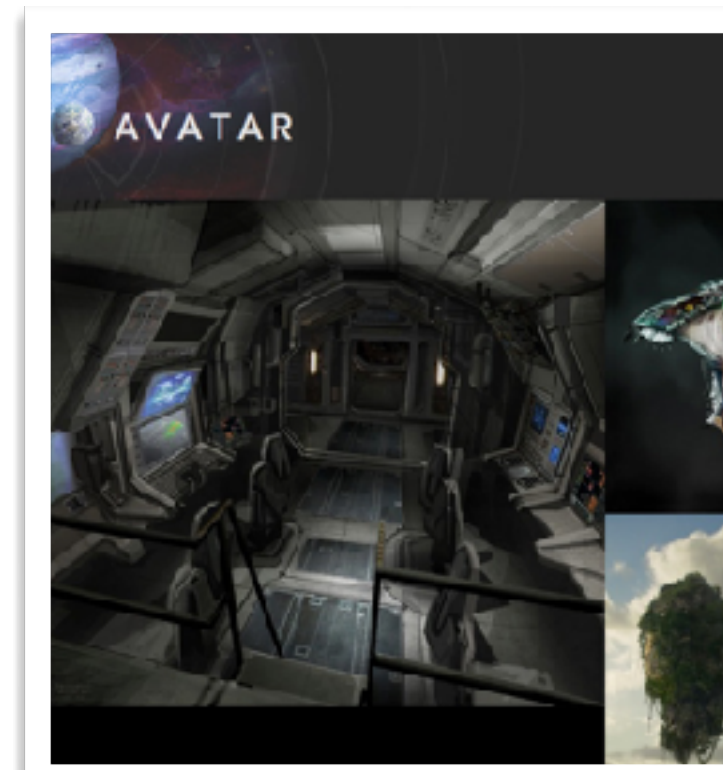
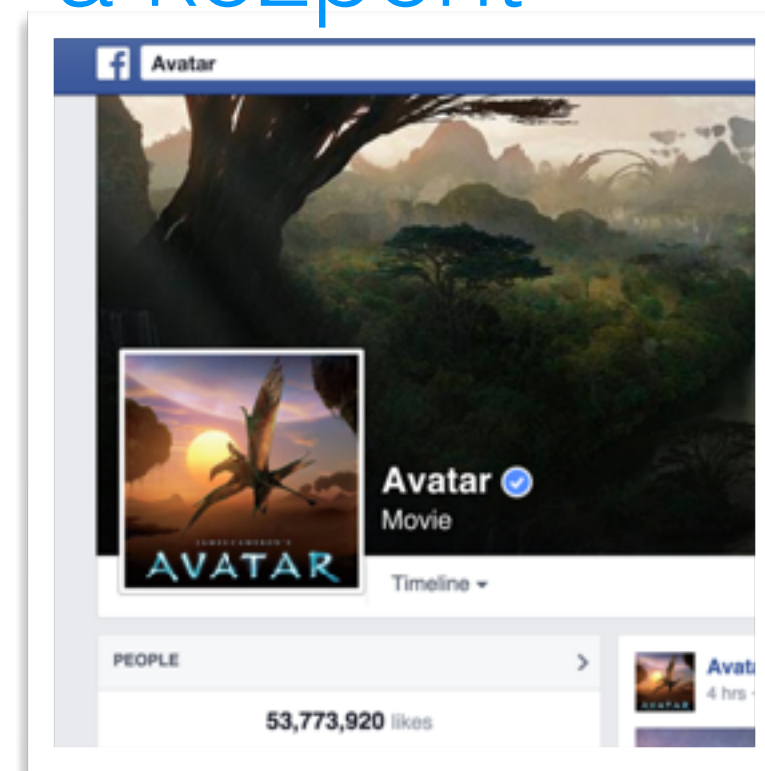
- ▶ Minden felületnek adni egyedi jelleget, egyedi tartalmat
- ▶ Keresztpromóció: felületek támogassák egymást

Platformok szerepe, identitása



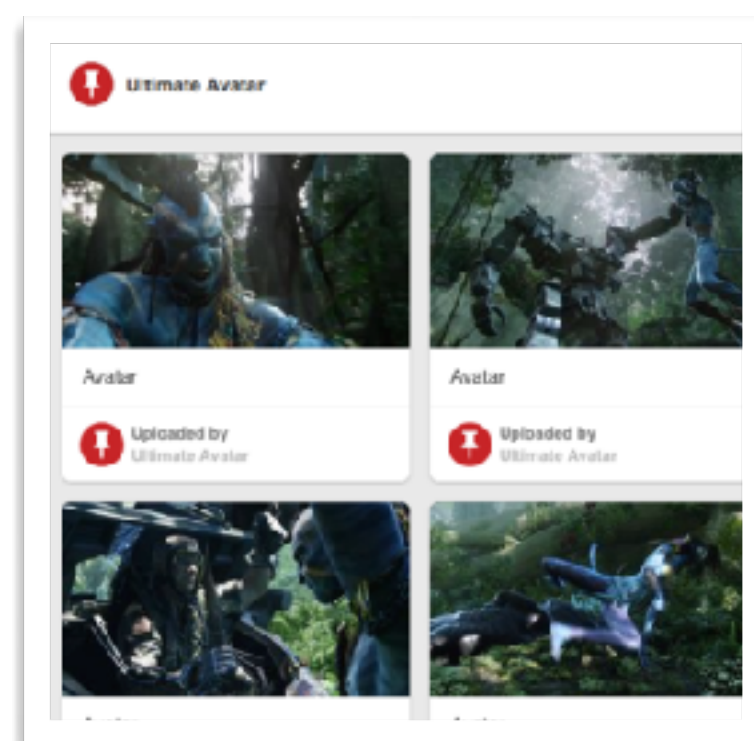
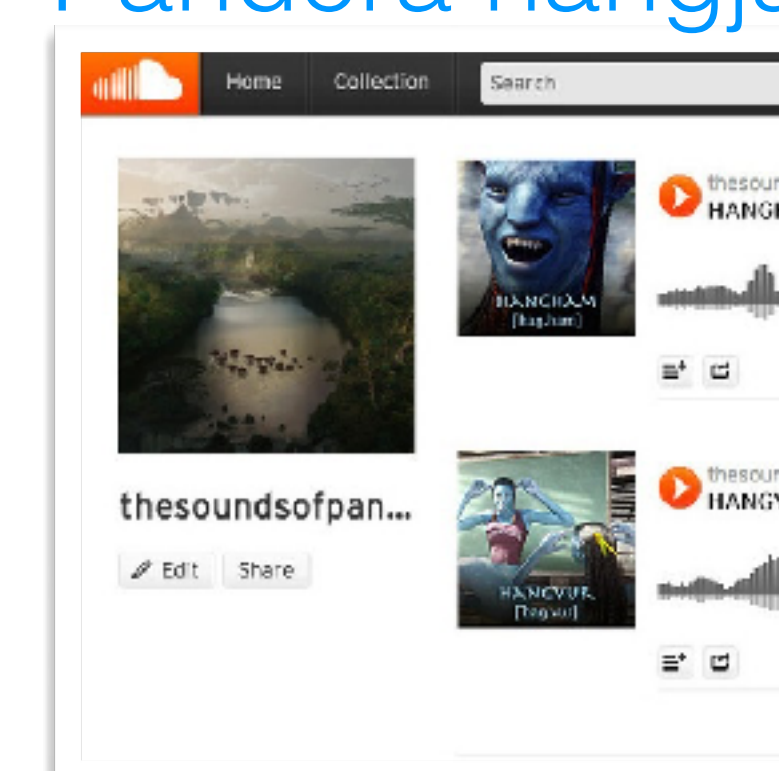
Twitter:
gamefication

Facebook:
a központ

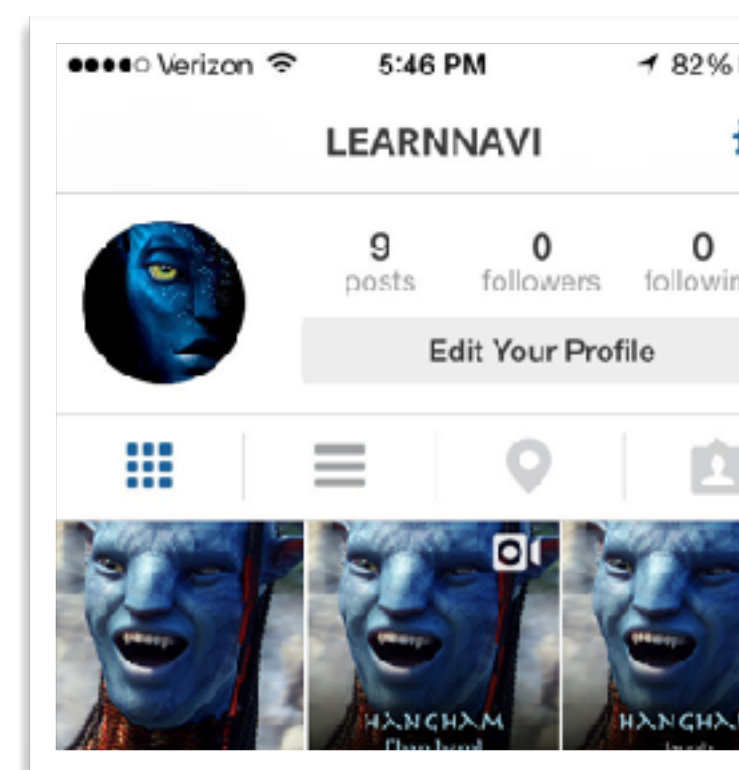


Tumblr:
látványvilág

Soundcloud
Pandora hangjai



Pinterest:
vizuális enciklopédia



Instagram:
Navi nyelvoktatás

Platformok szerepe, identitása

Például:

- ▶ Blog: saját, rugalmas tartalom alap.

Forrás és célfelület egyben.

