

Több platformos kommunikáció hatékonyan

2025.02.20.

Lévai Richárd



MA

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

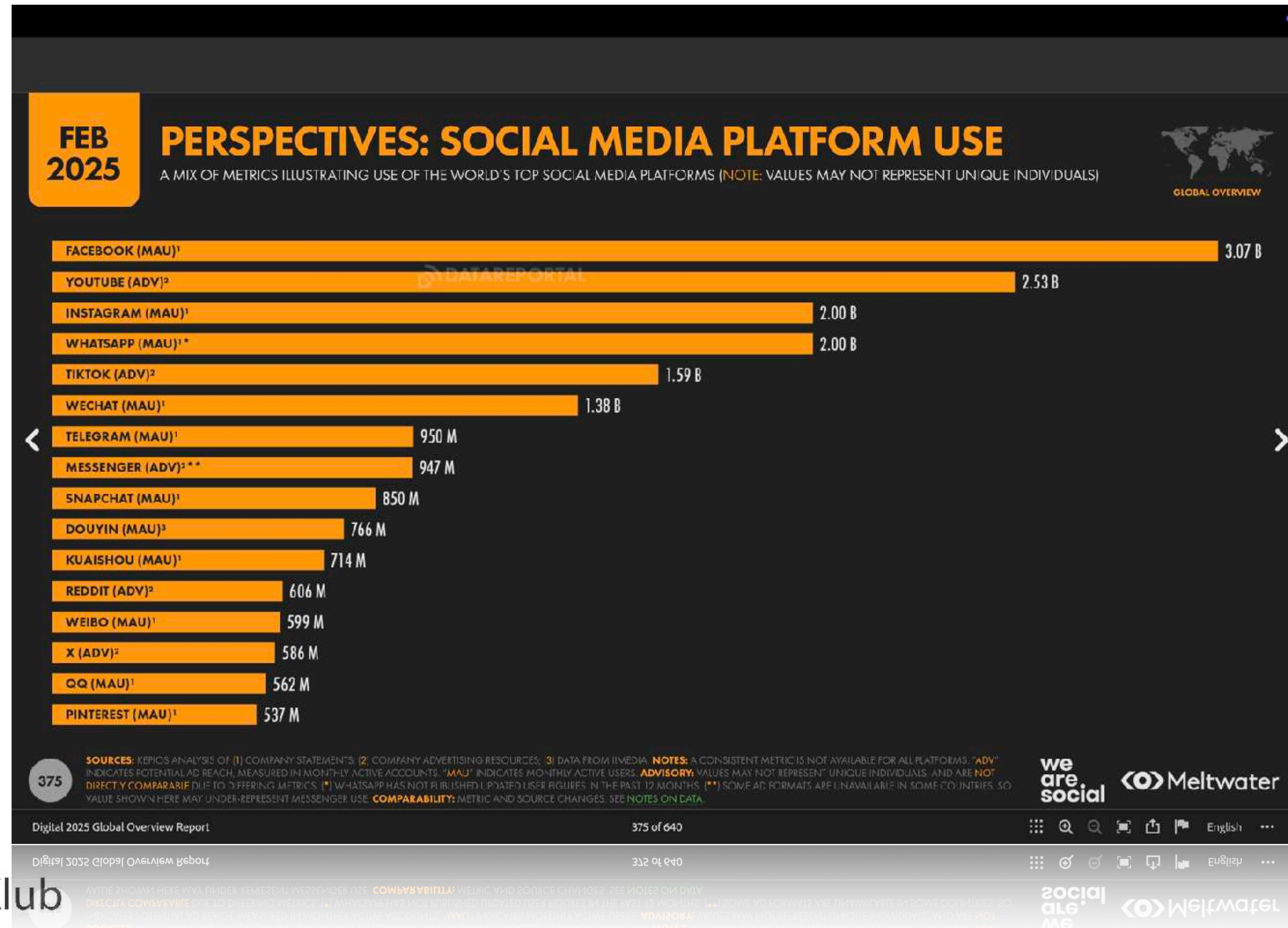
Kérdezz bármikor írásban a chatben!

Mi a közösségi média
2025-ben?

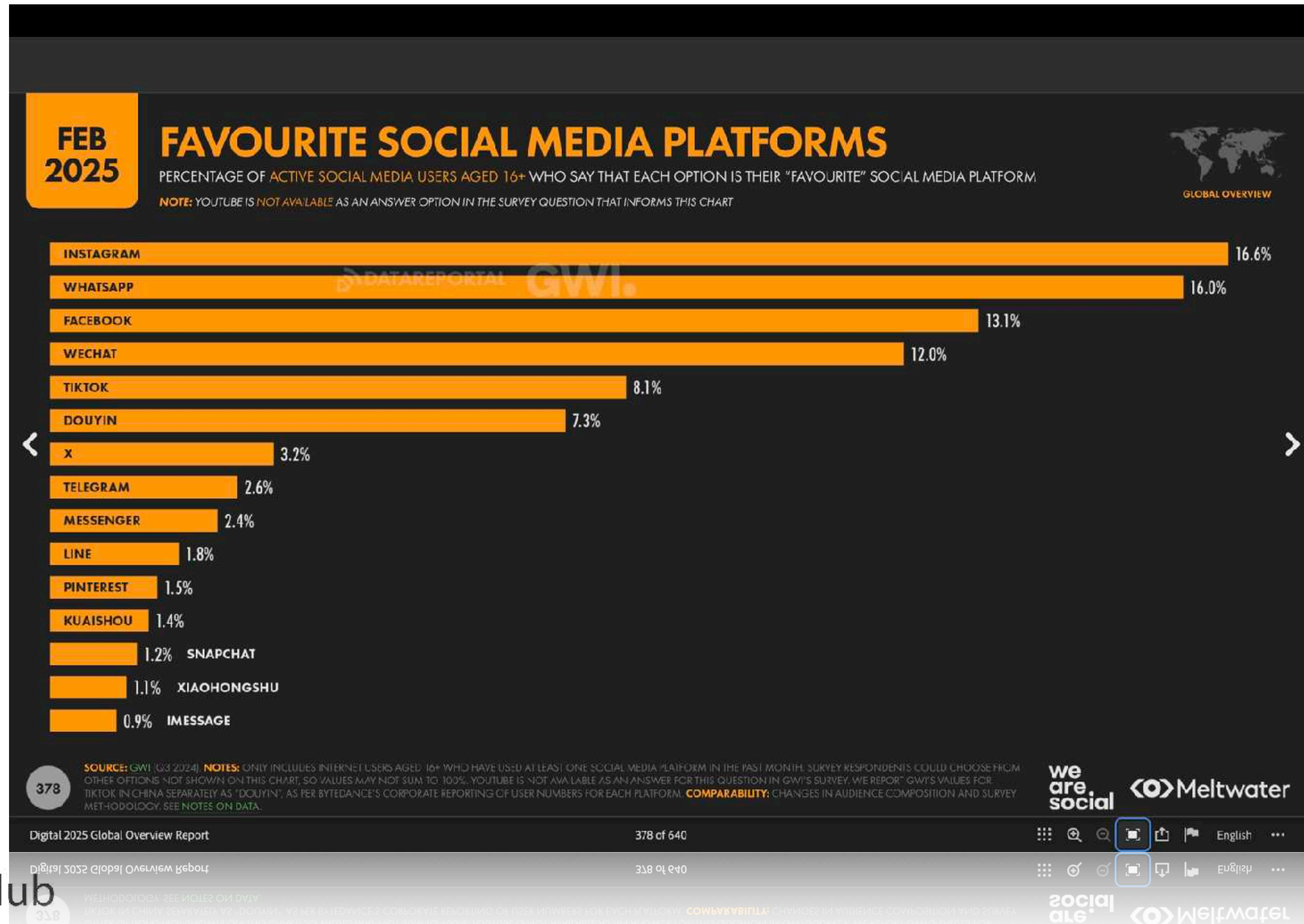
közösségi média!

Miért kell több platformon
kommunikálni?

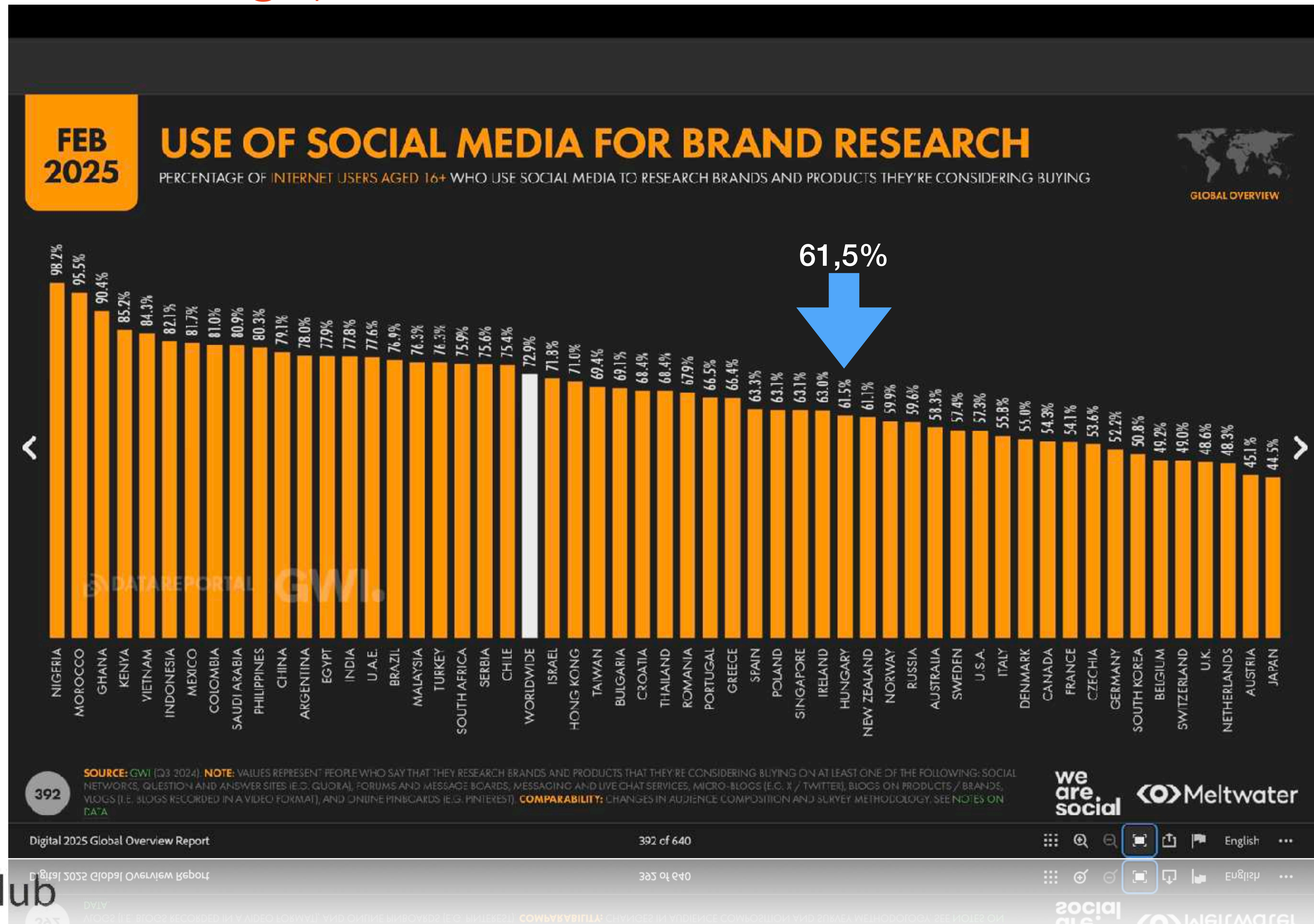
Közösségi platformok



Közösségi platformok

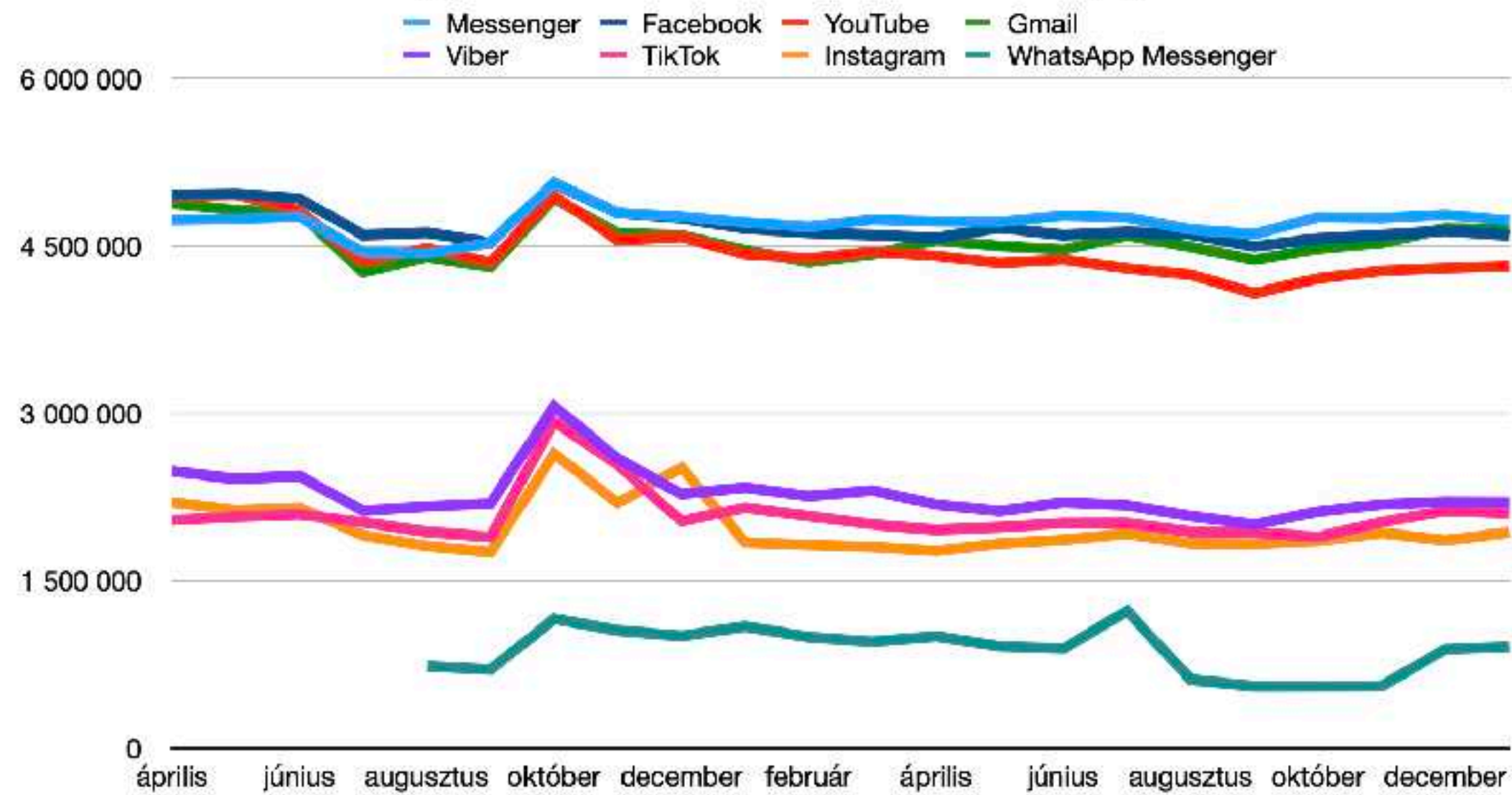


Közösségi platformok



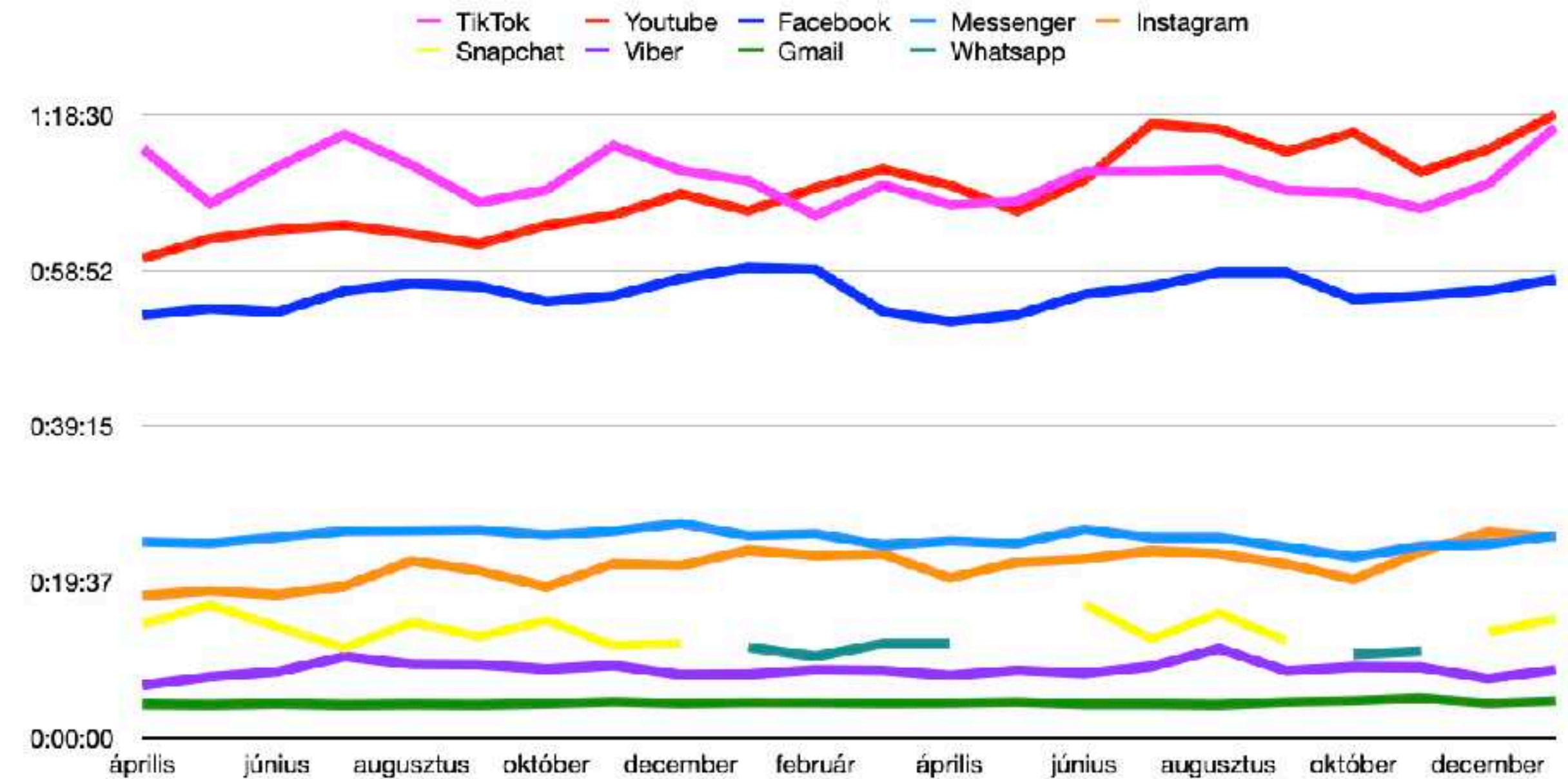
Közösségi platformok

A legtöbb internetezőt elérő applikációk



Havi Real users, Gemius-EDME, 16-75 év, belföld
Forrás: NMHH | grafikon: liftupakademia.hu