- ▶ Facebook oldal: Általános felület, mindenből egy kicsi
- ▶ Facebook csoport: intenzív kapcsolattartás az új vevőkkel
- ▶ YouTube: oktató videók, termékbemutatók
- ▶ Instagram feed: betekintés a háttérbe,
- ▶ Instagram story: fiataloknak szóló tartalom
- ▶ Hírlevél: összefoglaló és egyedi ajánlat



Platformok szerepe, identitása egyes tartalmaknál

Például videónál:

- ▶ Facebookon kedvcsináló és összefoglaló
- ▶ YouTube-on teljes adások, részletek, a legjobb pillanatok
- ▶ Blogba beágyazva a YouTube videó
- ▶ Instagramon: kulisszák mögött képek és videók
- ▶ TikTok: szórakoztató történetek, mémek, bemutatók

fiataloknak

Tartalomkészítés csapatban

Tartalom készítés csapatban

- ▶ Nagy cégnél / csapatnál hogyan lehet összegyűjteni a kommunikációs helyzeteket?
- ▶ Az ország különböző pontjáról hogyan lehet begyűjteni az érdekes témákat?

Tartalom készítés csapatban



Adjuk a kollégák kezébe az irányítást,
legyünk “kurátorok”

- ▶ Tanítsuk tartalmat gyártani
- ▶ Adjunk nekik ötleteket
- ▶ Belső tapasztalat megosztás
- ▶ Neveljünk házon belül
infulencereket

Tartalom készítés csapatban

Tartalomkészítés workshop:

- ▶ Kommunikációs témák, helyzetek bemutatása
- ▶ Eszközök betanítása
- ▶ Motiválás
- ▶ Közös platformok kialakítása (pl. FB csoport)
- ▶ Egyénekre vonatkozó, céges kommunikációs szabályok megismertetése

Tartalom készítés csapatban

Ötletek gyűjtése

- ▶ Új tartalomötletek megosztása egy csoportban
- ▶ Jobbak kiemelése
- ▶ Háziverseny
- ▶ Közös, rövid mentingek, ötletelések
- ▶ Egymás emlékeztetése

Tartalom készítés csapatban

Belső influnecerek

- ▶ Akik nem csak tartalomgyártóként, hanem arcként, közösség építőként is részt vesznek a kommunikációban
- ▶ Mélyebb felkészítést igényel

Tartalom készítés csapatban

Influexpert program munkatársak választása

- ▶ Kinek, milyen tapasztalata van?
- ▶ Ki, mire nyitott, mi a szenvedélye?
- ▶ Kinek, milyen felülete, közössége van már most is?
- ▶ Kinek milyen támogatás kell? (PI, asszisztens)

Belső szakértői mátrix, ahol fel lehet osztani
a feladatokat, felületeket, megjelenéseket

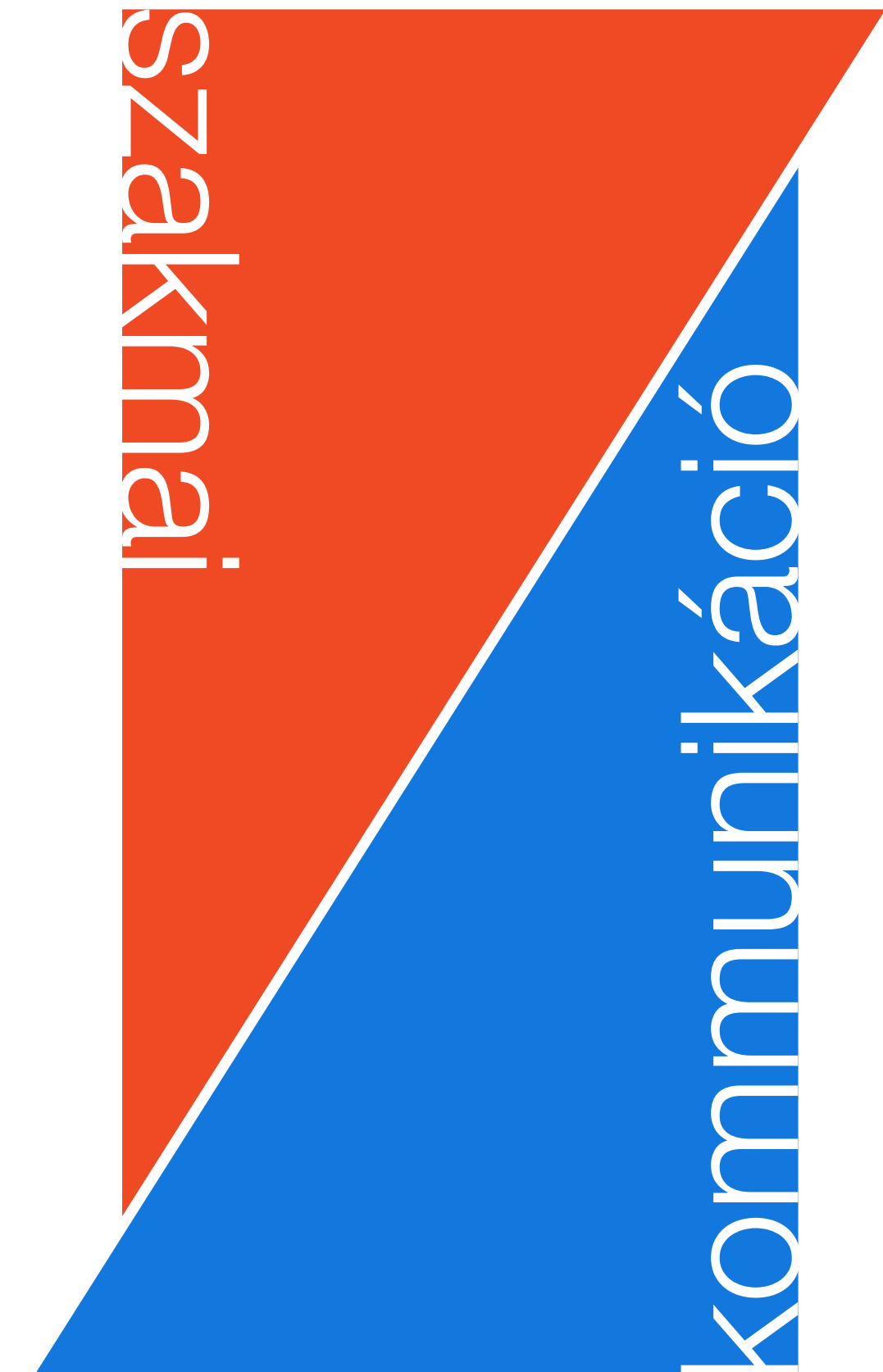
Tartalom készítés csapatban

Influexpert program, szakértői mátrix

	Céges blog	Saját blog	Facebook	LinkedIn	YouTube	TikTok	Sajtó
K.L.	✓			✓			✓
K.Á.		✓	✓		✓	✓	
E.B.				✓	✓		
N.C.		✓	✓	✓			

Tartalom készítés csapatban

- ▶ Ad-hoc kommunikáció
- ▶ Tervezett kommunikáció
- ▶ Kiemelt kommunikációs feladatok
- ▶ Elsődlegesen kommunikációs feladatok
- ▶ A márka arca



Tartalom készítés csapatban: az eredmény

Piac:

- ▶ Több kapcsolódási lehetőség a márkához
- ▶ Erősebb elköteleződés a márkához
- ▶ Nagyobb márkabiztonság

- ▶ Az Influexpert program résztvevői körében erősebb hűség

Tartalom több
platformra

Tartalom több platformra

Hogyan alakítsunk ki olyan munkamódszert,
amelyikkel hatékonyan tudunk több tartalmat több
platformra eljuttatni?

Tartalomfolyam

Tartalomfolyam

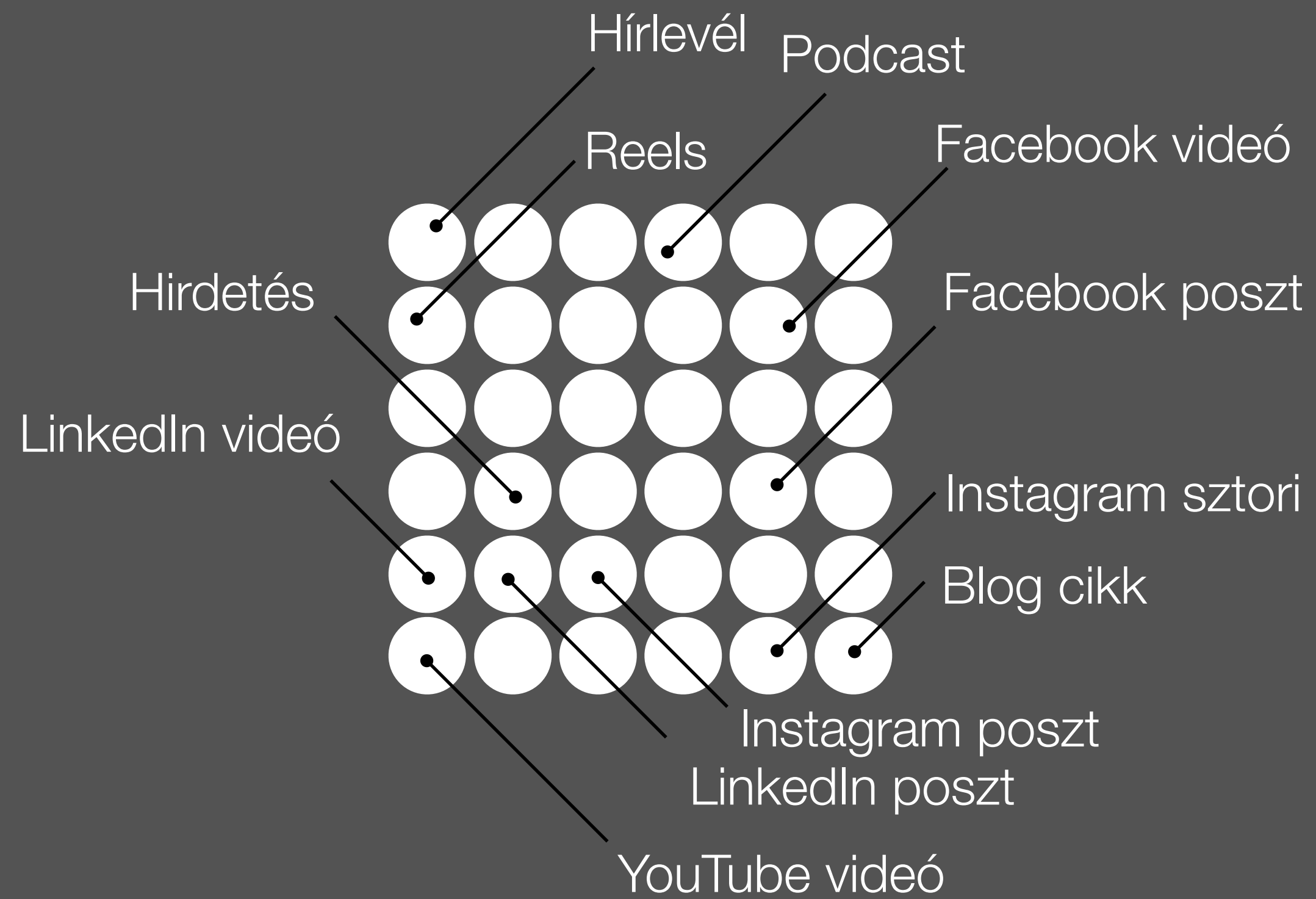
Egy tartalom minden felületen

Videó: TikTok -> Instagram -> YouTube

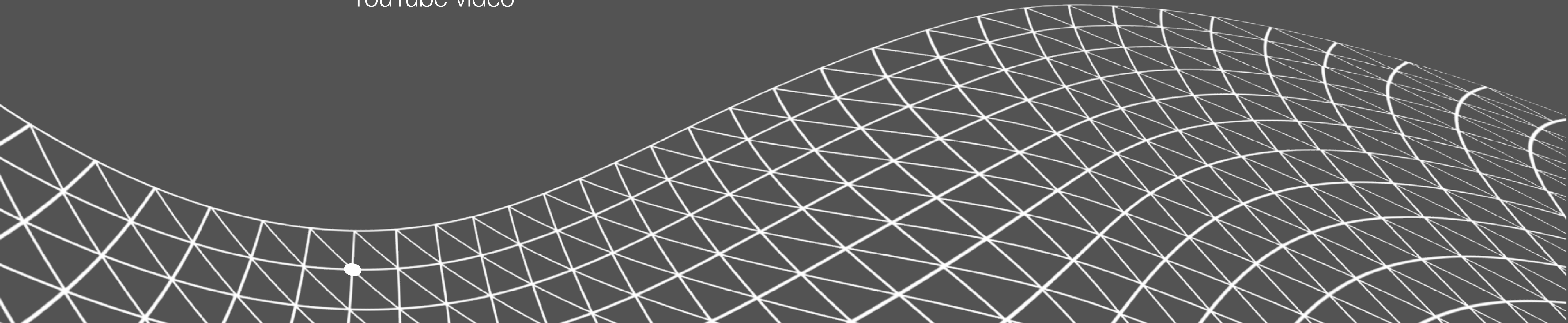
Kép: Instagram -> LinkedIn -> Pinterest -> Facebook

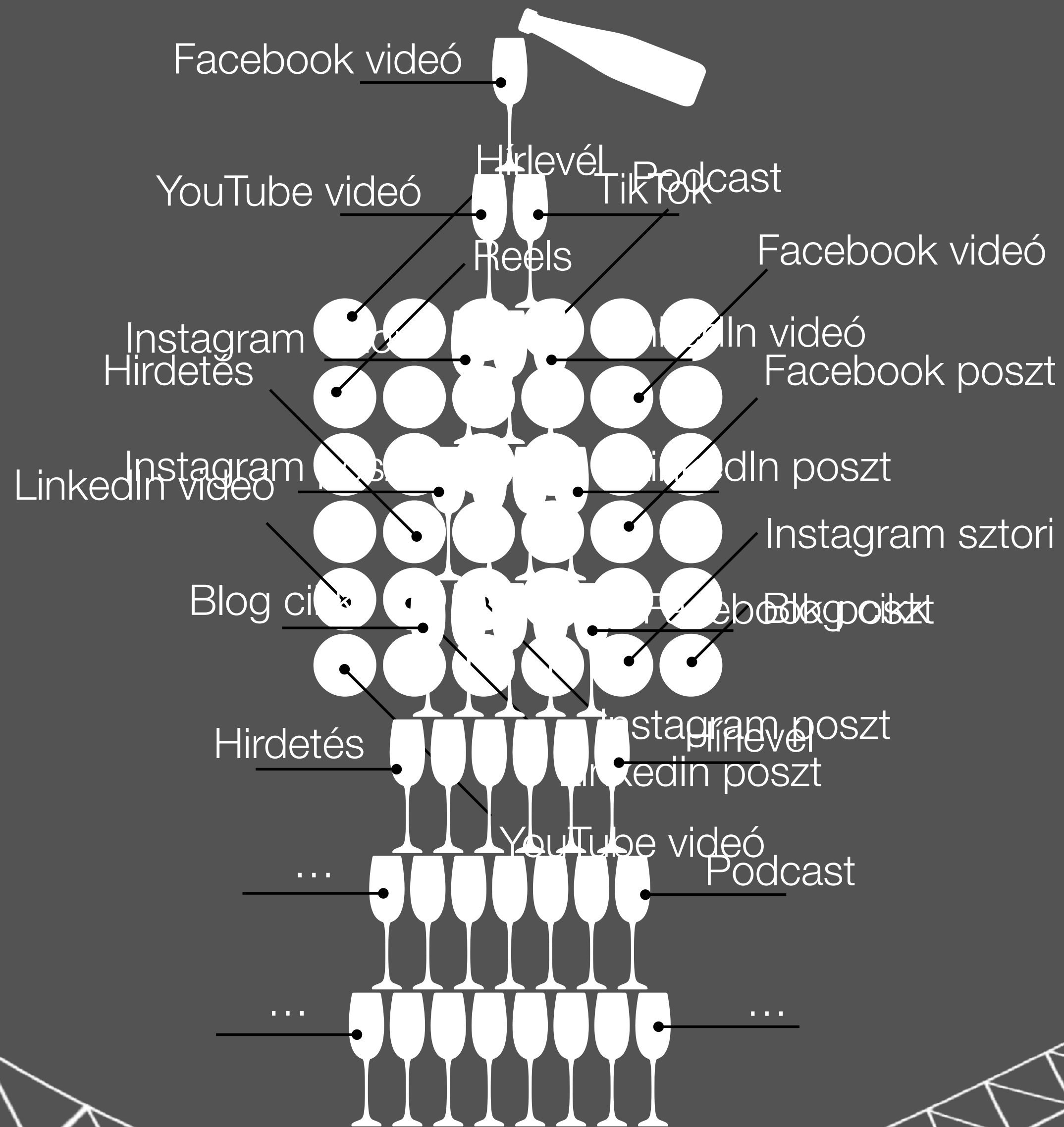
Lehetőleg változtatás nélkül, figyelembe véve
a szűk keresztmetszeteket!

Tartalompíramis



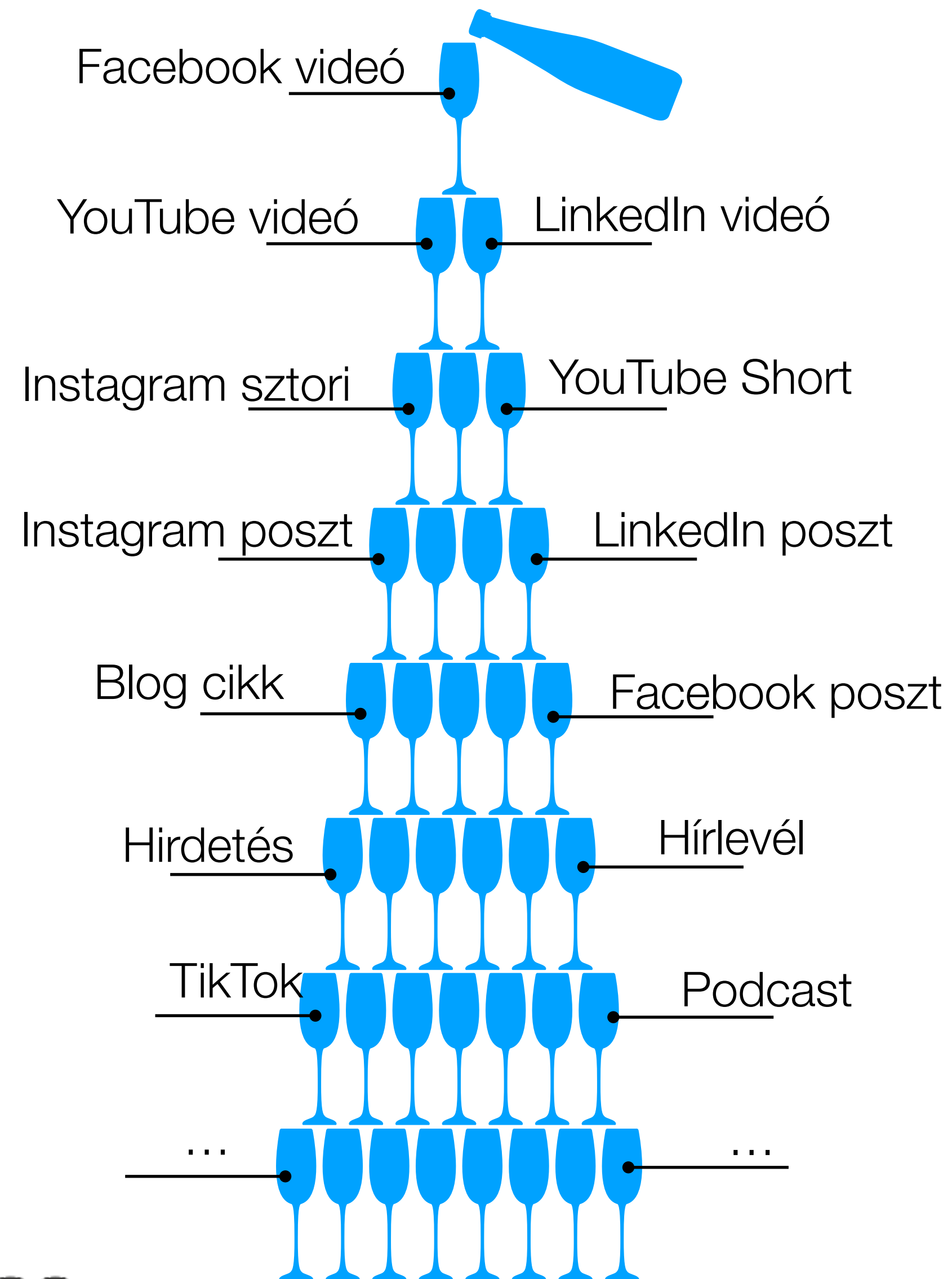
Tartalomgyártás
több platformra
általában





“Automatizált”
tartalom piramis

Tervezés: tartalom elosztás több platformra



Építsünk “automatizált”
tartalom piramist!!