A leghosszabb ideig látogatott applikációk



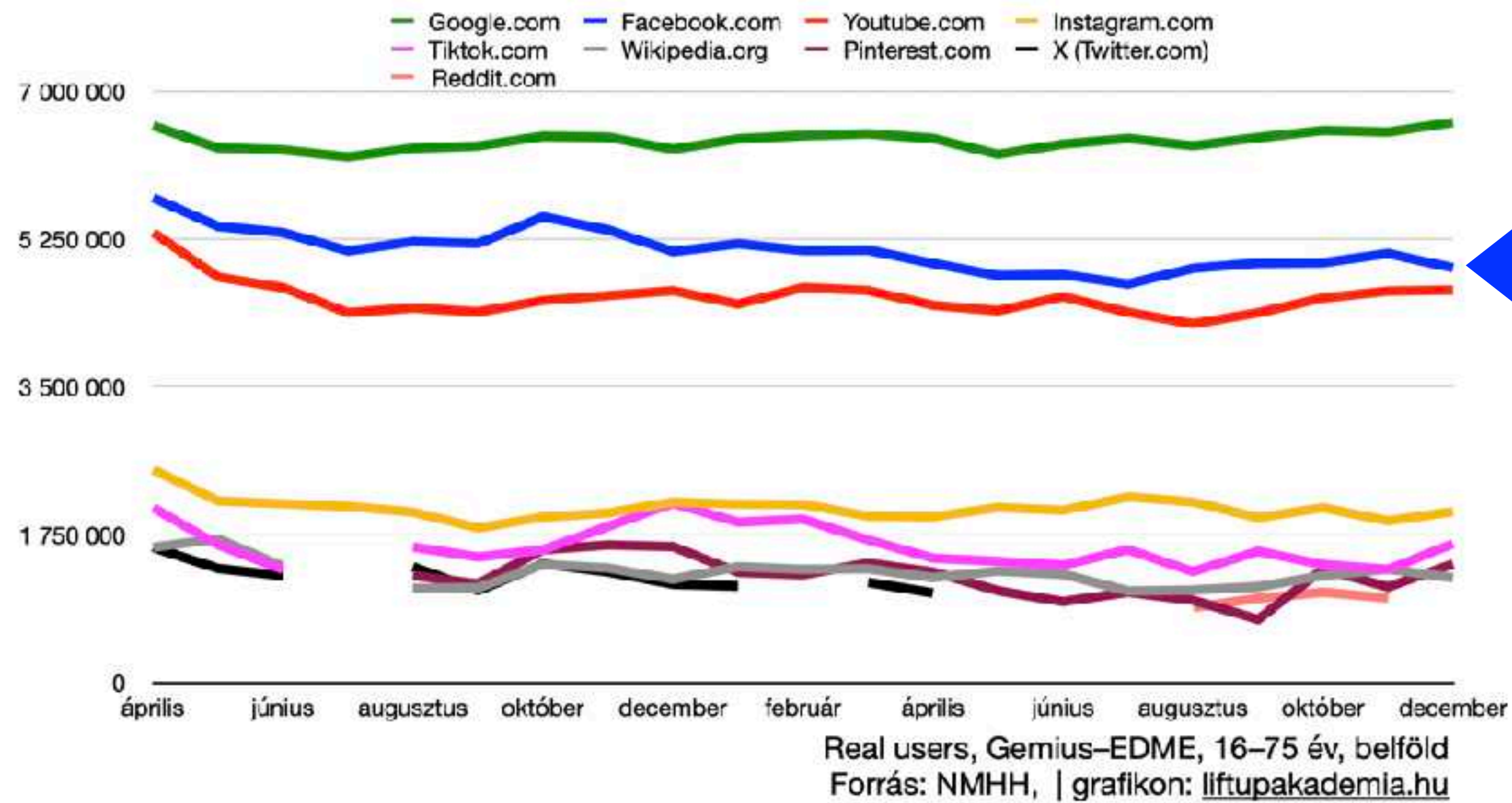
Gemius-EDME, 16-75 év, belföld
Forrás: NMHH | grafikon: liftupakademia.hu

Forrás: NMHH | grafikon: liftupakademia.hu
Havi Real users, Gemius-EDME, 16-75 év, belföld

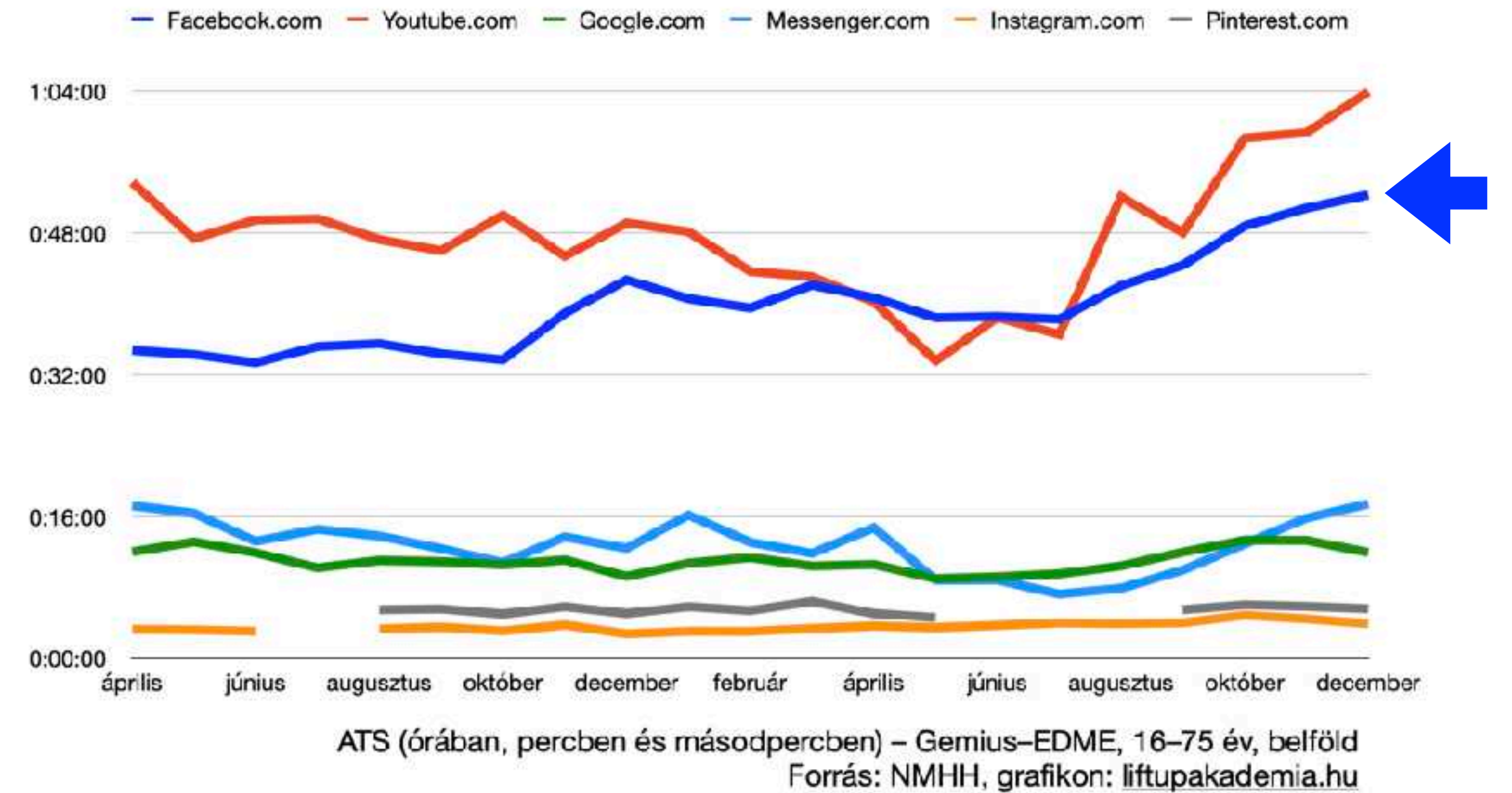
Forrás: NMHH | grafikon: liftupakademia.hu
Gemius-EDME, 16-75 év, belföld

Közösségi platformok

A legtöbb internetezőt elérő weboldalak



A leghosszabb ideig látogatott weboldalak



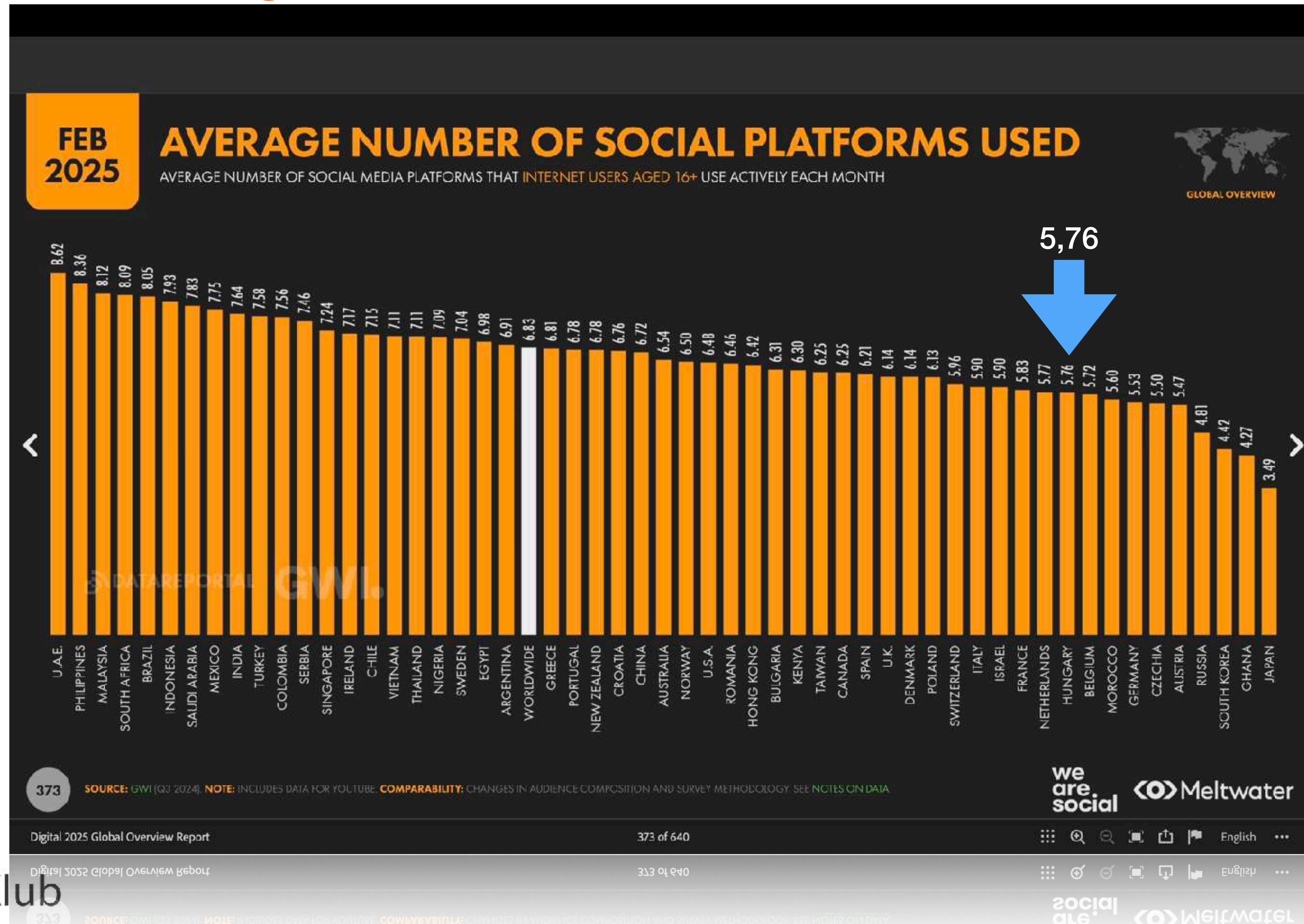
Közösségi platformok

	App elérés	App idő	Webes elérés	Weben eltöltött idő
 Messenger	4 777 204	24p	4 747 284	17p
 Facebook	4 634 200	56p	4 909 600	52p
 YouTube	4 655 144	1 ó 14p	4 645 012	1 ó 4p
 TikTok	2 123 028	1 ó 9p	1 642 336	n.a.
 Instagram	1 861 704	26p	2 022 728	4p

Forrás: NMHH | 2024. december

Táblázat: Lévai Richárd | liftupakademia.hu

Közösségi platformok



Közösségi platformok

8. TÁBLÁZAT

A LEGTÖBBET HASZNÁLT ALKALMAZÁS A HÉT KÜLÖNBÖZŐ NAPJAIN A 16-24 ÉS 25-35 ÉVES KOROSZTÁLYBAN 24 ÓRÁS IDŐSÁVOK SZERINT

(AZ ADOTT ÓRA ÖSSZESEN TETT KÉPERNYŐIDEJE ALAPJÁN MELYIK ALKALMAZÁST HASZNÁLTÁK A LEGTÖBBET, ZÁRÓJELBEN TALÁLHATÓ SZÁZALÉKOS A TOP ALKALMAZÁS ÖSSZES ALKALMAZÁS KÉPERNYŐIDEJÉHEZ VISZONYÍTOTT ARÁNYÁT MUTATJA)

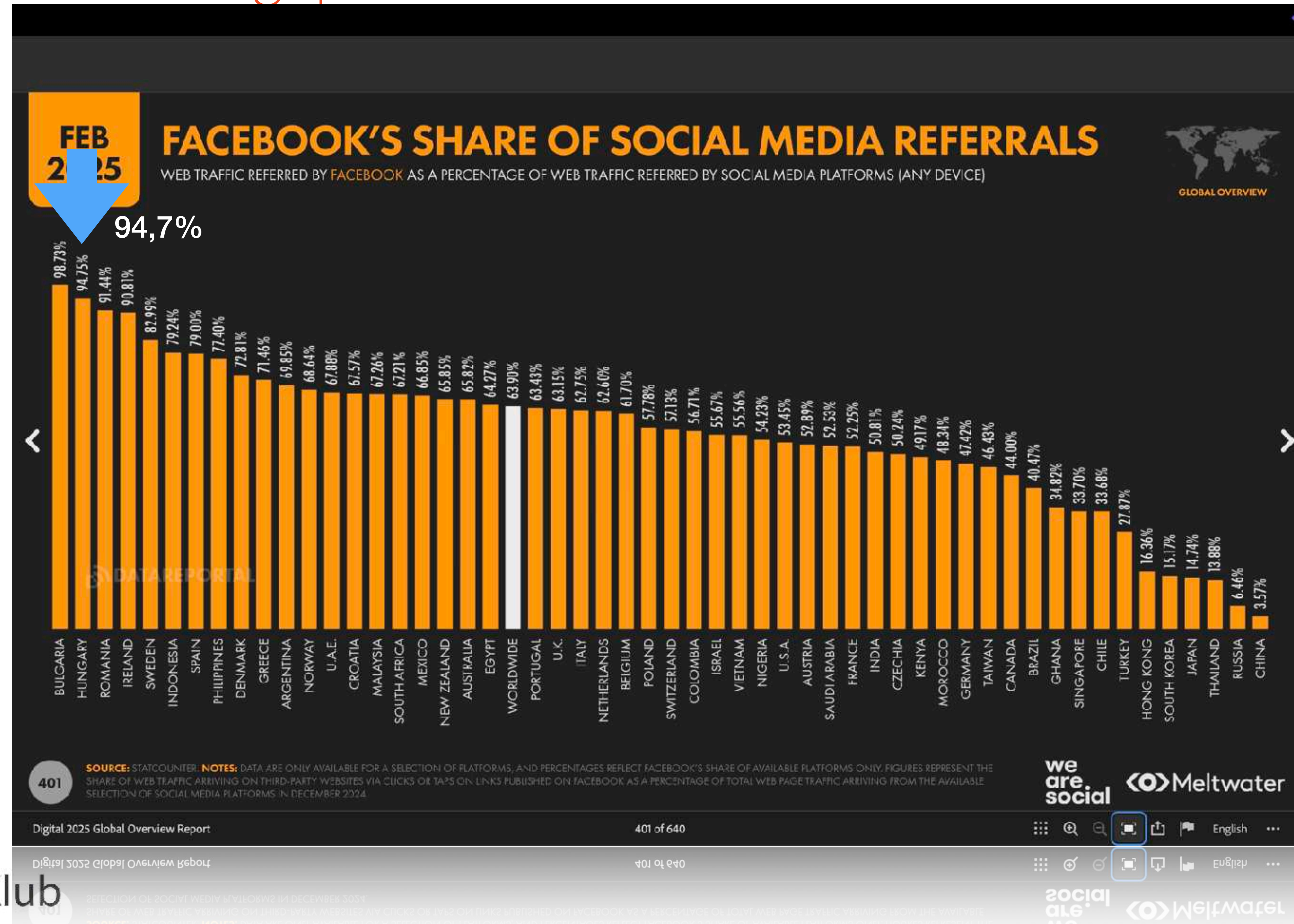
16-24 éves korosztály							
Időszak	HÉTFŐ	KEDD	SZERDA	CSÜTÖRTÖK	PÉNTEK	SZOMBAT	VASÁRNAP
0-1	YouTube [27%]	TikTok [32%]	YouTube [26%]	Chrome [35%]	TikTok [53%]	YouTube [36%]	TikTok [27%]
1-2	YouTube [40%]	YouTube [81%]	YouTube [39%]	YouTube [43%]	YouTube [43%]	YouTube [59%]	Chrome [27%]
2-3	YouTube [66%]	YouTube [42%]	Instagram [29%]	YouTube [65%]	Chrome [35%]	YouTube [67%]	YouTube [46%]
3-4	Clock [15%]	Facebook [32%]	Facebook [17%]	YouTube [41%]	TikTok [27%]	YouTube [52%]	YouTube [34%]
4-5	TikTok [31%]	Facebook [29%]	Facebook [23%]	Facebook [21%]	Facebook [20%]	TikTok [28%]	TikTok [34%]
5-6	Facebook [15%]	Facebook [19%]	TikTok [26%]	Instagram [14%]	TikTok [22%]	TikTok [34%]	TikTok [23%]
6-7	Messenger [18%]	TikTok [19%]	YouTube [17%]	Chrome [14%]	TikTok [19%]	TikTok [22%]	TikTok [25%]
7-8	TikTok [17%]	Messenger [14%]	TikTok [15%]	TikTok [17%]	TikTok [18%]	Facebook [18%]	Chrome [22%]
8-9	YouTube [17%]	Chrome [18%]	Chrome [14%]	Chrome [26%]	TikTok [15%]	TikTok [22%]	TikTok [21%]
9-10	YouTube [17%]	TikTok [21%]	Messenger [16%]	TikTok [19%]	TikTok [22%]	TikTok [18%]	TikTok [26%]
10-11	Messenger [18%]	Messenger [19%]	TikTok [20%]	TikTok [25%]	TikTok [18%]	Facebook [18%]	TikTok [25%]
11-12	TikTok [25%]	Messenger [18%]	TikTok [18%]	TikTok [18%]	TikTok [21%]	TikTok [22%]	TikTok [24%]
12-13	Chrome [17%]	Messenger [16%]	YouTube [16%]	TikTok [16%]	TikTok [20%]	TikTok [17%]	TikTok [23%]
13-14	TikTok [21%]	TikTok [22%]	TikTok [20%]	TikTok [20%]	TikTok [25%]	TikTok [23%]	TikTok [31%]
14-15	TikTok [18%]	TikTok [31%]	TikTok [24%]	TikTok [27%]	TikTok [38%]	TikTok [25%]	TikTok [29%]
15-16	TikTok [30%]	TikTok [28%]	TikTok [20%]	TikTok [41%]	TikTok [31%]	TikTok [20%]	YouTube [16%]
16-17	TikTok [26%]	TikTok [26%]	TikTok [30%]	TikTok [33%]	TikTok [26%]	TikTok [31%]	TikTok [34%]
17-18	TikTok [24%]	TikTok [19%]	TikTok [33%]	TikTok [26%]	TikTok [31%]	TikTok [25%]	TikTok [28%]
18-19	TikTok [25%]	TikTok [17%]	TikTok [21%]	Chrome [22%]	TikTok [21%]	TikTok [31%]	TikTok [28%]
19-20	TikTok [21%]	TikTok [18%]	TikTok [31%]	TikTok [20%]	TikTok [28%]	TikTok [36%]	TikTok [28%]
20-21	TikTok [26%]	TikTok [32%]	TikTok [31%]	TikTok [25%]	TikTok [41%]	TikTok [36%]	YouTube [23%]
21-22	TikTok [18%]	YouTube [18%]	TikTok [30%]	TikTok [23%]	TikTok [30%]	YouTube [23%]	TikTok [32%]
22-23	TikTok [19%]	TikTok [25%]	YouTube [15%]	TikTok [29%]	TikTok [32%]	YouTube [22%]	TikTok [26%]
23-24	YouTube [20%]	TikTok [28%]	Chrome [30%]	Character AI [25%]	TikTok [27%]	TikTok [24%]	TikTok [34%]