- ▶ Munkatársak
- ▶ Virtuális asszisztens
- ▶ Gyakornok
- ▶ Ügynökség
- ▶ Automatizált szoftverek

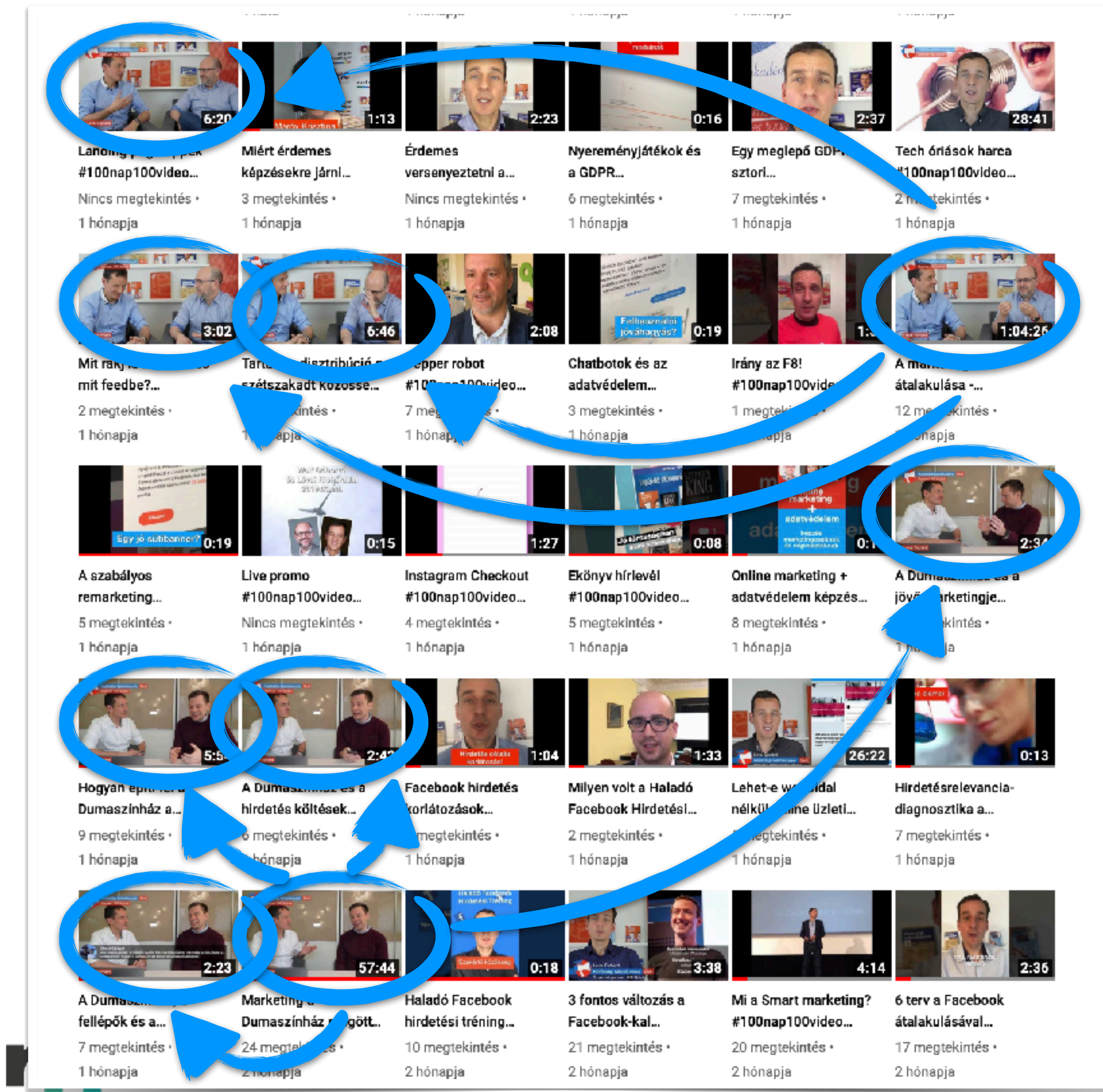


Tartalompiramis

- ▶ Melyik kommunikáció típust lehet/érdeemes megosztani?
- ▶ Mi segíti az üzleti célokat?
- ▶ Mi az újramegosztás igazi nyeresége (több ember, újraelérés, stb.)
- ▶ Melyik lesz az elsődleges platform?
- ▶ Melyik platformokra osztjuk tovább?
- ▶ Kik segítenek?
- ▶ Milyen szoftver?
- ▶ Kinek a feladata és mi lesz a jel?