25-35 éves korosztály							
Időszak	HÉTFŐ	KEDD	SZERDA	CSÜTÖRTÖK	PÉNTEK	SZOMBAT	VASÁRNAP
0-1	YouTube [21%]	Chrome [22%]	YouTube [17%]	Chrome [27%]	YouTube [20%]	YouTube [34%]	Chrome [25%]
1-2	Facebook [22%]	Chrome [22%]	TikTok [20%]	Chrome [17%]	YouTube [12%]	YouTube [39%]	YouTube [22%]
2-3	YouTube [19%]	Facebook [20%]	Chrome [22%]	Facebook [17%]	Facebook [15%]	YouTube [22%]	YouTube [21%]
3-4	Facebook [23%]	Facebook [27%]	Facebook [23%]	Facebook [19%]	Facebook [14%]	Facebook [24%]	Chrome [18%]
4-5	Facebook [20%]	Facebook [27%]	Facebook [22%]	Facebook [24%]	Facebook [23%]	Facebook [39%]	Facebook [27%]
5-6	Facebook [23%]	Facebook [29%]	Facebook [26%]	Facebook [22%]	Facebook [23%]	Facebook [30%]	Facebook [26%]
6-7	Facebook [19%]	Facebook [24%]	Facebook [21%]	Facebook [21%]	Facebook [27%]	Chrome [15%]	Facebook [28%]
7-8	Facebook [17%]	Facebook [14%]	Facebook [14%]	Facebook [16%]	Facebook [20%]	Facebook [20%]	Facebook [16%]
8-9	Facebook [17%]	Facebook [16%]	Facebook [14%]	Facebook [12%]	Facebook [17%]	YouTube [14%]	Facebook [15%]
9-10	Facebook [17%]	Facebook [17%]	Facebook [14%]	Facebook [14%]	Facebook [16%]	Facebook [19%]	Facebook [14%]
10-11	Facebook [16%]	Facebook [16%]	Facebook [14%]	Facebook [13%]	Facebook [18%]	Facebook [15%]	Facebook [18%]
11-12	Chrome [16%]	Facebook [17%]	Chrome [14%]	Facebook [15%]	Facebook [16%]	Facebook [15%]	Facebook [22%]
12-13	Facebook [22%]	Facebook [20%]	Facebook [16%]	Facebook [16%]	Facebook [18%]	Facebook [18%]	Facebook [23%]
13-14	Facebook [18%]	Facebook [17%]	Facebook [19%]	Chrome [15%]	Facebook [16%]	Facebook [23%]	Facebook [25%]
14-15	Chrome [13%]	Facebook [16%]	Facebook [18%]	Facebook [15%]	Chrome [14%]	Facebook [19%]	Facebook [21%]
15-16	Facebook [16%]	Facebook [16%]	Facebook [17%]	Facebook [16%]	Chrome [13%]	Facebook [14%]	Facebook [19%]
16-17	Facebook [16%]	Facebook [16%]	Facebook [18%]	YouTube [16%]	Chrome [15%]	Facebook [17%]	Facebook [20%]
17-18	Facebook [14%]	Facebook [15%]	Chrome [15%]	Facebook [20%]	Chrome [14%]	Facebook [17%]	Facebook [16%]
18-19	Facebook [15%]	Facebook [14%]	Facebook [17%]	Facebook [20%]	Facebook [16%]	Facebook [21%]	Facebook [16%]
19-20	Facebook [21%]	Facebook [18%]	Facebook [18%]	Facebook [17%]	Facebook [19%]	Facebook [23%]	Facebook [16%]
20-21	Facebook [18%]	Facebook [21%]	Facebook [20%]	Facebook [15%]	Facebook [19%]	Facebook [22%]	YouTube [17%]
21-22	Facebook [19%]	Facebook [26%]	Facebook [13%]	Facebook [15%]	Facebook [19%]	Facebook [15%]	Facebook [22%]
22-23	Facebook [17%]	Facebook [17%]	Chrome [15%]	YouTube [18%]	Chrome [14%]	YouTube [16%]	TikTok [18%]
23-24	Chrome [17%]	YouTube [20%]	Chrome [23%]	Chrome [14%]	YouTube [18%]	Chrome [18%]	TikTok [25%]

A táblázat adataihoz a súlyozott adatbázist használtuk.



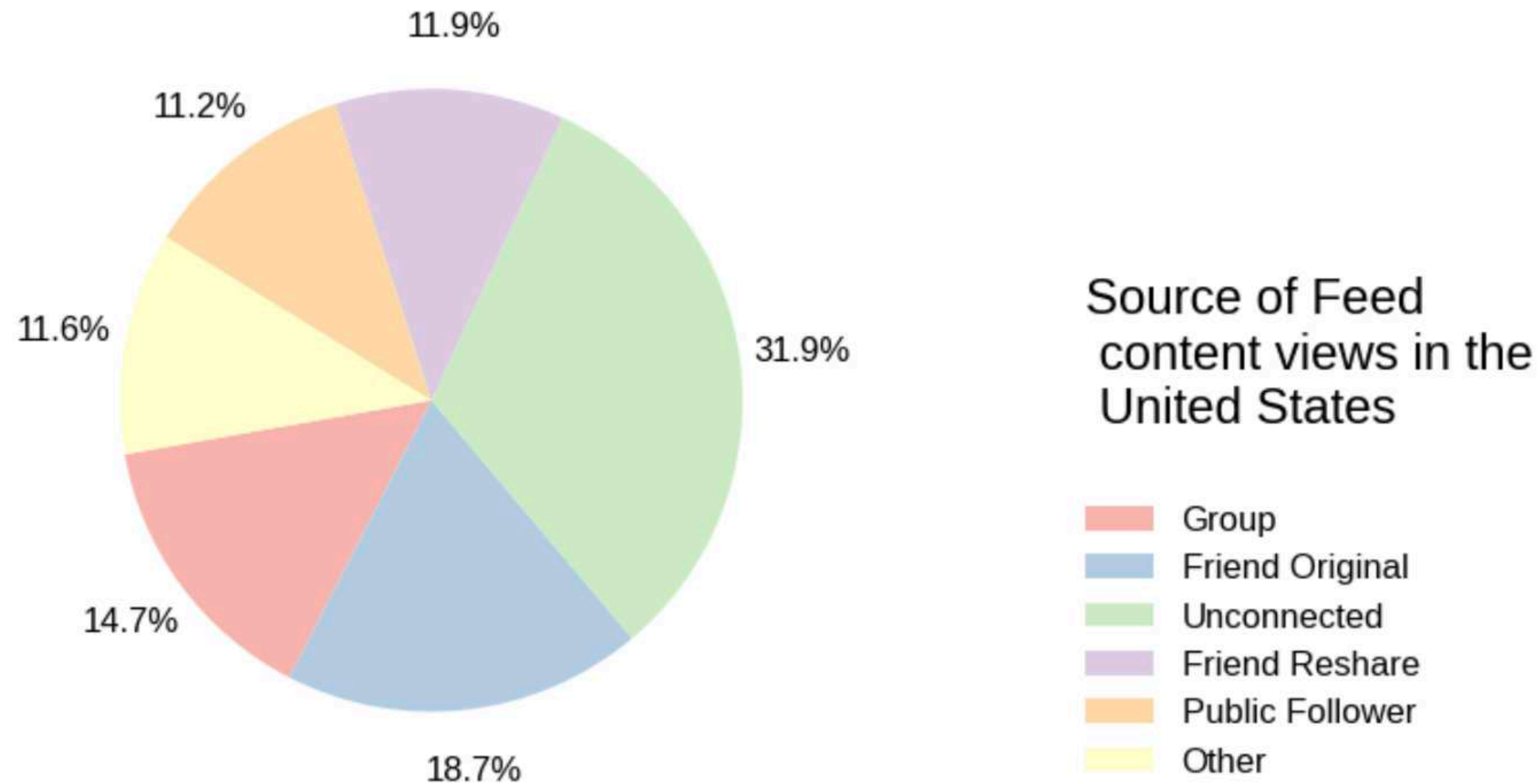
Közösségi platformok



Közösségi platformok

40+	➔	 Facebook	+							
25-40	➔	 Instagram	+							
25 alatt	➔	 TikTok	+							
B2B	➔	 LinkedIn	+							

Facebook feed tartalom trendek



Organic Feed content views in the US during Q3 2024, broken down by source of the content.



Facebook feed tartalom trendek

You can see all this summarized in the following table:

	Posts From Friends Followed	Posts from Groups joined	Posts viewed as a Public Follower	Unconnected Posts	Other	Grand Total
Post with a link	0.5%	0.2%	1.0%	1.3%	0.1%	3.0%
Post with no link	30.1%	14.5%	10.2%	30.7%	11.5%	97.0%
Grand total	30.6%	14.7%	11.2%	31.9%	11.6%	100.0%

Organic Feed content views in the US during Q3 2024, broken down by whether the individual post contained a link to an external site or app.

site or app.

Organic Feed content views in the US during Q3 2024, broken down by whether the individual post contained a link to an external site or app.

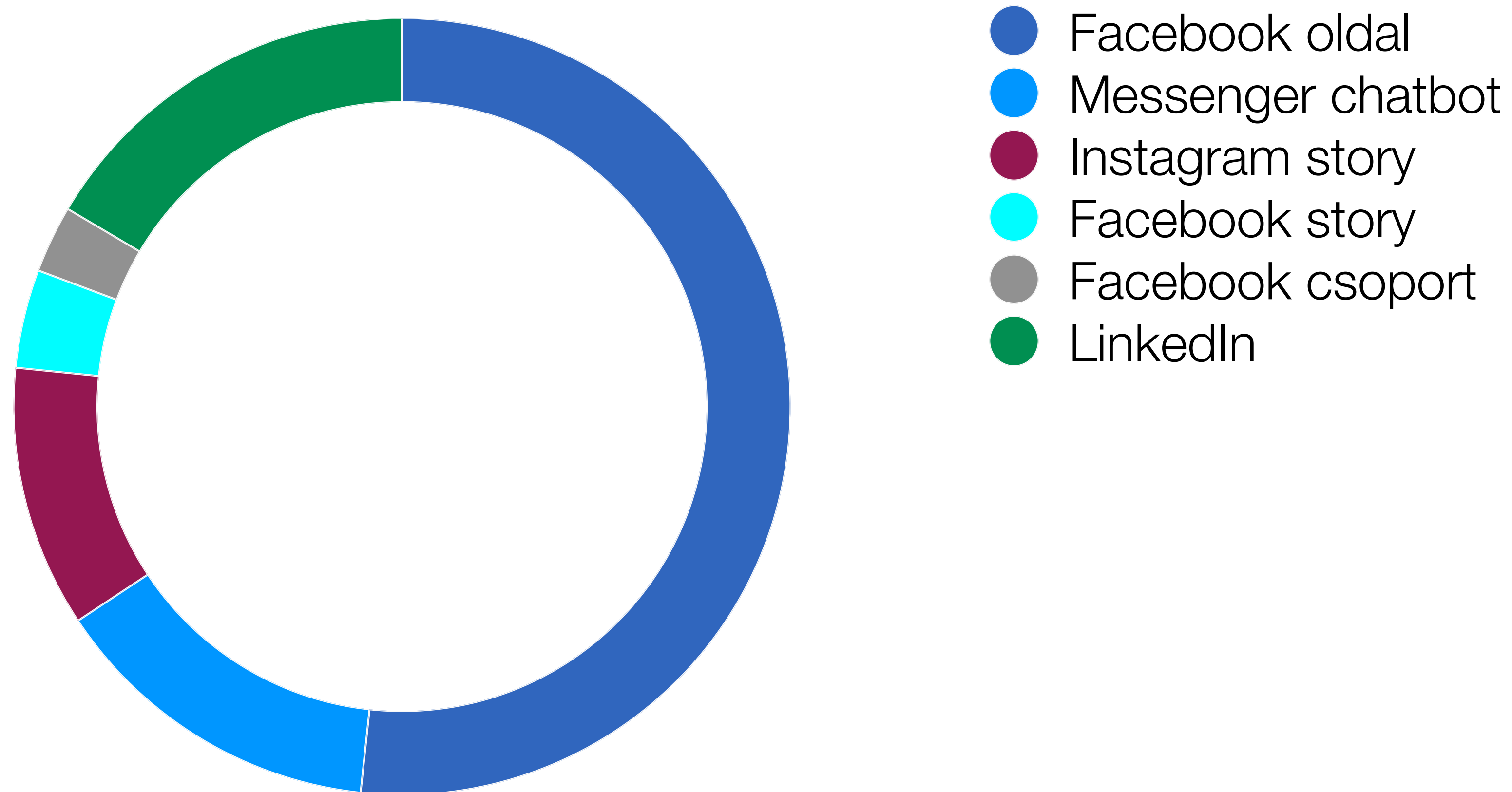
<https://transparency.fb.com/en-gb/data/widely-viewed-content-report/>

A több platform előnyei

- ▶ Több elérés, nagyobb aktivitás általában
- ▶ Ingadozások kiegyenlítése

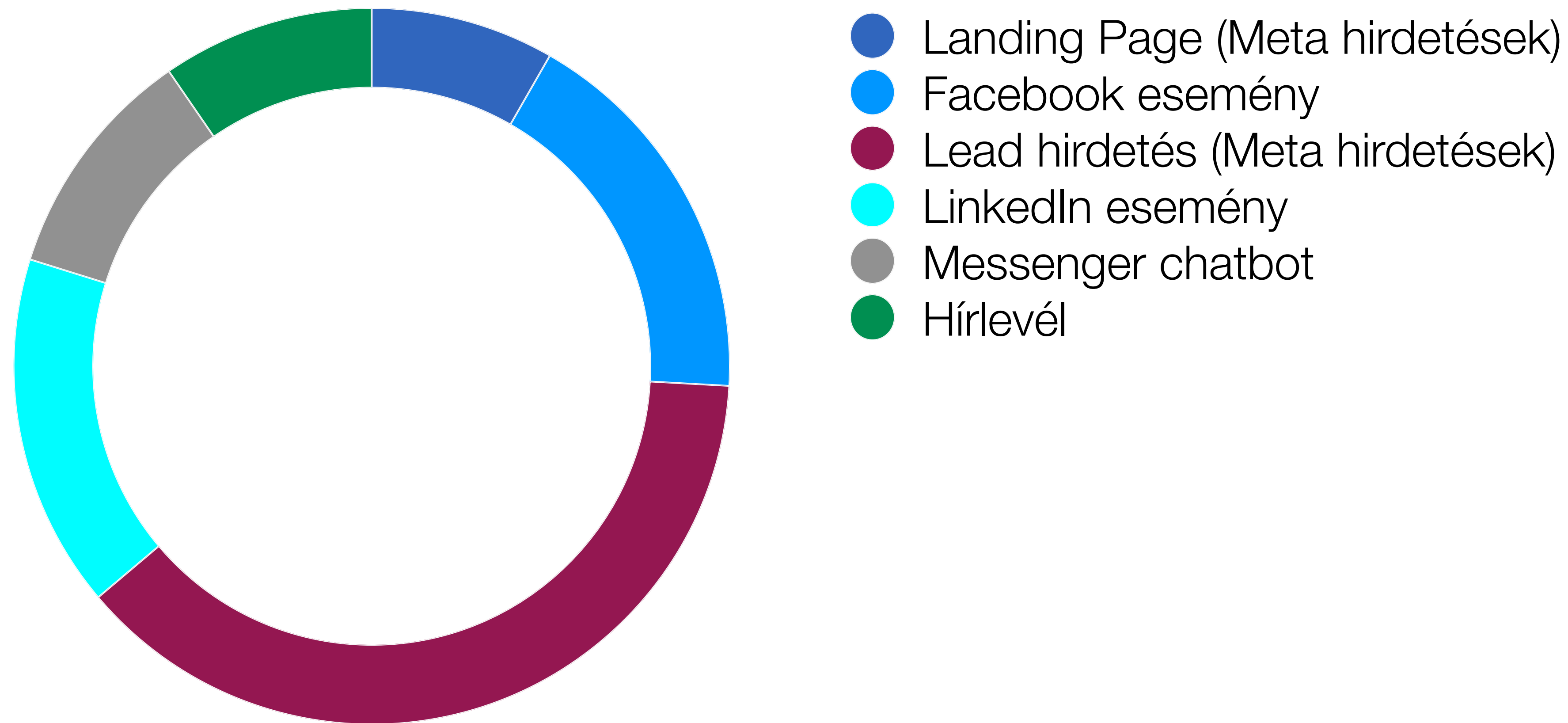
A több platform előnye

Forgalomterelés több platformról



A több platform előnyei

Adatbázis építés több platformon

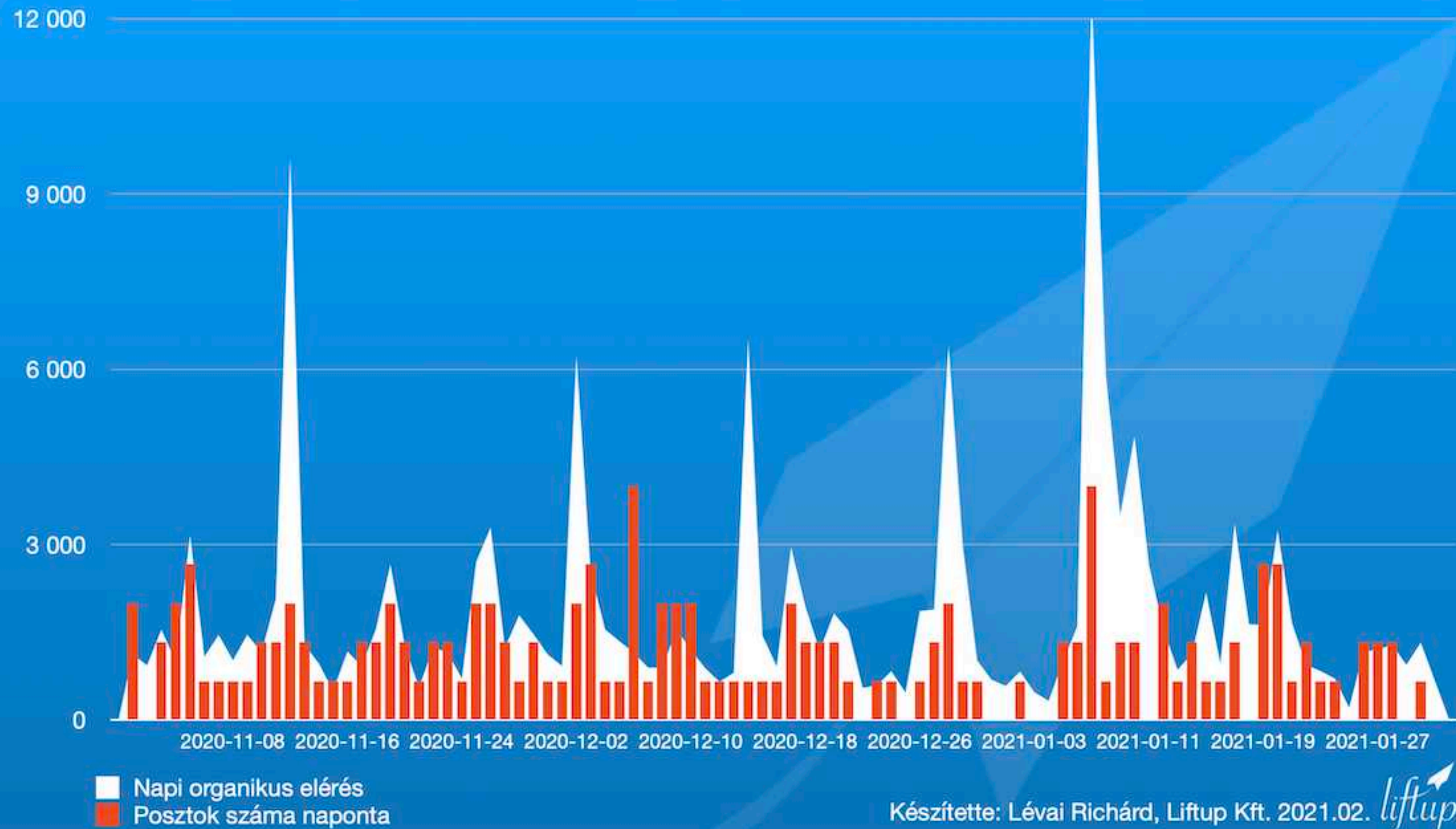


Milyen gyakran “kell”
kommunikálni?

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?



Mennyit kommunikáljunk?

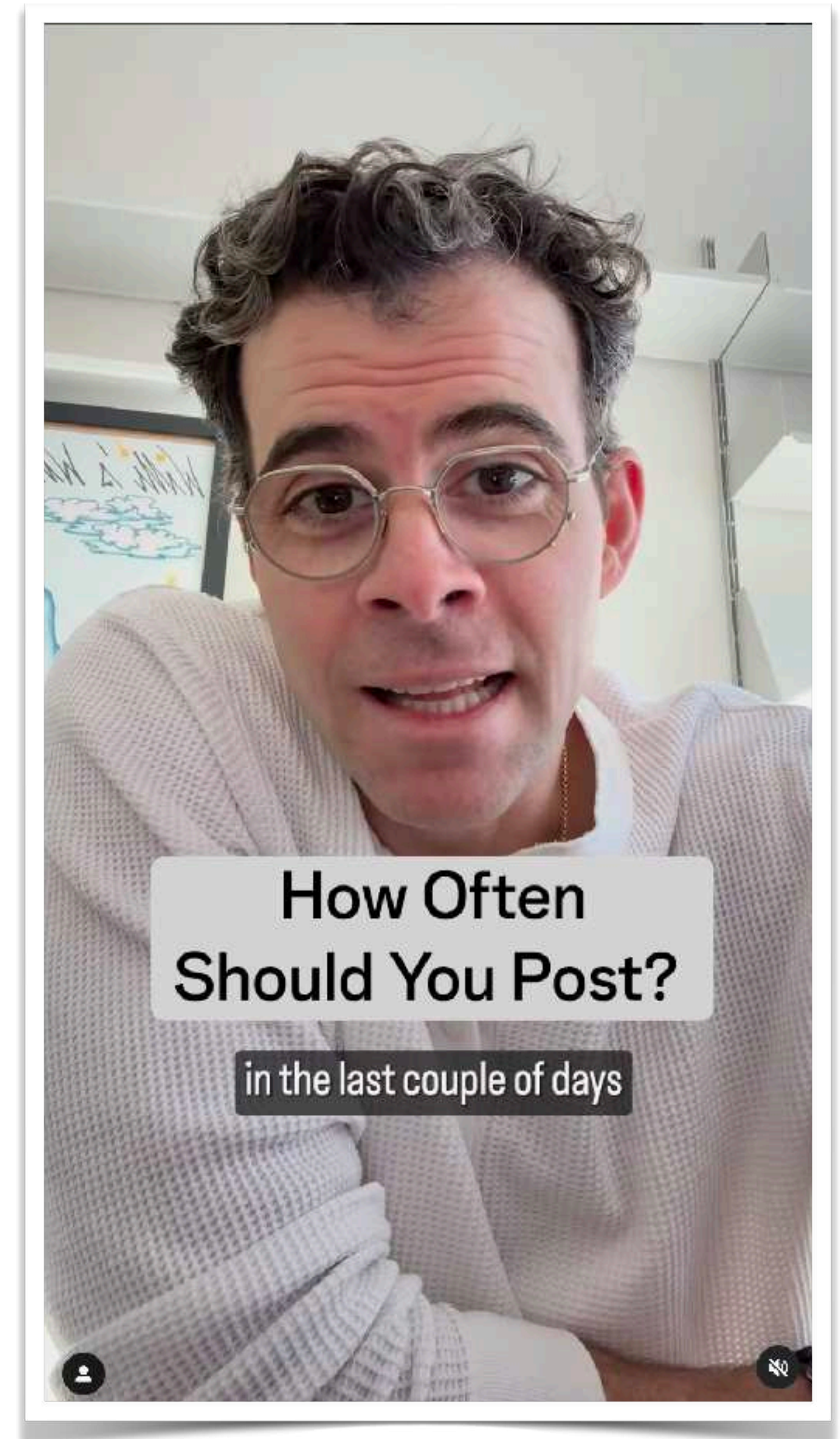
- ▶ TikTok javaslata:
- ▶ 1-4 poszt (videó) naponta

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

Mennyit kommunikáljunk?

- ▶ Adam Mosseri (Instagram):
- ▶ A többi poszt jó teszt az elérésednek.

<https://www.instagram.com/p/DFDVhsivBGa/>



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 (mint egy hírportál), “always on” jelenlét
 - > kevesebb hirdetés
- ▶ Ritkább kommunikáció
 - > arányaiban több hirdetés
- ▶ Jelenlét fenntartó kommunikáció (havonta 2-3 poszt)
 - > ha elsősorban hirdetésekre alapozzuk az elérést
- ▶ Ritkább, de extrém kiemelkedő kommunikáció
 - > minimális hirdetés is elég lehet

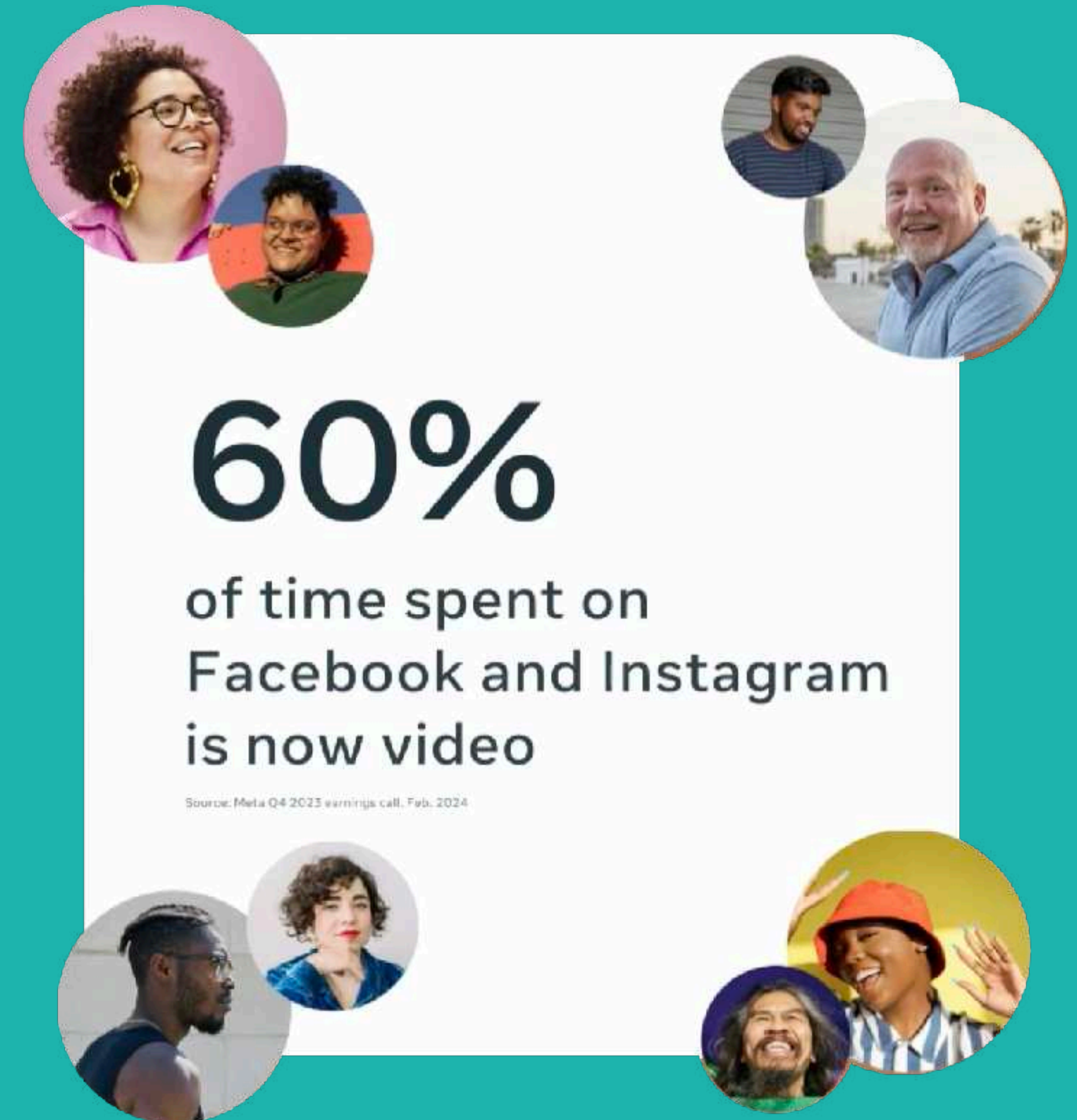


Új formátumokra
van szükség

Új formátumokra van szükség

Minden platform videós platform:

- ▶ TikTok, YouTube: szinte csak videók
- ▶ Instagramon és Facebookon töltött idő 60%-át videó nézéssel töltjük, ezek is videós platformok már



Új formátumokra van szükség

Egyre fontosabb a közvetlen kapcsolatfelvétel a felhasználók és a cégek között.

1B

people
message with a
business each week on
our technologies.



Mindenki máshogy szereti

- ▶ Blog
- ▶ Poszt
- ▶ Hanganyag
- ▶ Videó
- ▶ ...

Mesterséges intelligencia

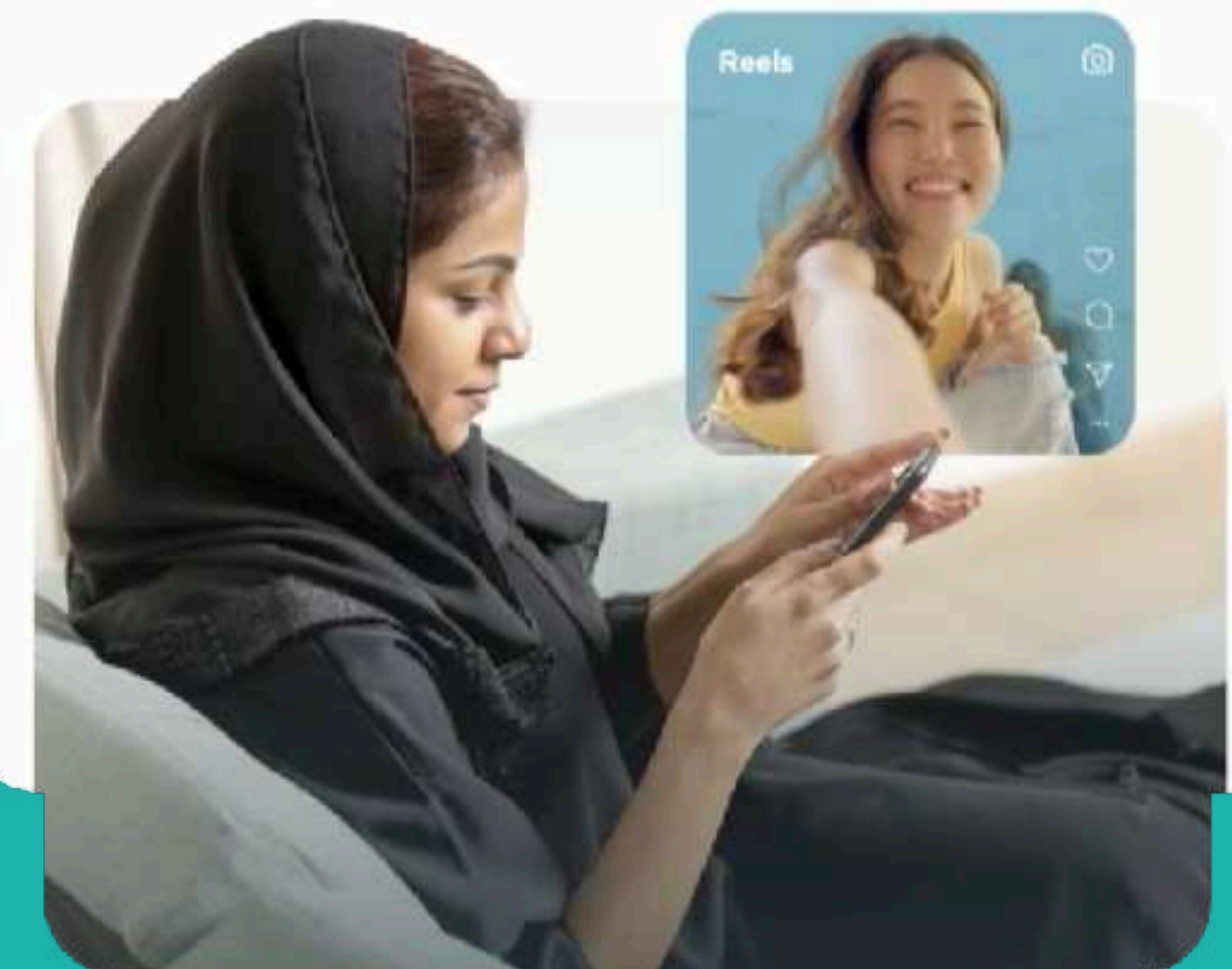
Egyre nagyobb szerepet tölt be az életünkbe

- ▶ Tartalom előállítás (Generative AI)
- ▶ Tartalmak terjesztése a platformokon (Core AI, “algorithmus”)

50%

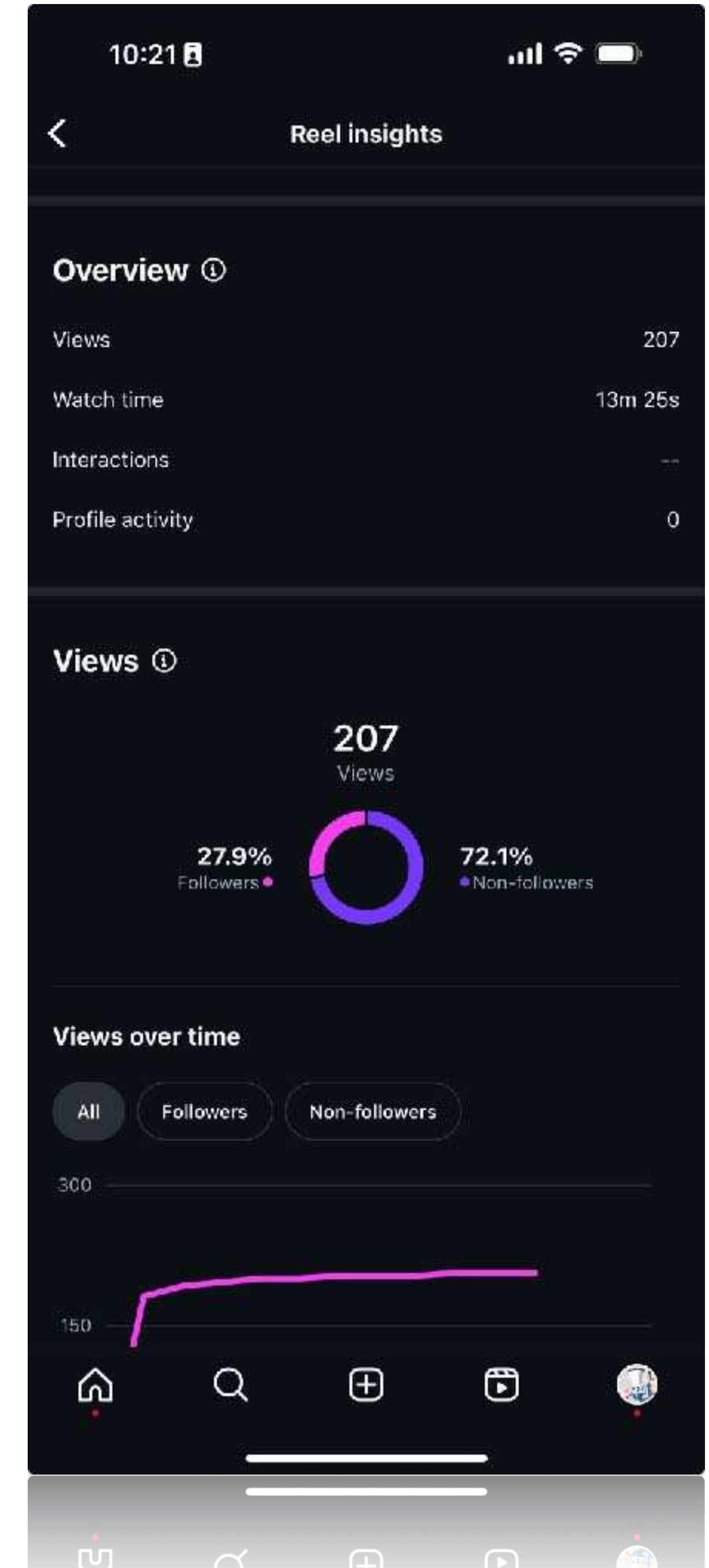
of the content people see on Instagram is now AI recommended.¹

Source: 1. Meta Q1 2024 earnings, April 2024, 2. Meta data, Feb 2023



- ▶ Nehezebb megjósolni, mi lesz a sikeresebb
- ▶ Több témát és több formátumot érdemes tesztelni

► Egyre fontosabbak a nem követők!