Tervezés: tartalom elosztás több platformra

Egy tartalom, több verzió
ugyanazon a felületen



Tervezés: tartalom elosztás több platformra



Video felvetelek

Ma

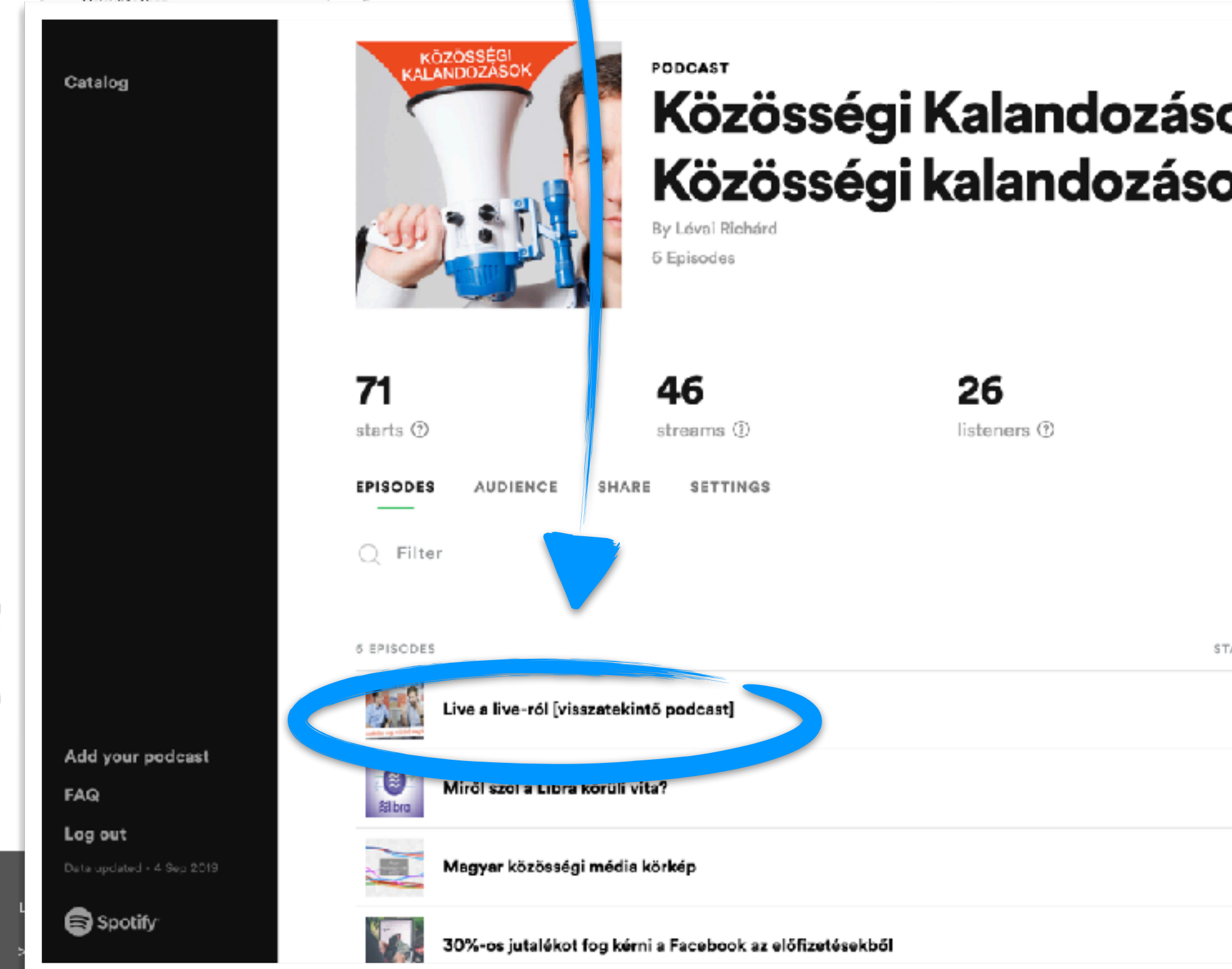
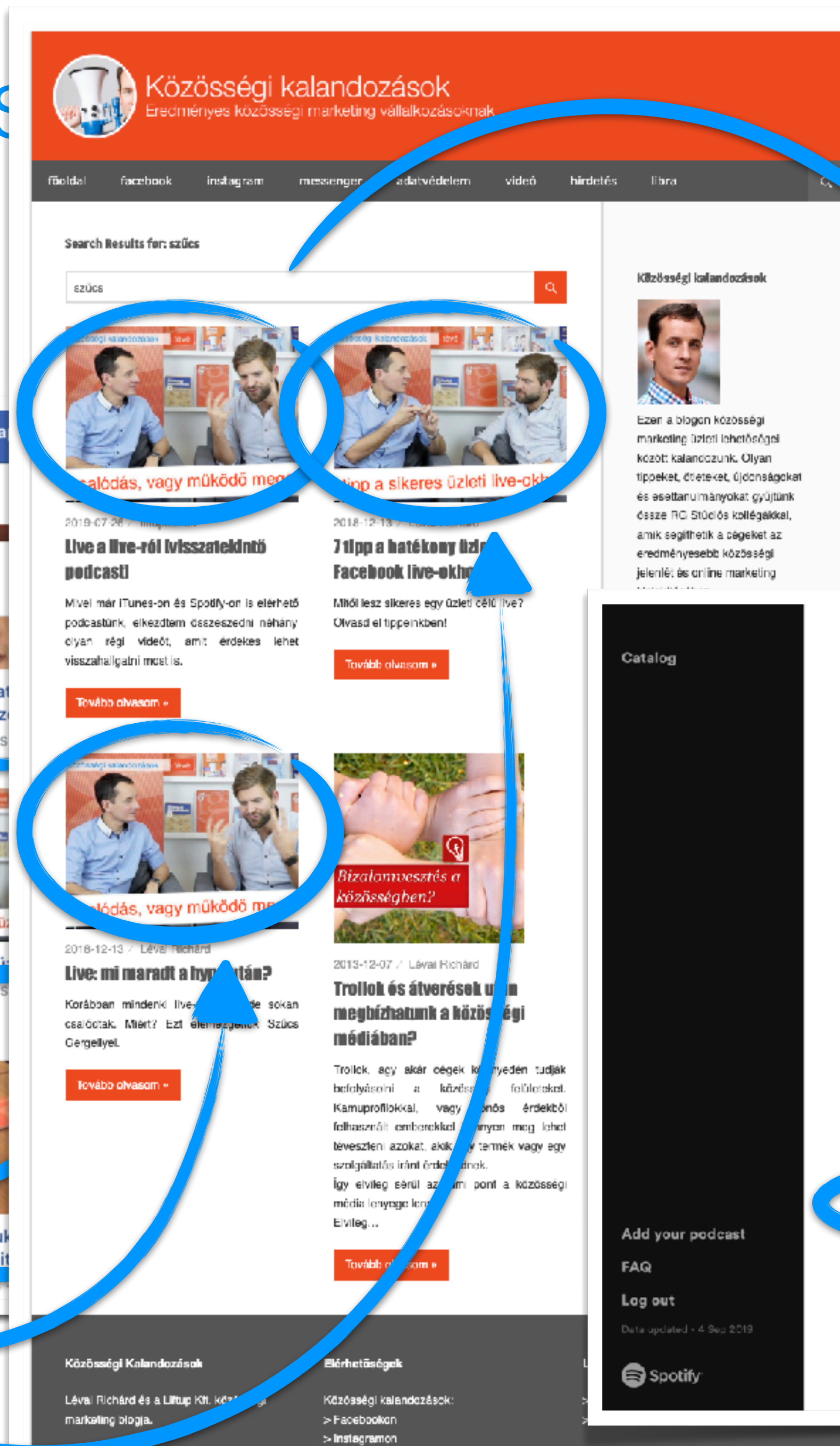
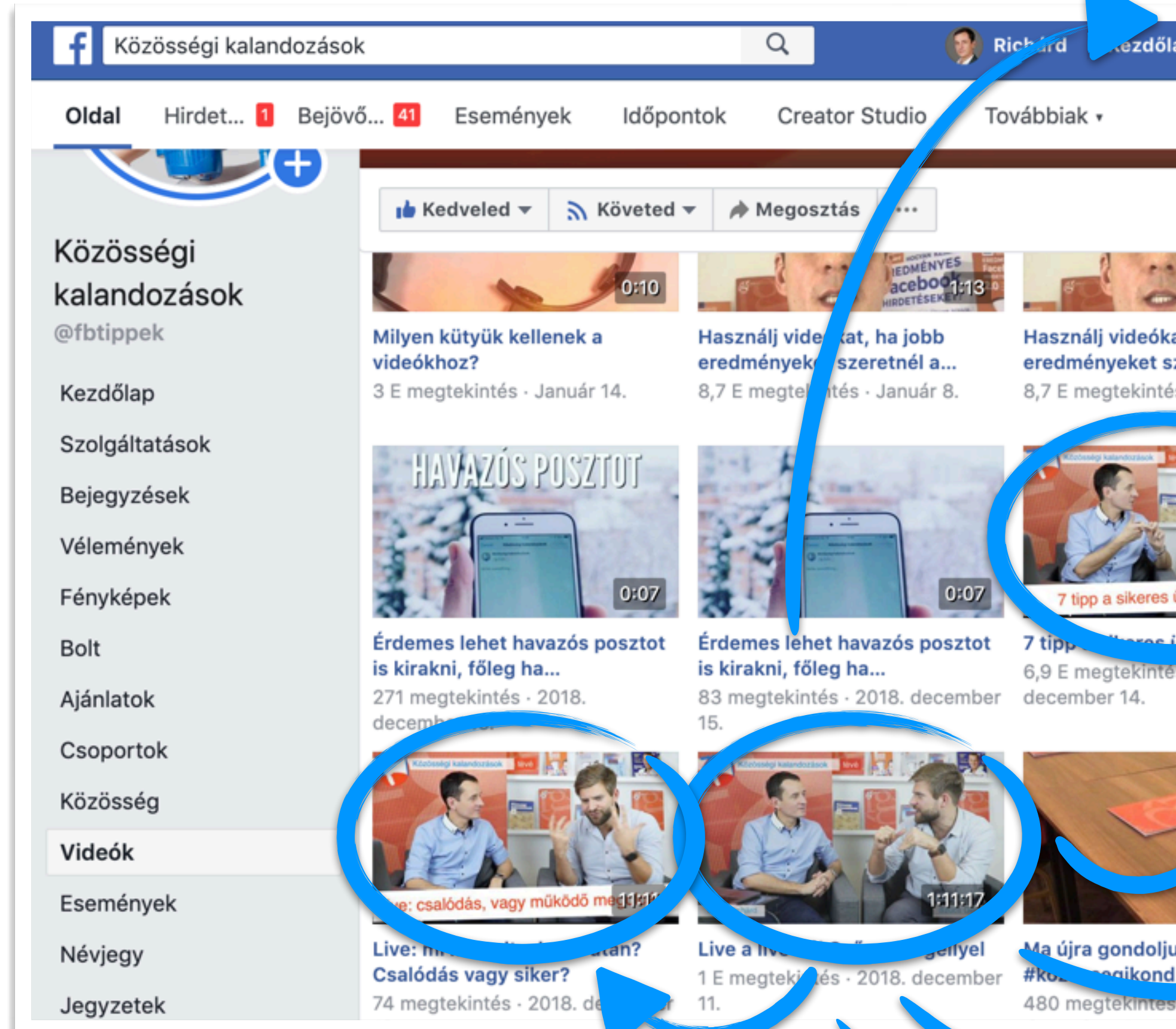
fb-live-lezaras-FELUEL...-12.mp4	fb-live-lezaras-KOMMU...-12.mp4	fb-live-lezaras-MARKE...1-12.mp4	fb-live-lezaras-PELDAK...-12.mp4	fb-live-lezaras-VAKCIN...-12.mp4	Közösségi kalando...1.25.mov	Közösségi kalando...01.25.srt