Bizonytalanabb környezet

Bizonytalanabb környezet

- ▶ Mi lesz a TikTokkal?
- ▶ Hogyan változnak az algoritmusok?
- ▶ Mikor tiltják le valamelyik profilunkat?

1. Több platformon

2. Gyakrabban

3. Több formátum

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

újrapiublikálás

átalakítás

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
- ▶ ...

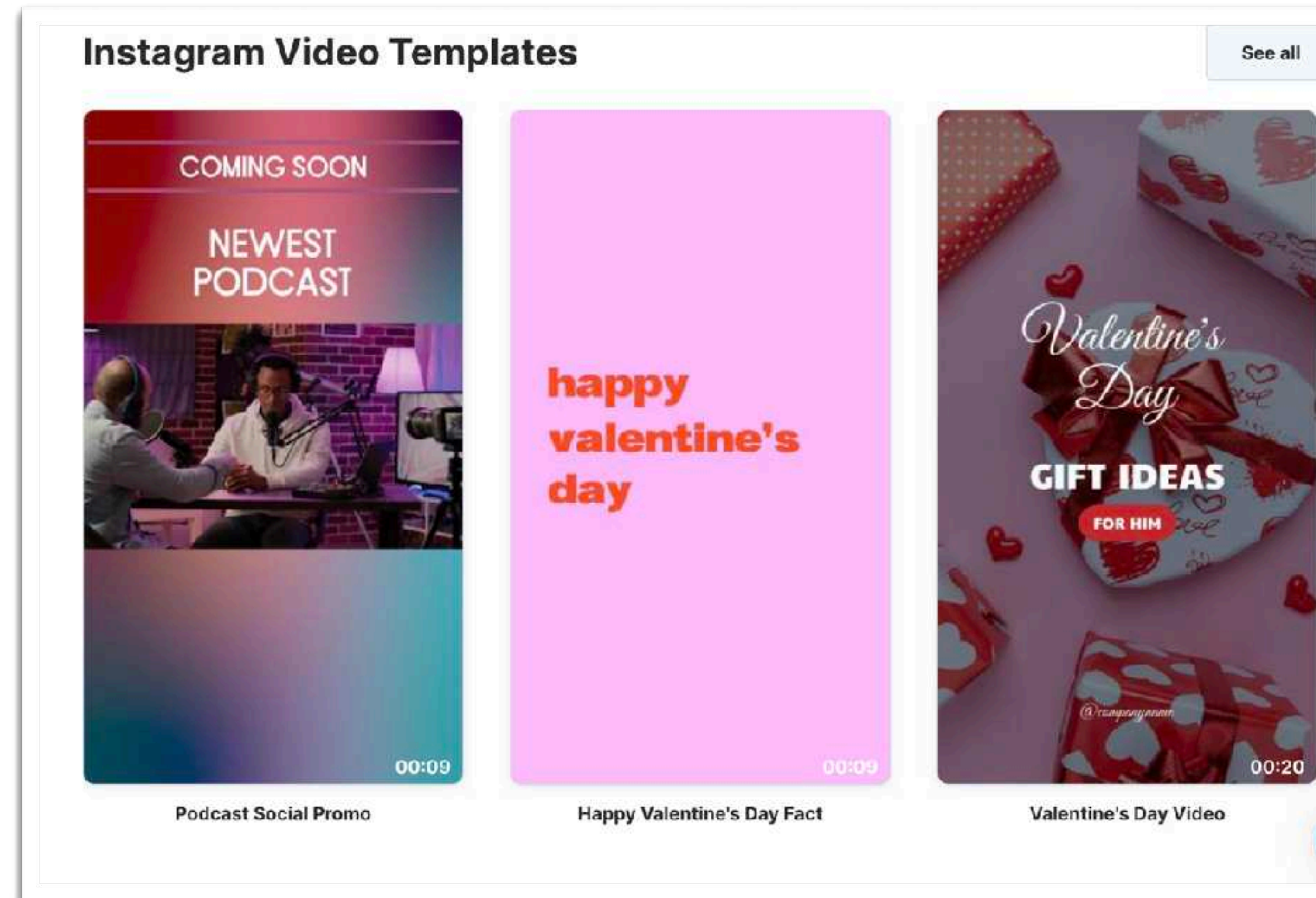
Publikáld újra a korábbi tartalmaidat!

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

Használj sablonokat!

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

Gyorsítsd meg a
tartalomkészítést!



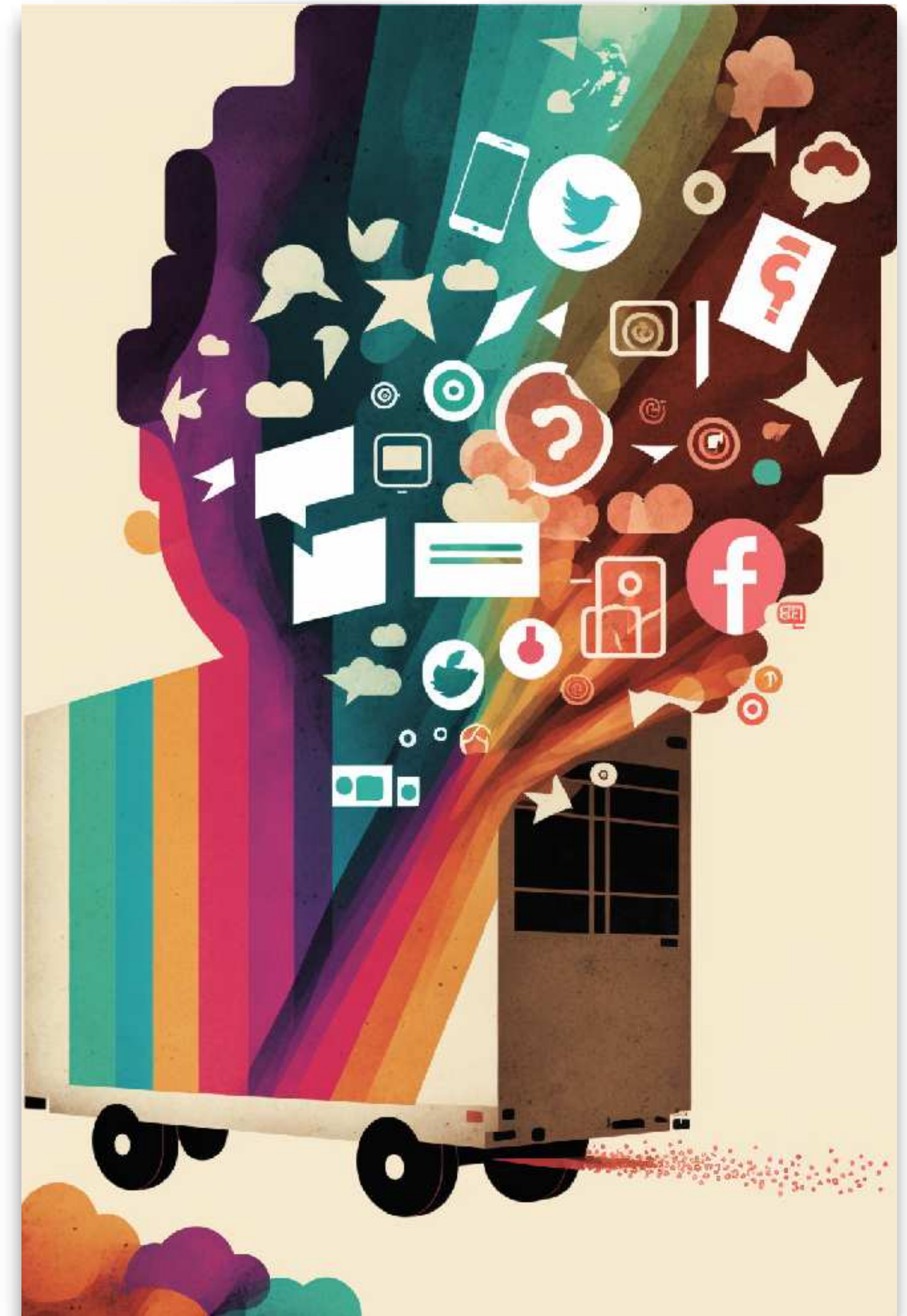
Tartalom átalakítás

- ▶ Videó -> szöveg
- ▶ Szöveg -> Videó
- ▶ Kép -> Videó
- ▶ Hanganyag -> videó
- ▶ Videó -> hanganyag
- ▶ ...

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	WGR	WRAY	TLIIS	TRAP	GUS	SLIS
DATE	HOST	HOST	DATE	DATE	DATE	DATE	DATE
				3	3	5	9
5	3	3	3	3	16	116	113
1e	3	114	118	1113	113	115	225
11e	110	118	119	210	217	212	212
213	111	316	213	313	213	213	
212	22	213	313	213			
213	353	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!

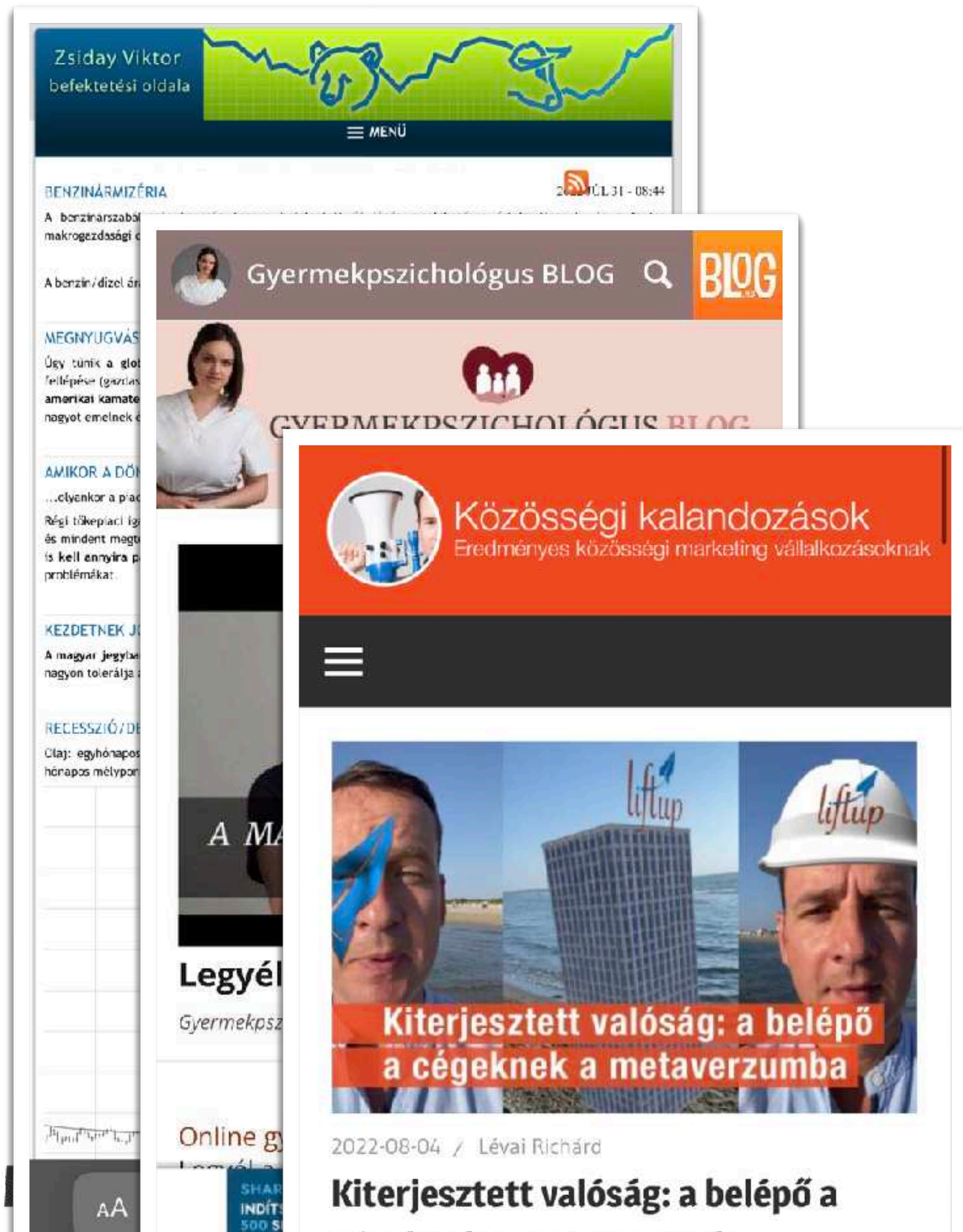
- ▶ Blog
- ▶ Weboldal
- ▶ Hírlevél
- ▶ Messenger*
- ▶ Podcast*

* 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 hírfolyam algoritmus

- ▶ Ha nem lenne algoritmus, zavaróan sok bejegyzést látnánk.
- ▶ Ez csökkentené a Facebookon töltött időt

Facebook hírfolyam algoritmus

1. Tartalmak összegyűjtése
2. Bemeneti jelzések alapján előszűrés (kb. 500 posztot válogat ki a rendszer)
3. Előrejelzés: MI modellek alapján előrejelzi, melyik tartalmak a legrelevánsabbak
4. Rangsorolás: a kb. 500 poszthoz pontszámot rendel, majd csorbarendezi, de próbál egyensúlyt tartani (pl. ne csak képek legyenek egymás után)

Facebook hírfolyam algoritmus

A rangsoroláshoz használt megközelítésünk:

<https://transparency.fb.com/features/explaining-ranking>

Facebook hírfolyam algoritmus:

<https://transparency.fb.com/features/explaining-ranking/fb-feed/?referrer=1>

Facebook hírfolyam algoritmus

Facebook-ajánló rendszerek

Filter by...

FACEBOOK

Hírfolyam

Amikor megnézed a Facebookot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk jeleníti meg a hírfolyamodban megjelenő összekapcsolt tartalmakat, olyan tartalmakat, amelyeket a beállításaid alapján látni szeretnél.



FACEBOOK

Rangsorolt hírfolyam-hozzászólások

Amikor megnézed a Facebookot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk a hírfolyamban megjelenő bejegyzésekhez fűzött hozzászólásokat jelenít meg számodra a relevancia alapján rangsorolva.



FACEBOOK

Hírfolyambeli ajánlások

Amikor megnézed a Facebookot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk javasolt tartalmakat jelenít meg a hírfolyamodban a Facebook kezdőlapján.



FACEBOOK

Reels-videók

Amikor megnézed a Facebookot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk Reels-videókat (rövid formátumú videós tartalmakat) jelenít meg.

FACEBOOK

Történetek

Amikor megnézed a Facebookot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk történeteket jelenít meg számodra.

FACEBOOK

Kit ismerhetek?

Amikor megnézed a Facebookot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk személyre szabott ajánlásokat jelenít meg számodra olyan emberekkel kapcsolatban, akiket esetleg ismersz.

Instagram-ajánló rendszerek

Filter by...

INSTAGRAM

Képfolyam

Amikor megnézed az Instagramot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk jeleníti meg a képfolyamodban megjelenő összekapcsolt tartalmakat, olyan tartalmakat, amelyek általad követett fiókoktól származnak.



INSTAGRAM

Történetek

Amikor megnézed az Instagram Stories funkciót, és aktivitást mutatsz vele kapcsolatban, a mögöttes MI-rendszer automatikusan meghatározza, milyen sorrendben jelenjenek meg az általad követett emberek történetei a történetek között.



INSTAGRAM

Felfedezés

Az Instagram Felfedezés tartalomajánlásokat jelenít meg számodra, például fényképeket és Reels videókat általad nem követett fiókoktól.



INSTAGRAM

Reels-videók összefűzése

Amikor megnézed az Instagramot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk Reels-videókat (rövid formátumú videós tartalmakat) jelenít meg a „Reels” lapon.



INSTAGRAM

Keresés

Amikor megnézed az Instagramot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk jeleníti meg a találatokat, amikor tartalmakat keresel.



INSTAGRAM

Képfolyambeli ajánlások

Amikor megnézed az Instagramot, és aktivitást mutatsz rajta, az egyik mögöttes MI-rendszerünk javasolt tartalmakat jelenít meg a képfolyamodban.





Facebook hírfolyam algoritmus

1. Változatos Tartalom: Ossz meg különböző típusú bejegyzéseket (videók, képek, hivatkozások), hogy az algoritmus kiegyensúlyozottan jelenítse meg őket a hírfolyamban.
2. Interakciót Generáló Tartalom: Készíts olyan bejegyzéseket, amelyek valószínűleg sok kedvelést, megosztást vagy hozzászólást kapnak, mivel ezeket az algoritmus előnyben részesíti.
3. Időtöltés Maximálása: Ossz meg olyan tartalmakat, amelyeknél az emberek valószínűleg hosszabb ideig időznek, például részletes cikkek vagy hosszabb videók.
4. Korábbi Interakciókra Építés: Ha van egy bejegyzés-típus vagy téma, amely korábban jól teljesített, akkor hasonló tartalmakat is érdemes megosztani.
5. Célzott Tartalom: Ismerd meg a közönséged és oszd meg azokat a tartalmakat, amelyek leginkább érdeklik őket, hogy az algoritmus valószínűbbé tegye azok megjelenését a hírfolyamban.



Facebook hírfolyam algoritmus

6. Aktuális és Releváns Tartalom: Az algoritmus előnyben részesíti az aktuális és releváns tartalmakat, ezért érdemes időszerű bejegyzéseket is közzétenni.
7. Közösségi Alapelvek Betartása: Kerüld azokat a tartalmakat, amelyek sértik a Facebook közösségi alapelveit, mivel ezeket az algoritmus hátrányosan rangsorolja.
8. Mobilbarát Tartalom: Mivel sokan mobilról böngésznek, érdemes olyan tartalmakat létrehozni, amelyek mobilkészülékeken is jól megjelennek.
9. Eszköz- és Platformspecifikus Tartalom: Figyelembe véve, hogy az emberek milyen eszközről és böngészőből érik el az oldalt, érdemes ennek megfelelően tartalmat készíteni.
10. Megosztásra Ösztönzés: Olyan tartalmakat érdemes létrehozni, amelyeket az emberek valószínűleg meg fognak osztani, mivel a megosztások növelik a tartalom elérését.