Előző 7 nap



Tervezés: tartalom elos

Egy tartalom,
több platformon



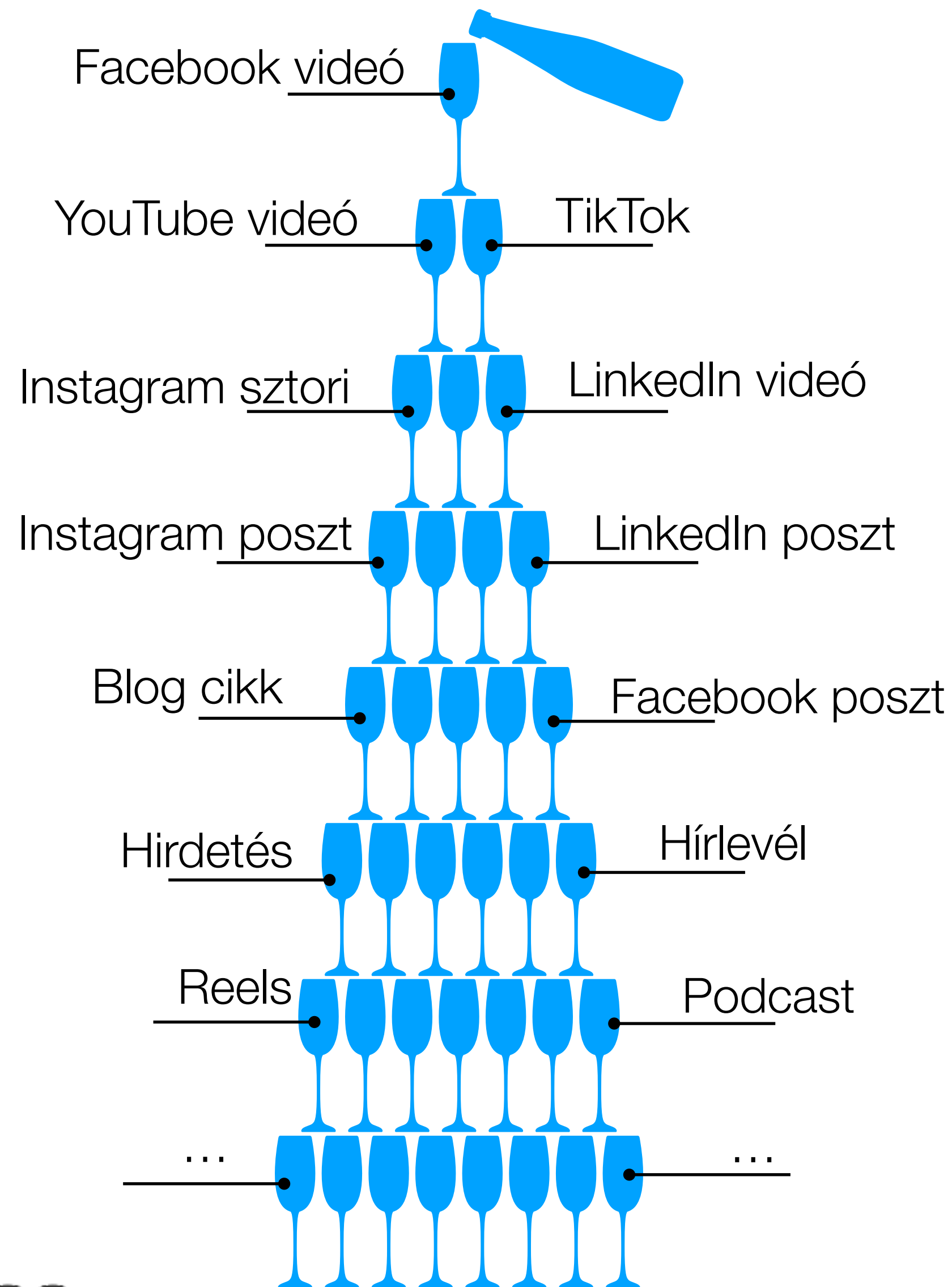
Mentor Klub

Mer



Tartalompiramis a gyakorlatban

Tartalompiramis

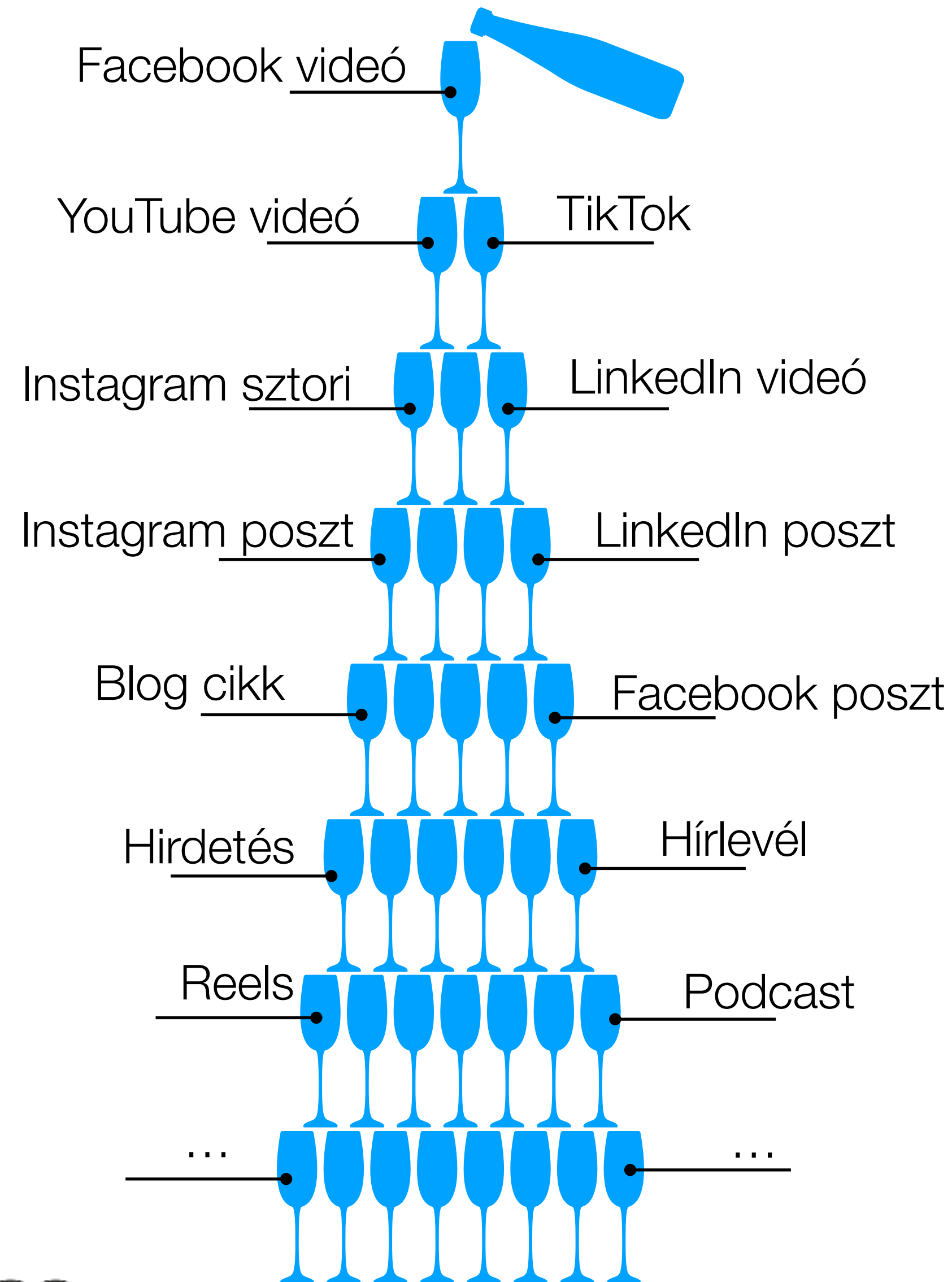


Videó terjesztés

- ▶ Alap: Facebook live/videó
- ▶ Videó publikálása: YouTube-on, LinkedInen, IGTV-n
- ▶ Videó ütemezése +2-3 alkalommal
- ▶ Videóból: több, rövidebb videó részlet
- ▶ Rövidebb videó részletek publikálása YouTube-ra, Facebookra, LinkedIn-re, IGTV-re
- ▶ Videó kiküldése hírlevélben



Tartalompiramis



Hang felhasználás

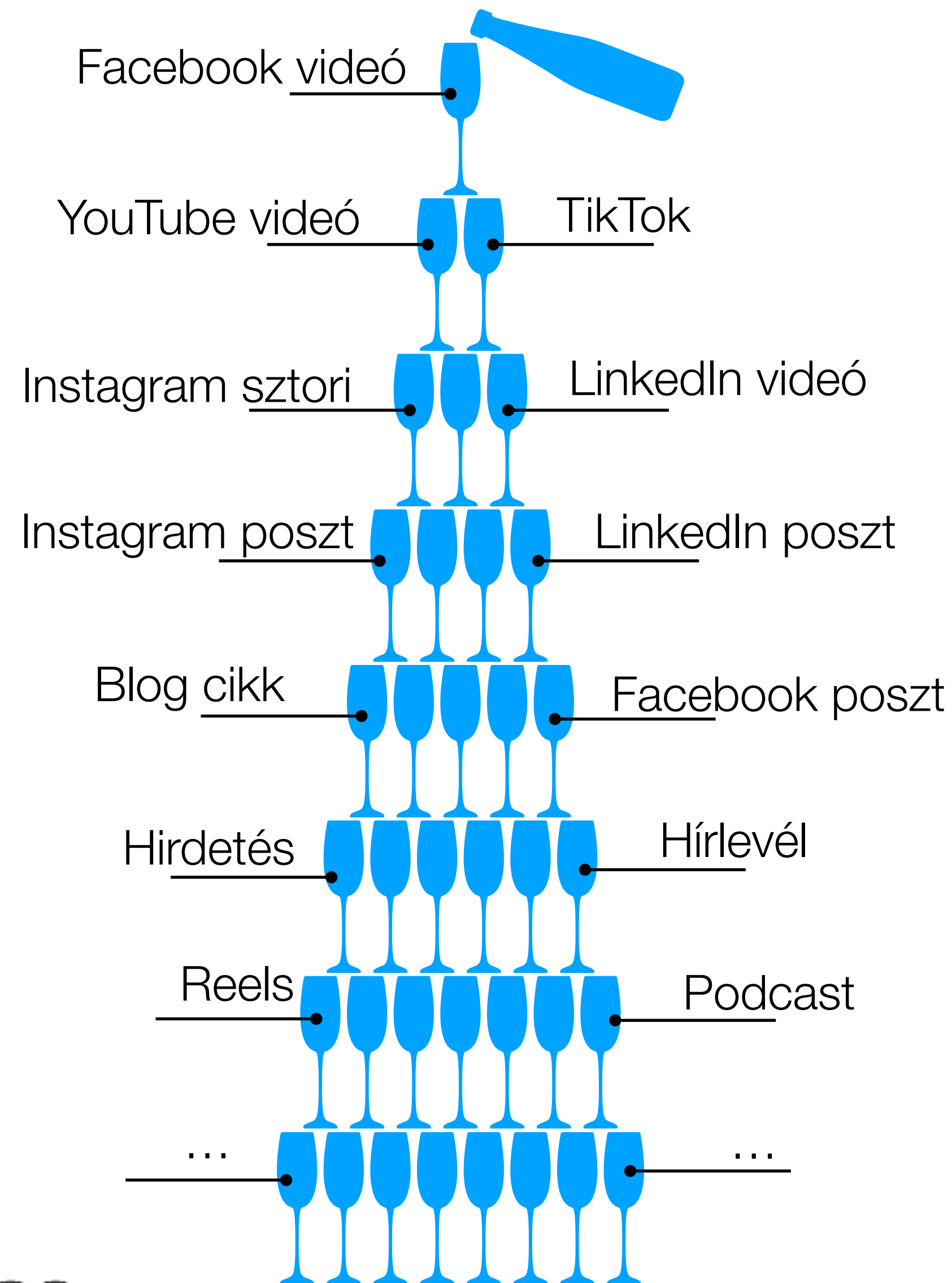
- ▶ Videó hang leválasztása
- ▶ Hang publikálása podcast-re

- ▶ Podcast link megosztása

Facebookon, LinkedIn-en, hírlevélben



Tartalompiramis



Szöveg felhasználás

- ▶ Videóból: átirat Alrite-tal -> blogbejegyzés, blogbejegyzésbe beillesztve videó és podcast
- ▶ Blogbejegyzés publikálása Facebookra, LinkedIn-re, YouTube-ra
- ▶ Blogbejegyzés időzítése +3-4 alkalommal



Tartalompiramis

Kinek mi a feladata?

- ▶ Alap tartalom: szakértő, ügyvezető, riporter + interjúalany, stb.
- ▶ Automatikus publikálás több platformra: szoftverek, pl. Zapier
- ▶ Mutációk, alternatív verziók: munkatársak, gyakornokok, virtuális asszisztens, ügynökség

Tartalompiramis

Tartalom + elosztási terv + eszközök + automatizáció

TikTok és Reels lehetőségek

1. TikTok és Reels az alap tartalom

- ▶ Amikor elsősorban fiataloknak szánjuk a tartalmat
- ▶ Jó, mert a többi platform is ezeket a trendeket fogja követni
- ▶ Jól meg lehet tanulni az új igényeket és trendeket

TikTok és Reels lehetőségek

2. TikTok és Reels csak másodlagos

- ▶ Máshová készülő videókat kell újravágni álló formátumra, feszesebbre, szórakoztatóbbra

TikTok és Reels lehetőségek

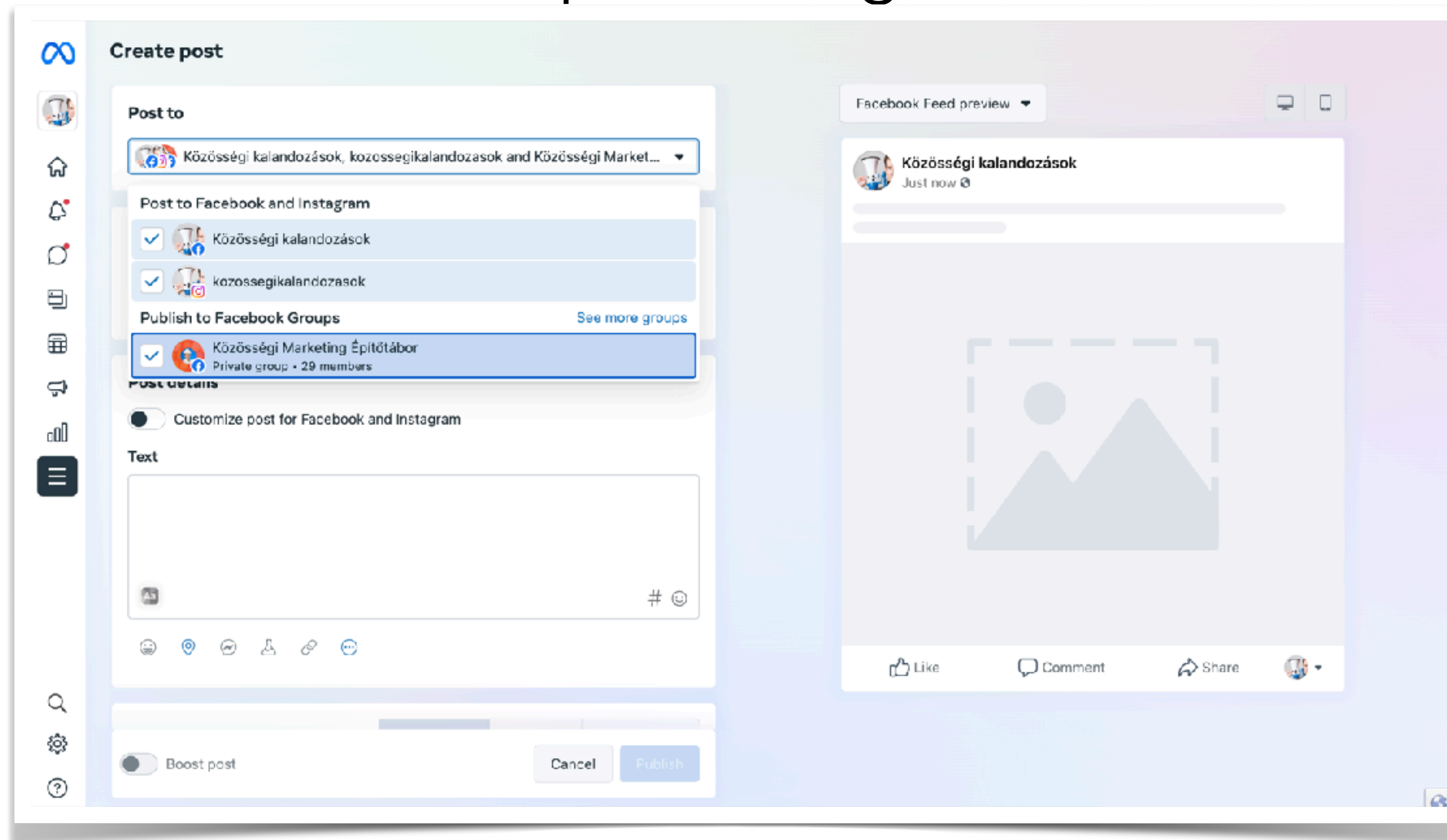
3. A TikTok és Reels videók önálló folyamatba kerülnek

- ▶ Eltérő tartalmak születnek ezekre a felületekre
- ▶ A videó felvétel és a szerkesztés egy külső App-ban történik
- ▶ Az effektezés, a feliratozás, a zene hozzáadása az adott platform szerkesztőjében

Tartalom automatizálás

Automatizálás

► Platformok beépített megoldásai



Automatizálás

Többszörös ütemezés az első alkalommal

- ▶ Az első publikálás során rögtön beütemezünk 2-3-4 plusz megjelenést eltérő időpontokra, eltérő megközelítéssel
- ▶ Összességében gyorsabb

Automatizálás

► Zapier

Home

▼

Trash

Create Zap

f

►

►

in

Közös

ig

►

►

in

Közösségi kalandozások [insta] -> Ricsi [LinkedIn]

ON

i

▼

< ⚙️ / Közösségi kalandozások [FB] -> Liftup [LinkedIn]

Share

ON

+ ▼

✓

Action

2. Only continue if...

?

...

▼

Choose app

✓

^

Filter setup & testing

✓

Only continue if...

f

1. Message

⌵

(Text) Contains

⌵

#ujcikk

×

+ And

OR continue if...

f

1. Message

⌵

(Text) Contains

⌵

#cikkajanlo

×

+ And

 **Mentor Klub**

Automatizálás

► Hootsuite

Publisher **Planner** **Content** **Promote** [New Post](#) [Upgrade my plan](#) [?](#)

« **Közösségi kal...** < > Sep 22 - 28, 2019 **TODAY** **EXPANDED** ▾

GMT +02:00	Sun 22	Mon 23	Tue 24	Wed 25	Thu 26	Fri 27	Sat 28
5 AM							
6 AM							
7 AM							
8 AM							
9 AM							
10 AM							
11 AM							
12 PM							
1 PM							
2 PM							

NETWORKS

- Közösségi kalandozások**
- Lévai Richárd**
- Liftup**

Scheduled [Scheduled by Richard Levai](#)

Facebook Page

Közösségi kalandozások Just now

Mit gondolsz a GDPR-ról?
Áruld el anonim kutatásunkban a tapasztalataidat!
<http://liftup.link/gdprcegkutas>

GDPR és a cégek

Majdnem másfél éve élestedt a GDPR. Kutatásunkban arra keressük a választ, hogy a magyar cégek ez idő alatt mennyire sikeresen igazolták hozzá a marketingüket az új környezethez.

Az adatokat a Liftup Kft. gyűjti azért, hogy jobban megismerje a magyar cégek adatvédelmi kapcsolatos véleményét és problémáit. Ha kíváncsi vagy az eredményekre, a kérdőív kitöltése után lesz lehetőséged felrakozni egy másik, az adatgyűjtő felületől független oldalon.

A KÉRDŐÍV ANONIM. Válaszod bátran őszintén, semmilyen módon nem tudjuk hozzáadni vagy a cégedhez kapcsolni a válaszokat.

Segítségdet előre is köszönjük!

* Required

[HTTP://LIFTUP.LINK/GDPRCEGKUTATAS](http://liftup.link/gdprcegkutas)

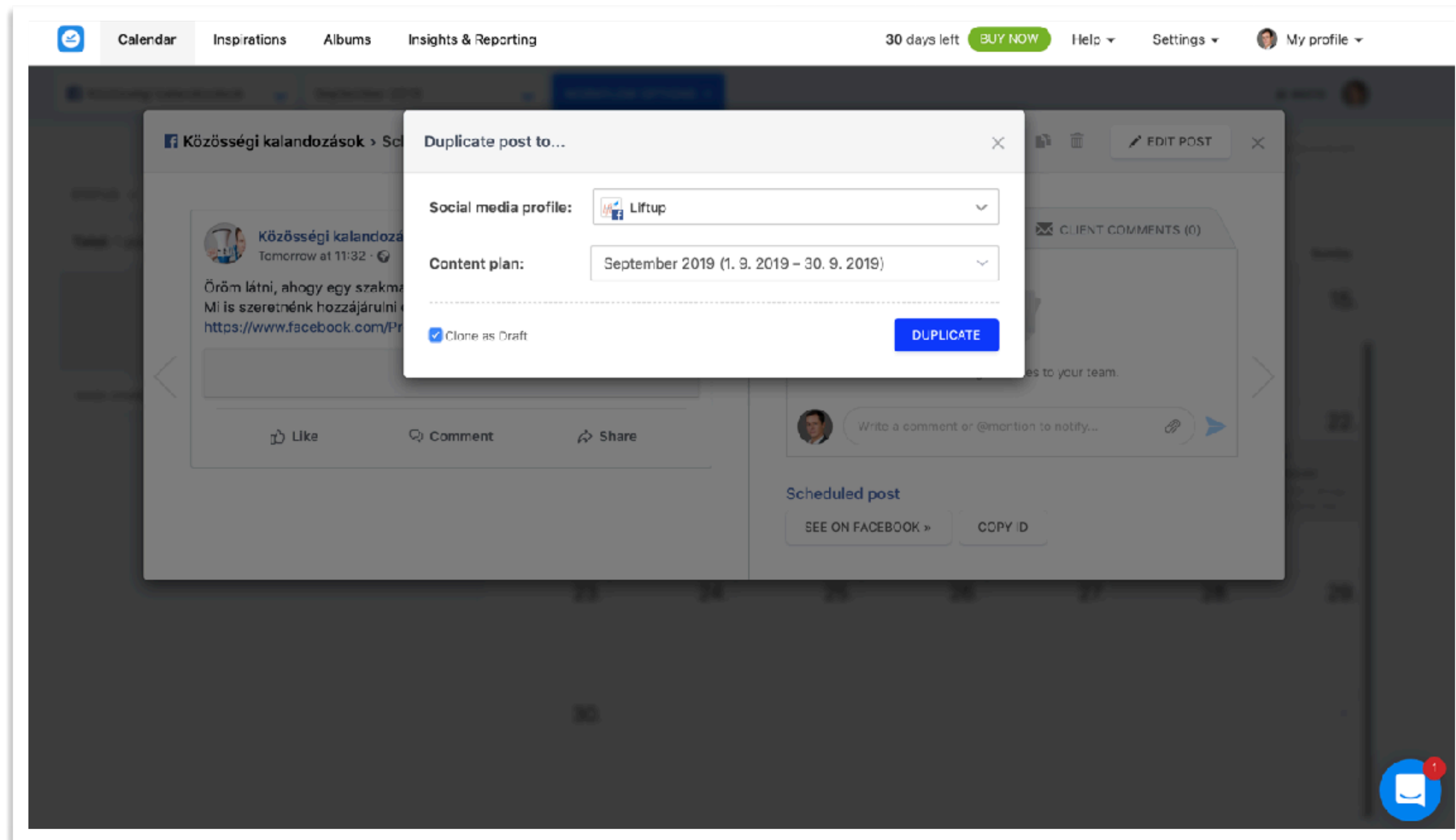
GDPR és a cégek

Majdnem másfél éve élestedt a GDPR. Kutatás...