Facebook hírfolyam algoritmus

- ▶ Olyan bejegyzések, amik beszélgetéseket indítanak el az emberek között.
- ▶ Videók, amiket sokáig, többször néznek
- ▶ Mesterséges intelligencia megoldások egyre inkább uralják az algoritmust
- ▶ Mennyire inspiráló?

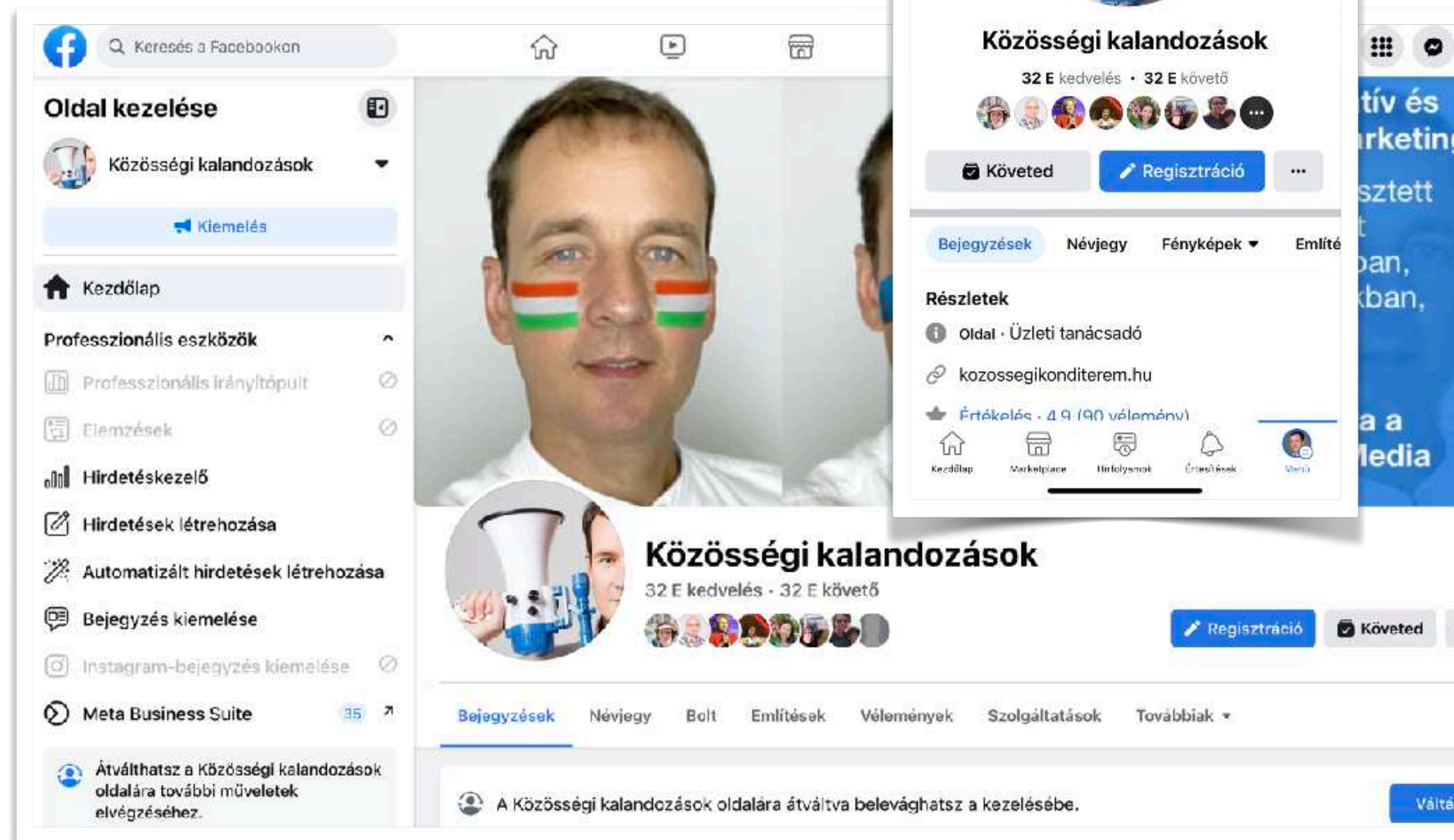
Legjellemzőbb Facebook funkciók

- ▶ Oldalak → “Hivatalos” jelenlét
- ▶ Csoportok → Közösség → Fiataloknak is
- ▶ Privát profil → Személyes márka
- ▶ Események → Online és offline támogatás → Fiataloknak is
- ▶ Sztorik → Plusz jelenlét és forgalom terelés → Fiataloknak is
- ▶ Üzenetek → Közvetlen kapcsolattartás → Fiataloknak is
- ▶ Hirdetések → Célzott elérés, folyamat építés → Fiataloknak is

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.

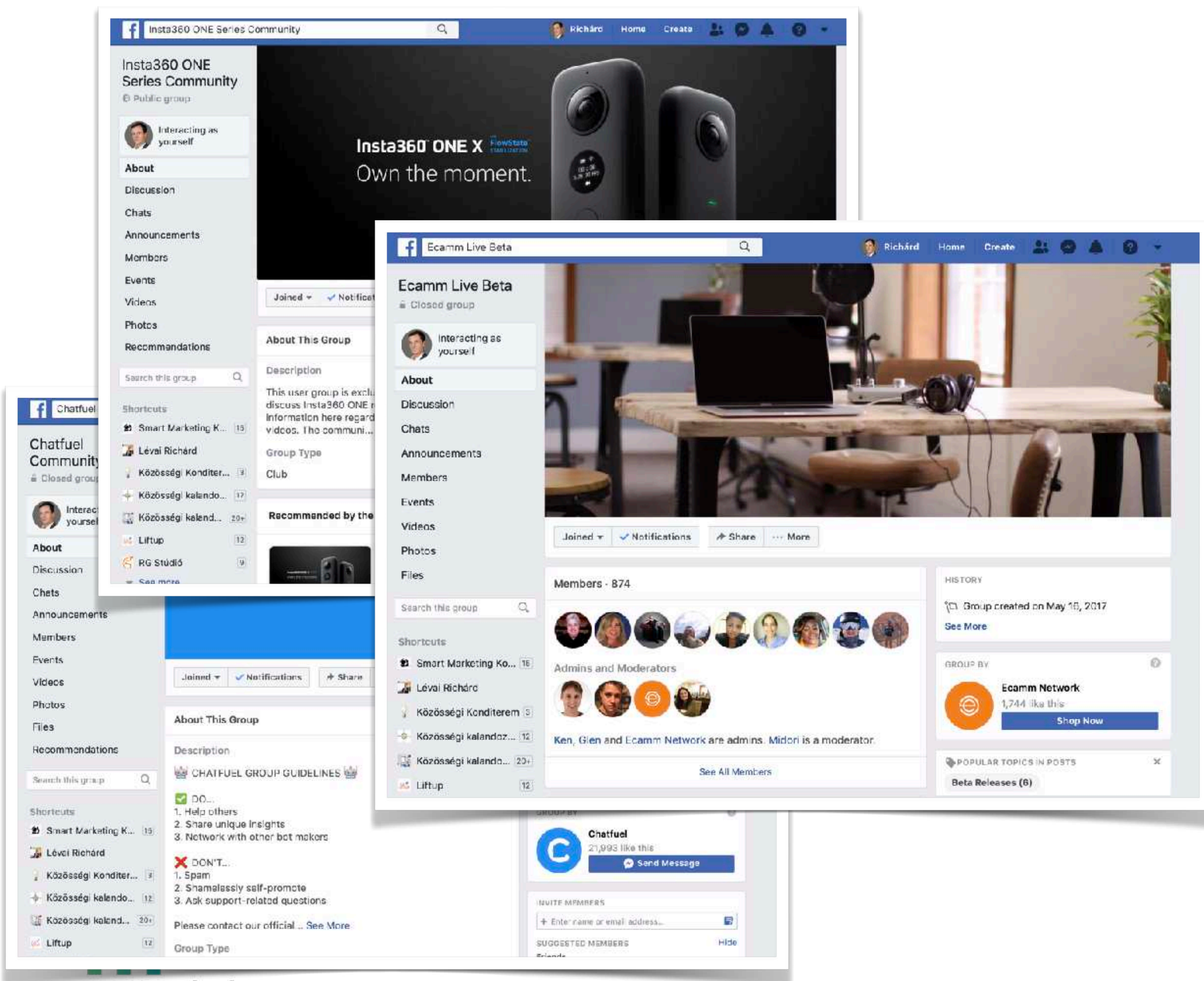
Facebook csoport

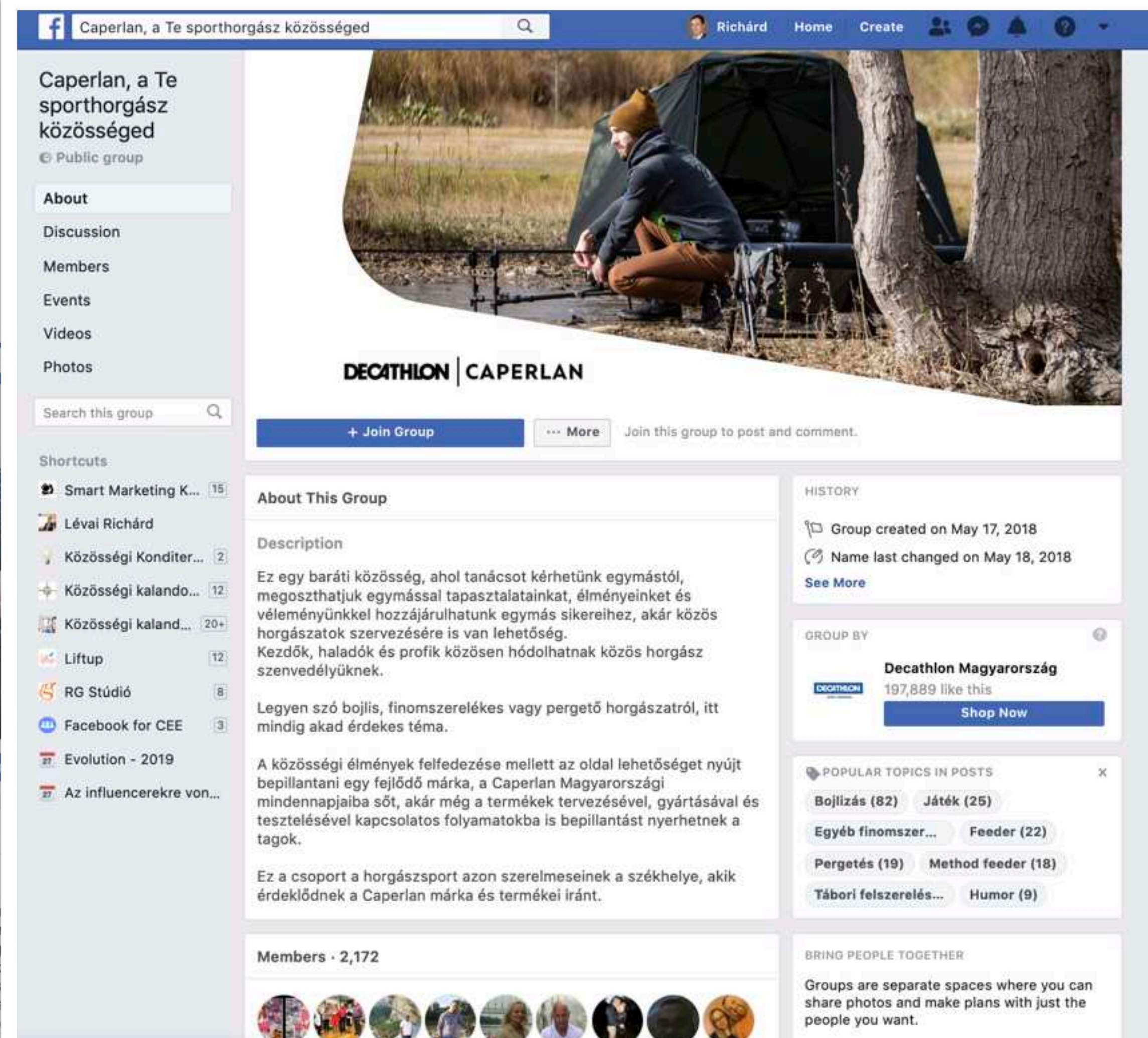
- ▶ Csak a csoport miatt nem lesz több elérésünk
- ▶ Nagyobb aktivitást, több munkát igényelhet
- ▶ Az előny a közösségben van, ha őket be lehet vonni az aktivitásba

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.

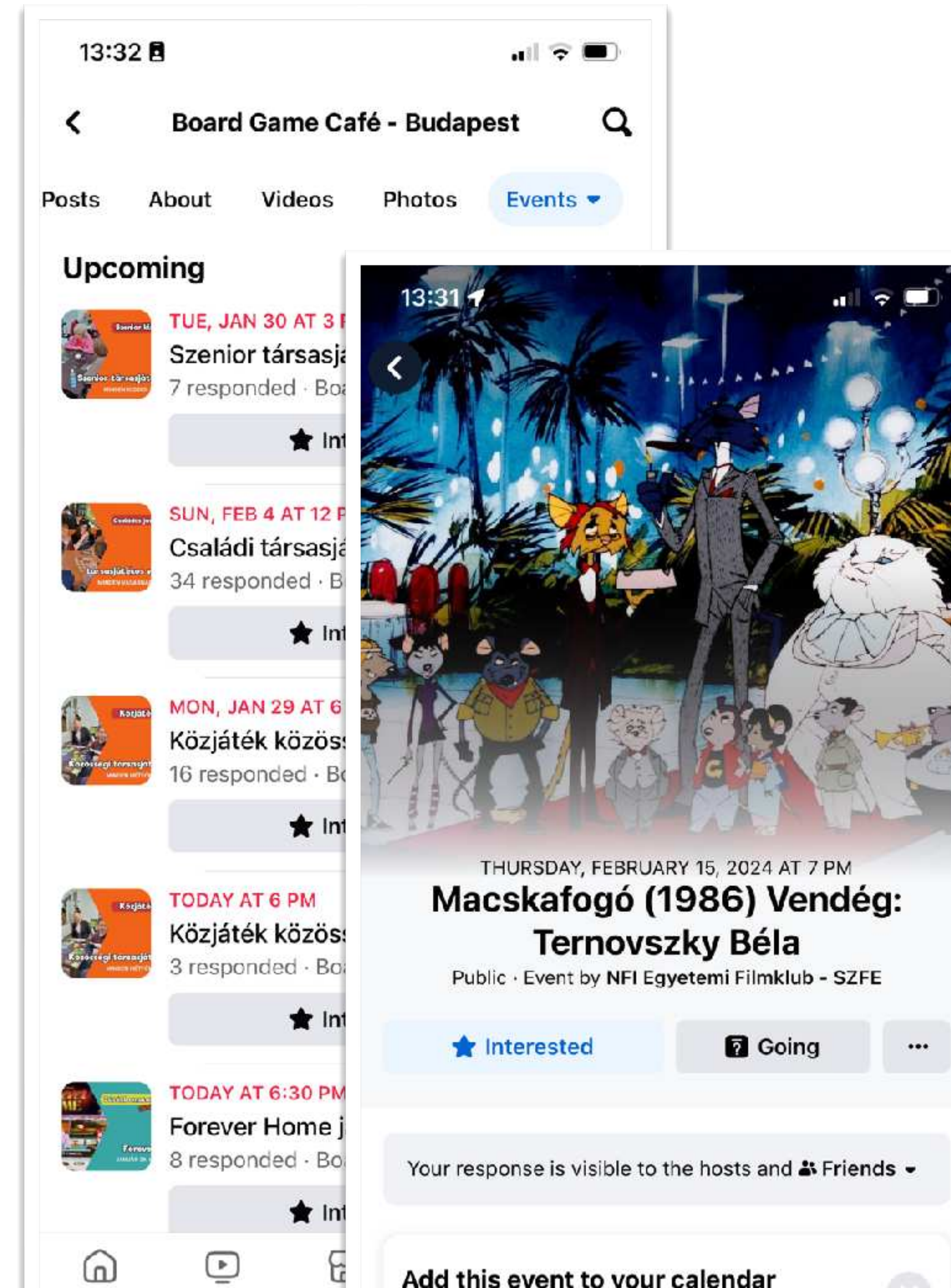
Hogyan?

Saját csoport: igazi, klasszikus közösség építés

Más csoportok: rendszeres, segítő jelenlét

Facebook események

- ▶ Offline és online esemény támogatás
- ▶ Jó marketing lehetőség
- ▶ Jó kapcsolattartási lehetőség



Hogyan használjuk?