[Like](#) [Comment](#) [Share](#)

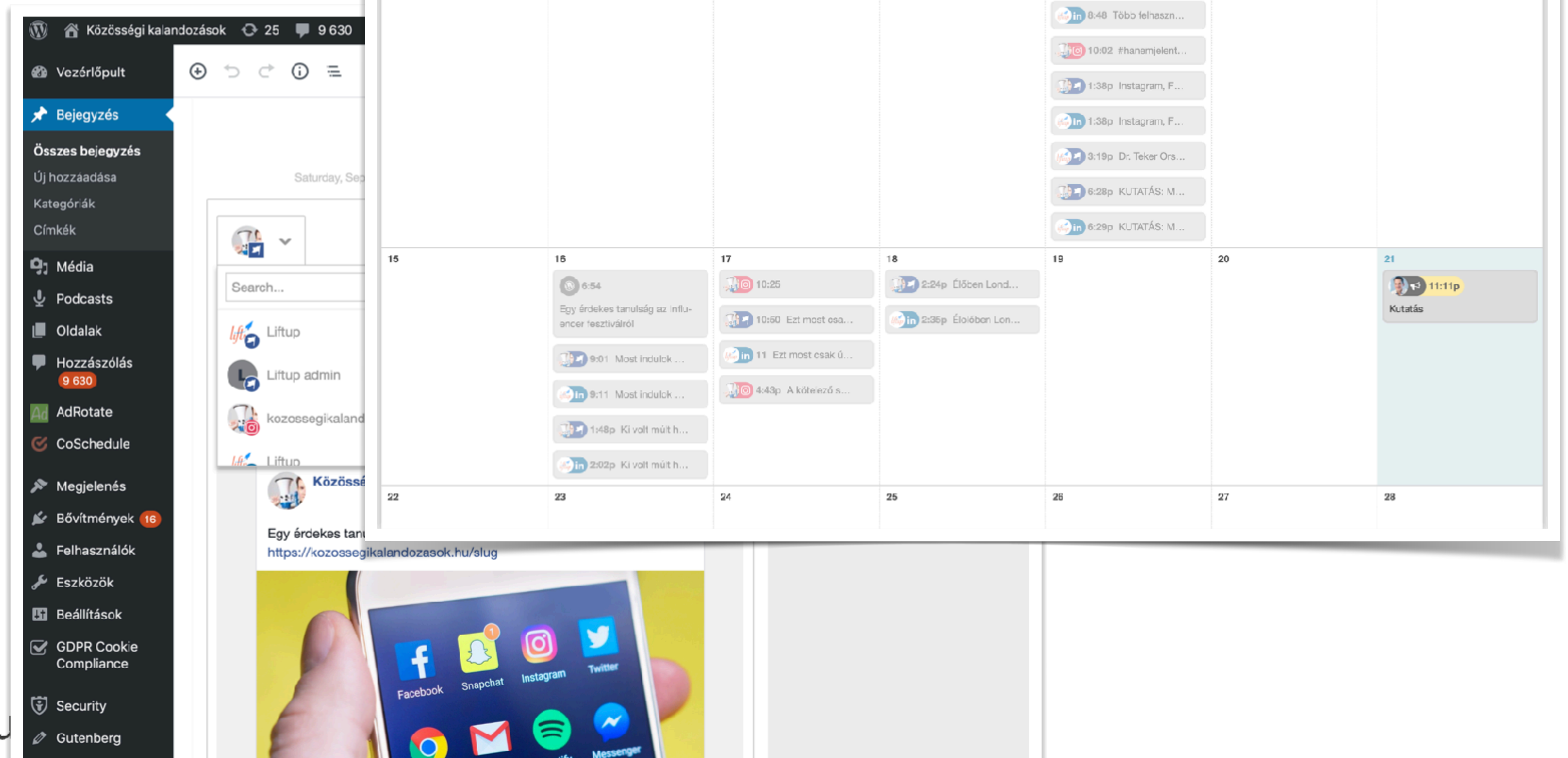
Automatizálás

► Kontentino



Automatizálás

► CoSchedule



The image displays the CoSchedule interface, which is used for scheduling social media posts. The main part of the interface is a calendar grid showing dates from September 8 to October 5, 2019. The calendar is divided into columns for each day of the week. The left sidebar contains a menu with various tools and settings, including 'Vezérlőpult', 'Bejegyzés', 'Összes bejegyzés', 'Új hozzáadása', 'Kategóriák', 'Címkék', 'Média', 'Podcasts', 'Oldalak', 'Hozzászólás', 'AdRotate', 'CoSchedule', 'Megjelenés', 'Bővítmények', 'Felhasználók', 'Eszközök', 'Beállítások', 'GDPR Cookie Compliance', 'Security', and 'Gutenberg'. The right sidebar shows a list of social media posts scheduled for the selected date, including posts from LinkedIn, Instagram, Facebook, and Twitter. The bottom of the image shows a hand holding a smartphone displaying social media app icons like Facebook, Snapchat, Instagram, and Twitter.

Calendar View: The calendar shows a grid of dates from Sunday, Sep 8 to Saturday, Oct 5, 2019. The view is set to 'Grid'. The calendar is divided into columns for each day of the week. The left sidebar contains a menu with various tools and settings, including 'Vezérlőpult', 'Bejegyzés', 'Összes bejegyzés', 'Új hozzáadása', 'Kategóriák', 'Címkék', 'Média', 'Podcasts', 'Oldalak', 'Hozzászólás', 'AdRotate', 'CoSchedule', 'Megjelenés', 'Bővítmények', 'Felhasználók', 'Eszközök', 'Beállítások', 'GDPR Cookie Compliance', 'Security', and 'Gutenberg'. The right sidebar shows a list of social media posts scheduled for the selected date, including posts from LinkedIn, Instagram, Facebook, and Twitter. The bottom of the image shows a hand holding a smartphone displaying social media app icons like Facebook, Snapchat, Instagram, and Twitter.

Automatizálás

► Podcast

The screenshot displays the WordPress Gutenberg editor for a podcast post. The left sidebar contains a navigation menu with options like 'Vezérlőpult', 'Bejegyzés', 'Összes bejegyzés', 'Új hozzáadás', 'Kategóriák', 'Címkék', 'Média', 'Podcasts', 'Oldalak', 'Hozzászólás', 'AdRotate', 'CoSchedule', 'Megjelenés', 'Bővítmények', 'Felhasználók', 'Eszközök', 'Beállítások', 'GDPR Cookie Compliance', 'Security', and 'Gutenberg'. The main content area shows the title 'Live a live-ről (visszatekintő podcast)' and the text: 'Mivel már [iTunes](#)-on és [Spotify](#)-on is elérhető podcastünk, elkezdtem összeszedni néhány olyan régi videót, amit érdekes lehet visszahallgatni most is. Az első a sorban az a beszélgetés, amit [Szűcs Gergővel ejtettünk meg, és aminek a témája a Live volt.](#)' Below this is a video player with a progress bar at 0:00 / 1:11:35. The text continues: 'A hanganyagot itt éred el (és persze [Spotify](#) és [iTunes](#) csatornáinkon):' followed by 'Persze ha a videó verziót is szeretnétek látni, azt elérhetitek itt:' and a code block containing an iframe for a Facebook video. The right sidebar shows the 'Document' tab with settings for 'Status & Visibility', 'Permalink', 'Kategóriák', 'Címkék', 'Podcasts' (with a checked checkbox for 'Közösségi Kalandozások Podcast' and a link to 'Add New Podcast'), 'Kiemelt kép', 'Excerpt', 'Discussion', 'Bejegyzés tulajdonságok', and 'Mobile Preview'. At the top right of the editor are buttons for 'Switch to Draft', 'Preview', and 'Update'.

Összefoglaló

Tartalompiramis

	Platformok száma ahol megjelent	Megjelenési alkalmak	Elkészítési idő (óra)	Elérés (egység)	Kattintás (egység)
Alap tartalom, pl. FB videó	1	1	2,5	100	100
Alap terjesztés több platformon (YT, LinkedIn)	2	2	0,5	200	200
3 db rövid videós verzió készítése és terjesztése (FB, YT, Li, TT)	4	12	1	600	200
Podcast	1	1	0,5	100	100
Blogbejegyzés szöveg átíratból, terjesztés és ütemezés (FB, LinkedIn, Instam Hírlevél)	4	4	1	400	1000
Újraütemezés (3 alkalom)	5	15	0,5	500	2000
Összesen	6	33	6	1900	3600

Összefoglaló

- ▶ Több platformon, gyakrabban kell kommunikálni
- ▶ A hatékonyság záloga a hatékony tartalomgyártás, a hatékony tartalomelosztás és a tartalmak újra felhasználása

Jó munkát! :-)

Lévai Richárd

levai.richard@liftup.hu

+36 70 338 2263

www.liftup.hu



online marketing + adatvédelem

Emelkedjen a céged biztonságban!