- ▶ Forgalomterelésben, szöveges kommunikációban nincs versenytárs
- ▶ Legnagyobb hatás 40+ célcsoport fölött
- ▶ De fiatalok és B2B is megtalálható itt
- ▶ Videók egyre fontosabbak (itt is)
- ▶ Célcsoporttól függően lehet forrás platform és másodlagos platform is

Instagram

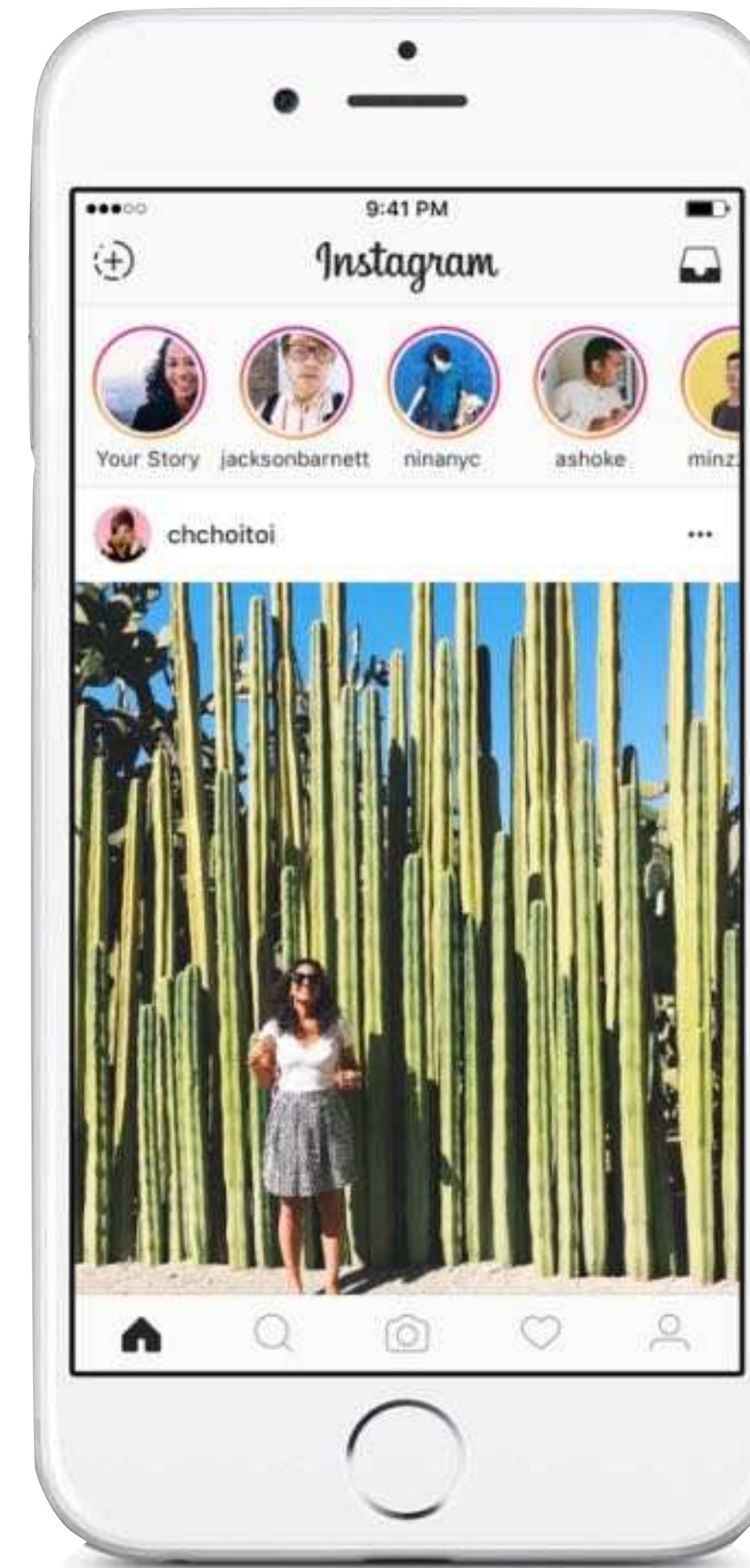
Instagram

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



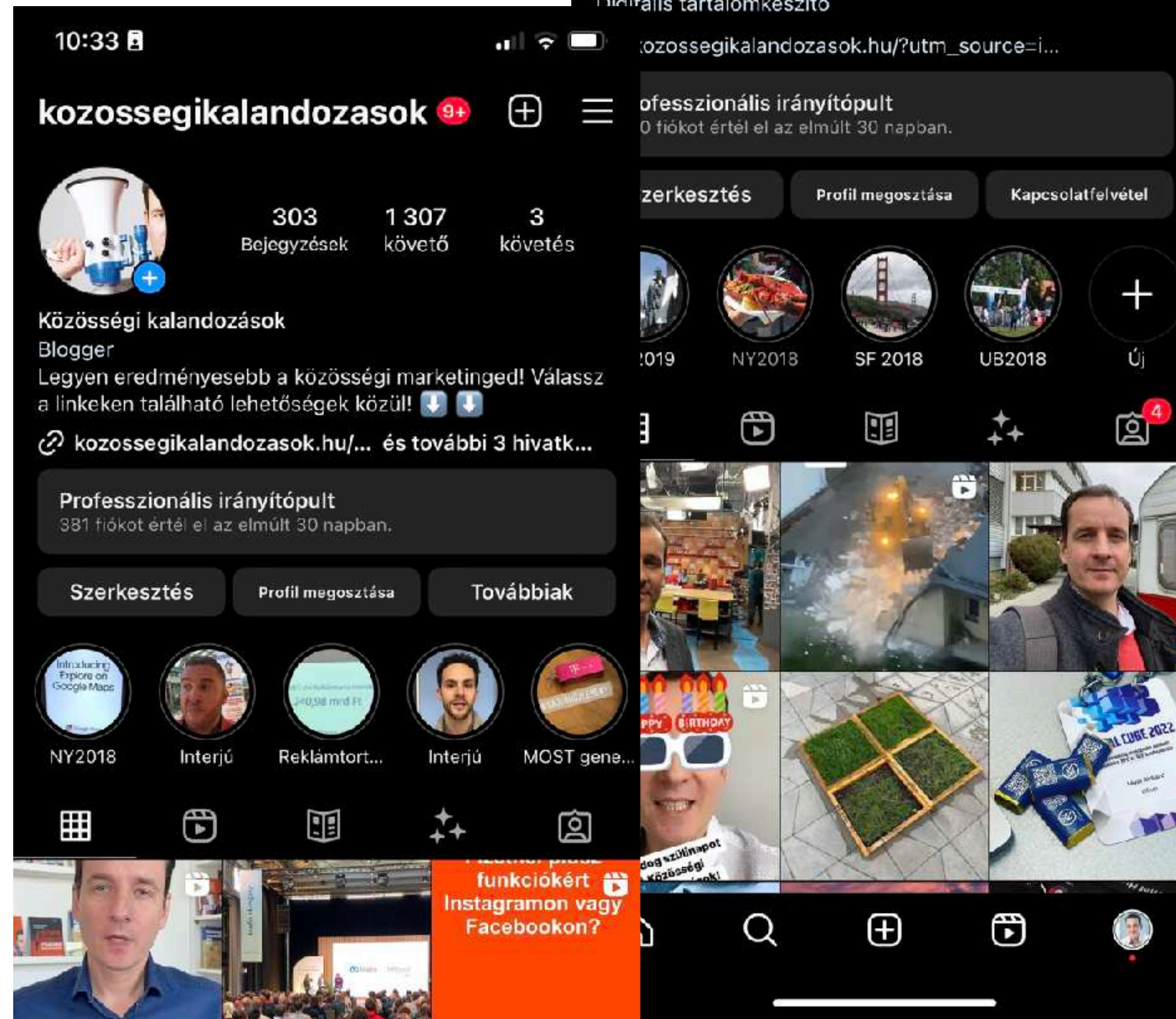
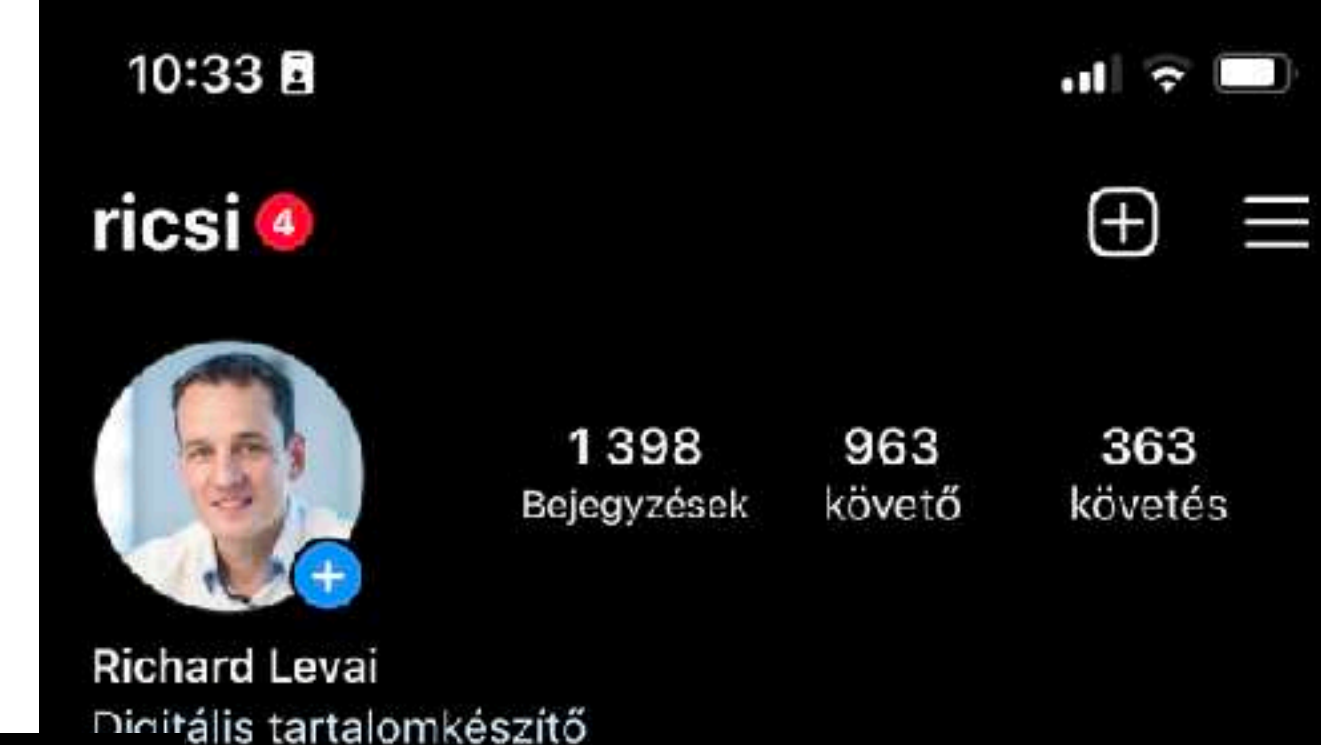
Instagram

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



Instagram profil

- ▶privát
- ▶(zárt)
- ▶üzleti



Reels

- ▶ TikTok versenytársa,
- ▶ Rövid, szórakoztató videók



Hashtag

- ▶ A hashtag fontos, használjuk okosan:
- ▶ Az adott posztra jellemző hashtagek (3-4)
- ▶ A témára jellemző általános hashtagek (3-4)
- ▶ Márka hashtagek (3-4)



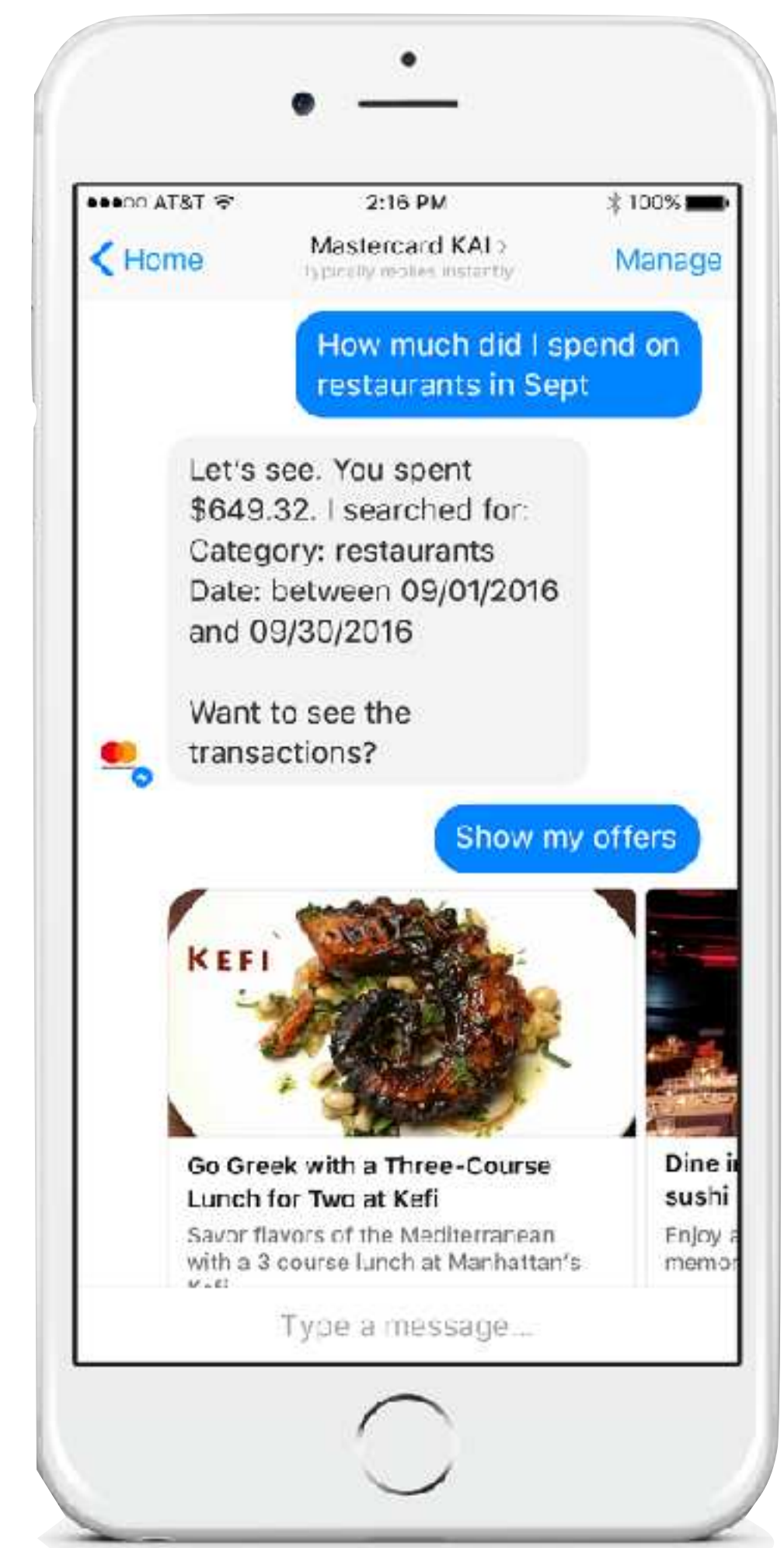
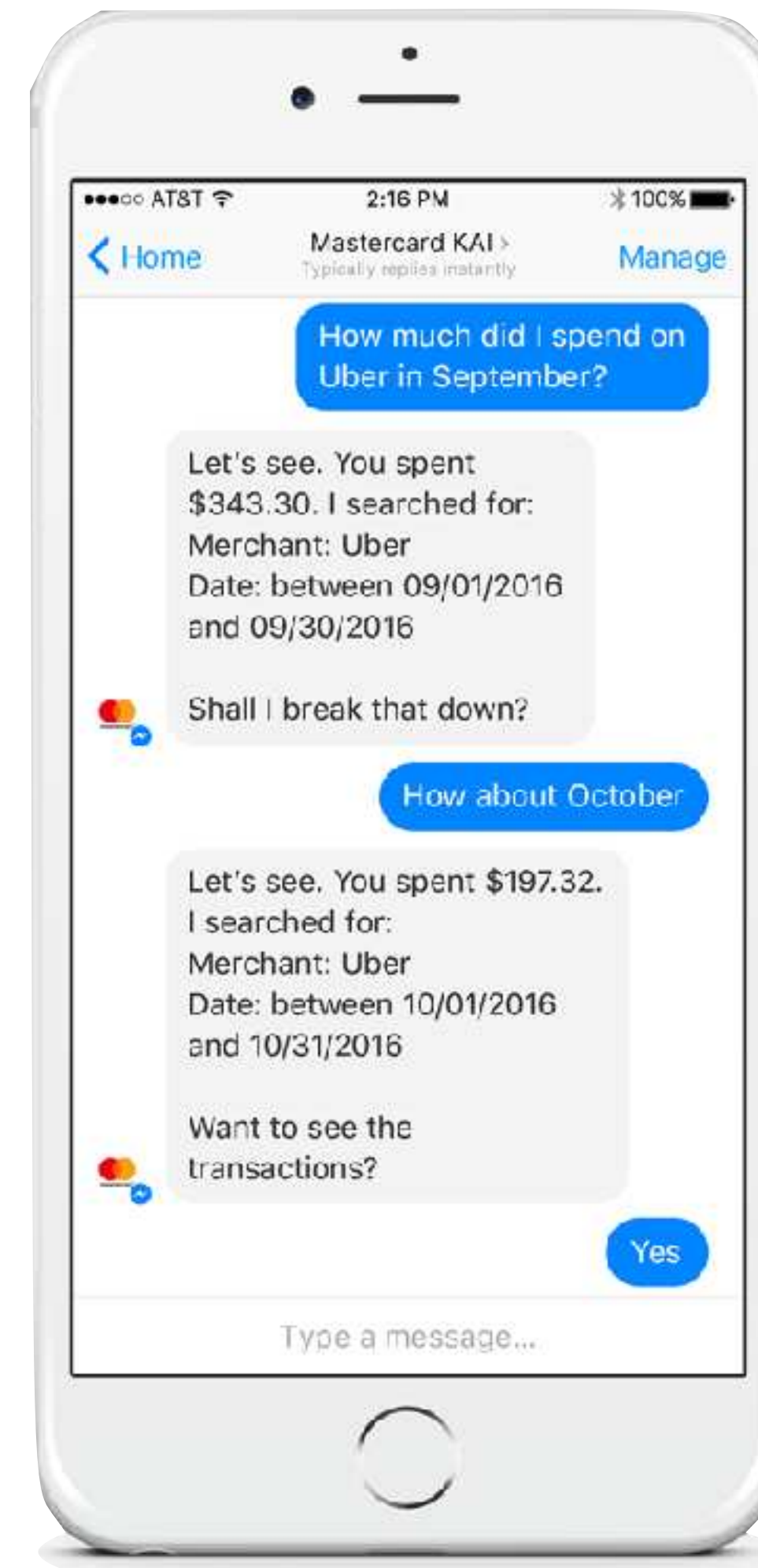
Hogyan használjuk?

- ▶ Képek és videók tervezett és ad hoc kommunikációban: márkaépítés, kapcsolattartás
- ▶ Sztorikban foglalkozunk az interaktivitással
- ▶ Forgalomterelés organikusan: sztorikkal
- ▶ Hirdetések: több célra

Messenger

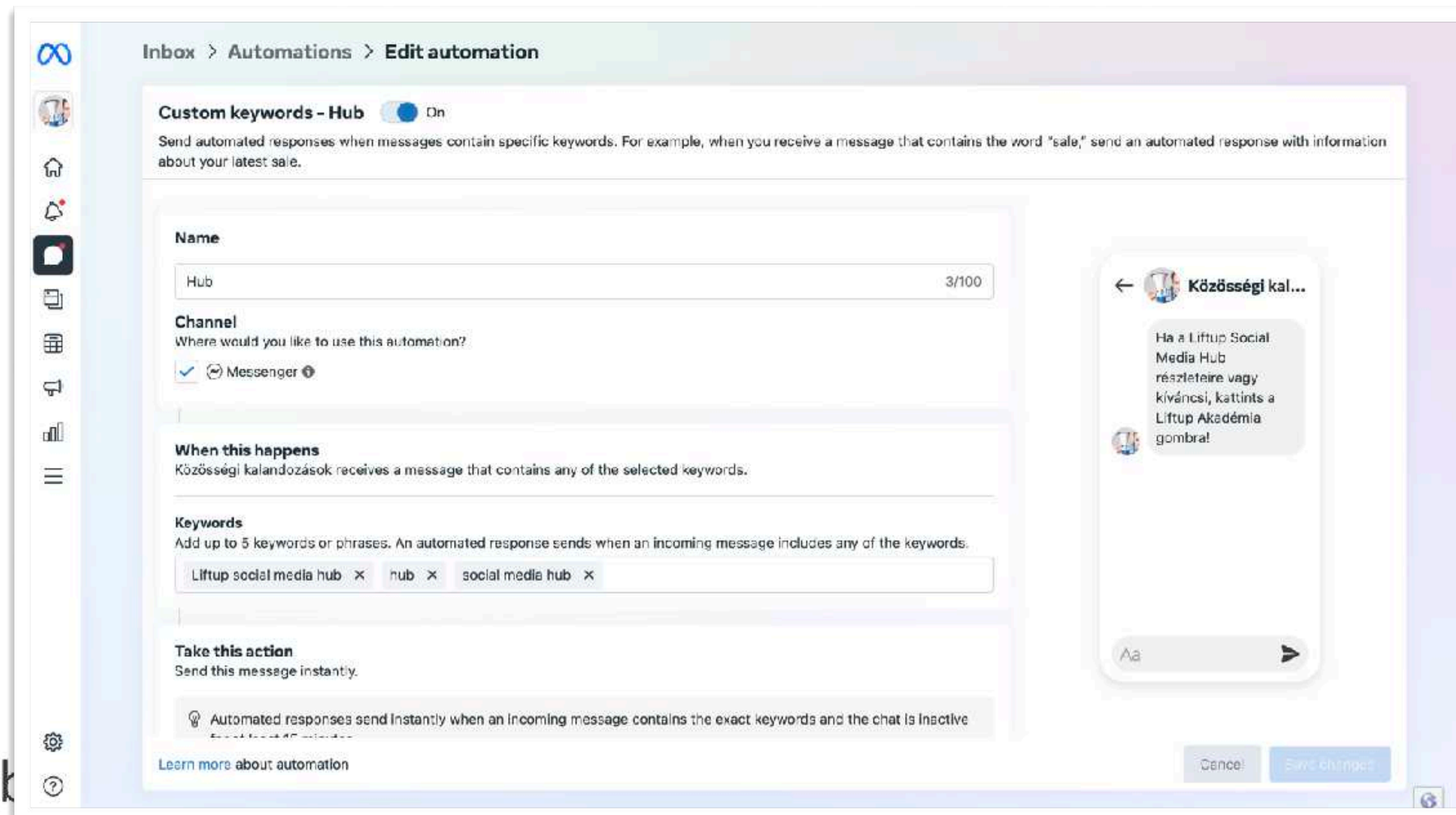
Messenger

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



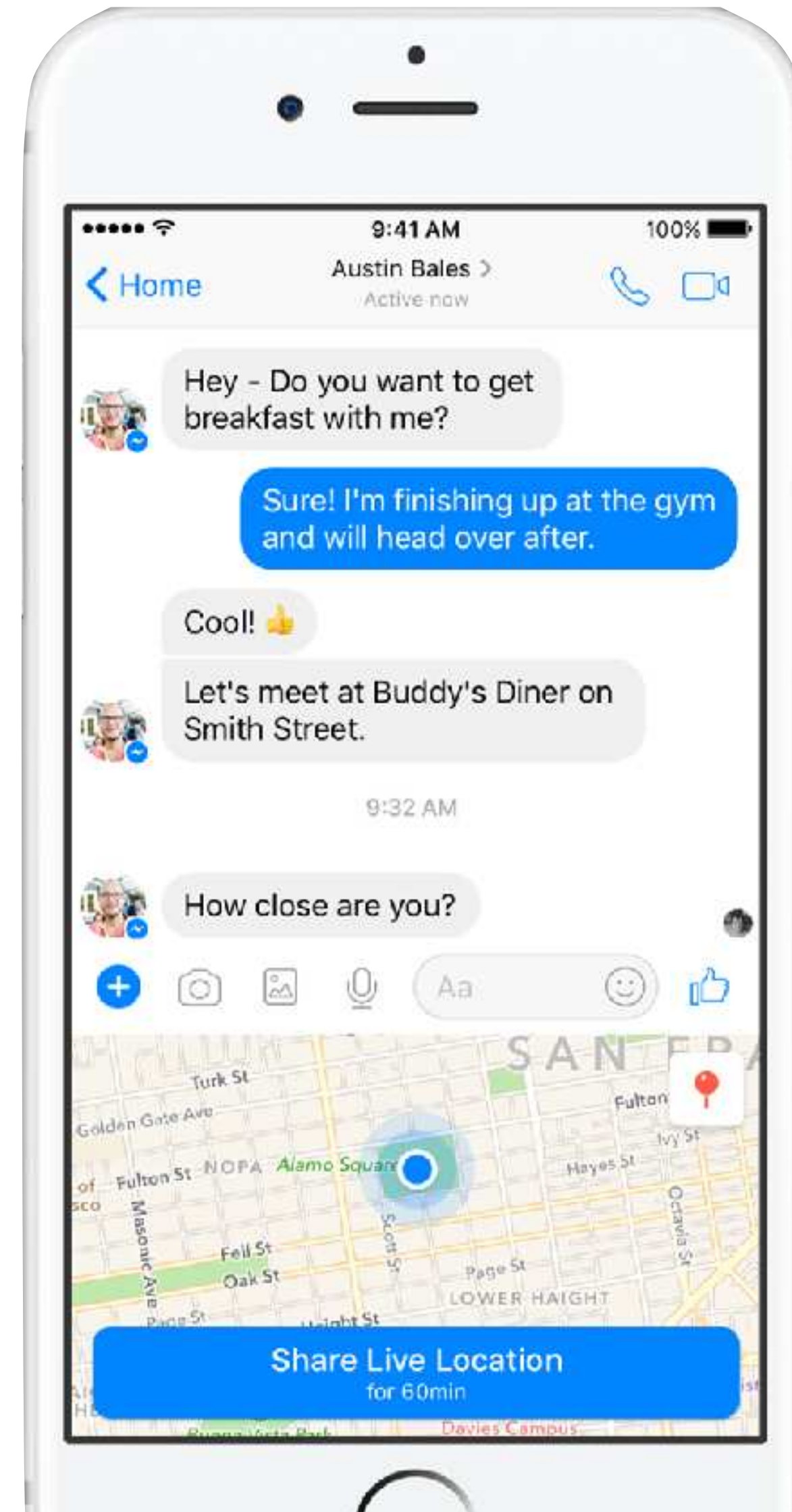
Messenger automatizmusok

- Megkönnyítik a mindennapi kapcsolattartást az érdeklődőkkel

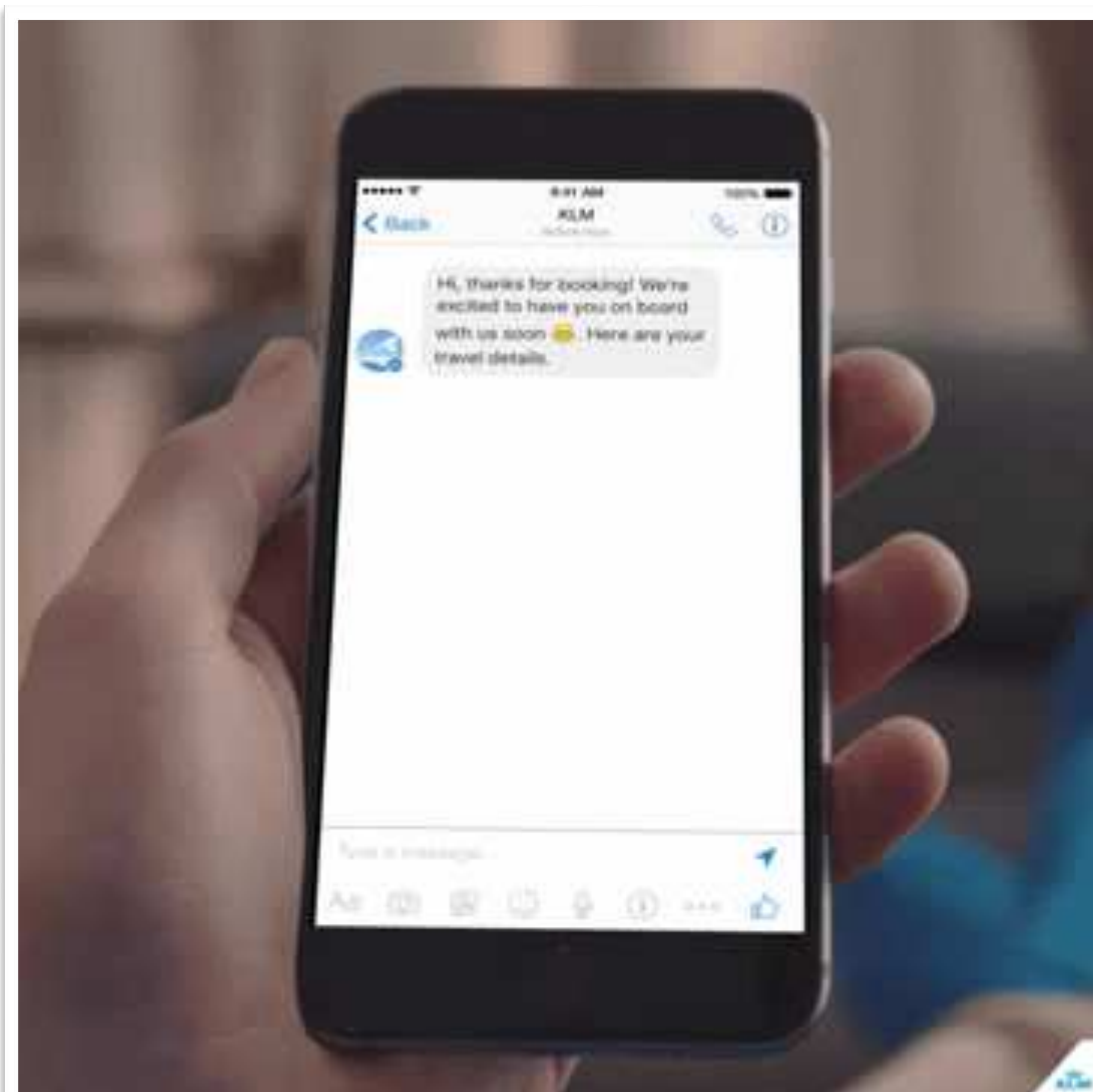


Messenger chatbot

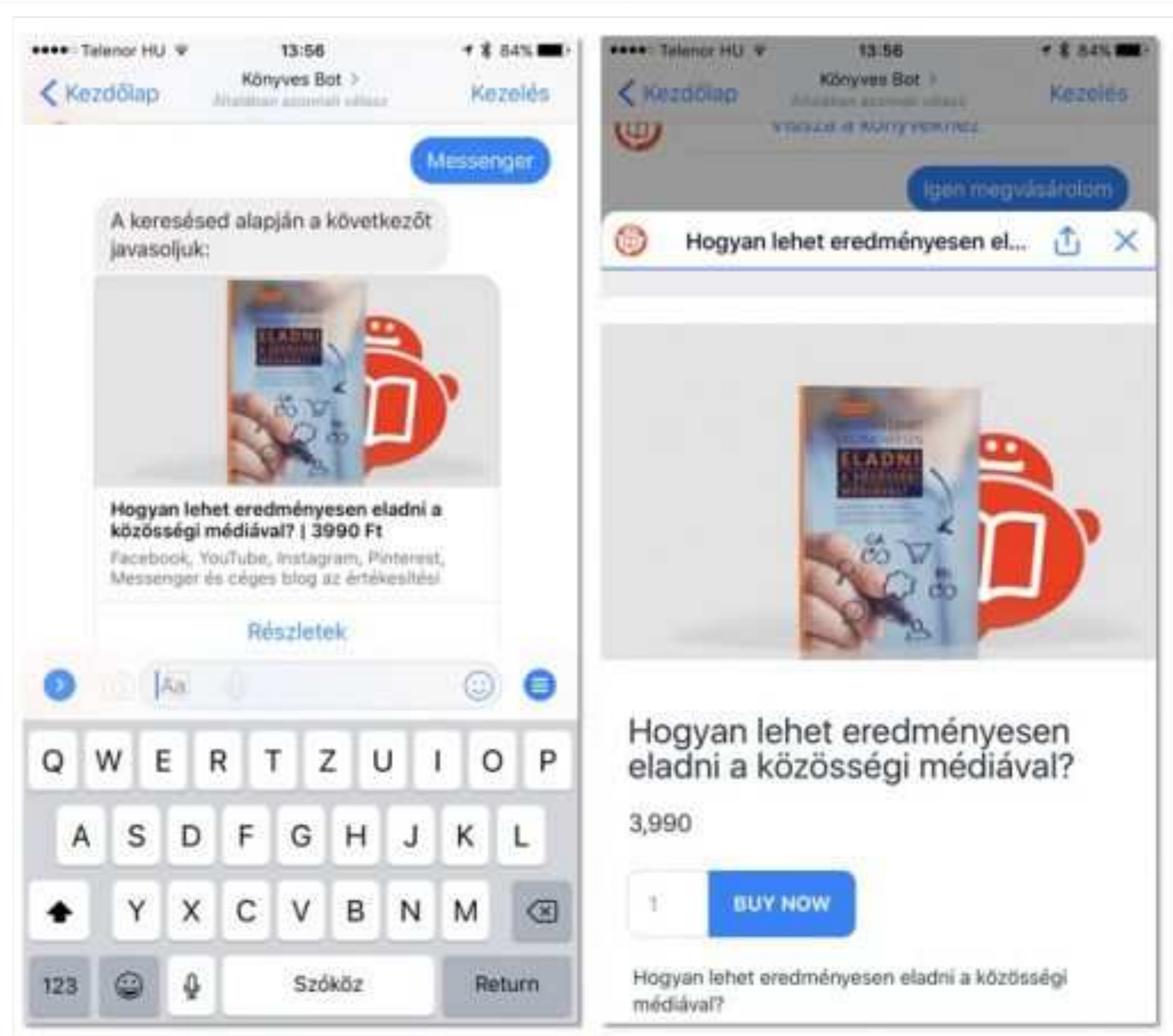
- ▶ hírlevél helyett (újra!)
- ▶ erős forgalomterelés
- ▶ webáruház mellett / helyette
- ▶ ügyfélszolgálat egyszerűsítés
- ▶ mobil alkalmazások helyett
- ▶ önálló szolgáltatások
- ▶ ...



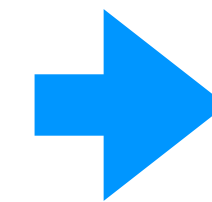
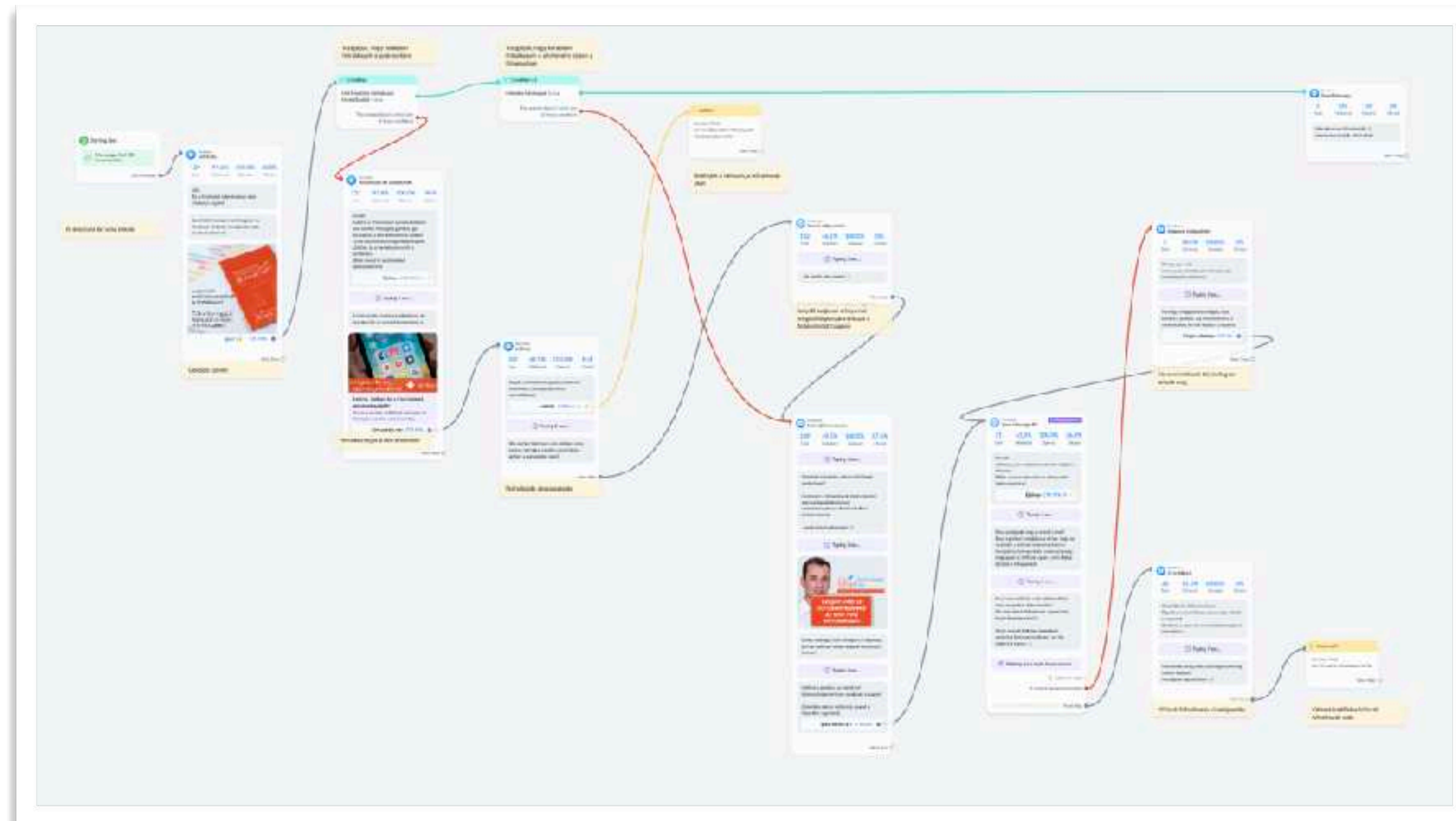
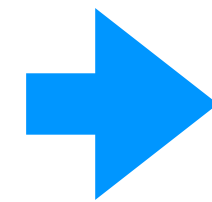
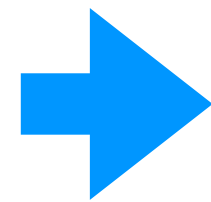
Messenger chatbot



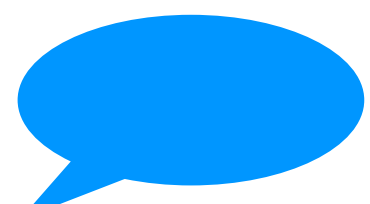
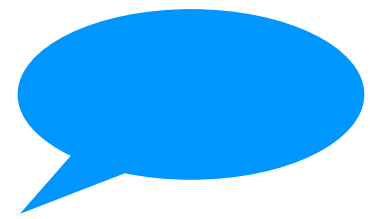
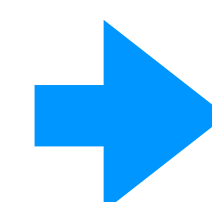
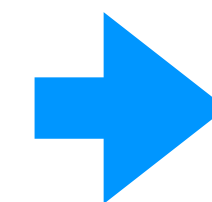
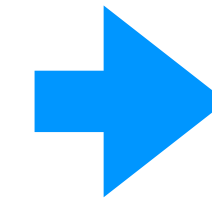
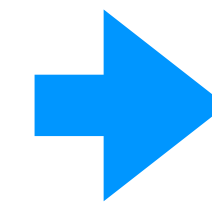
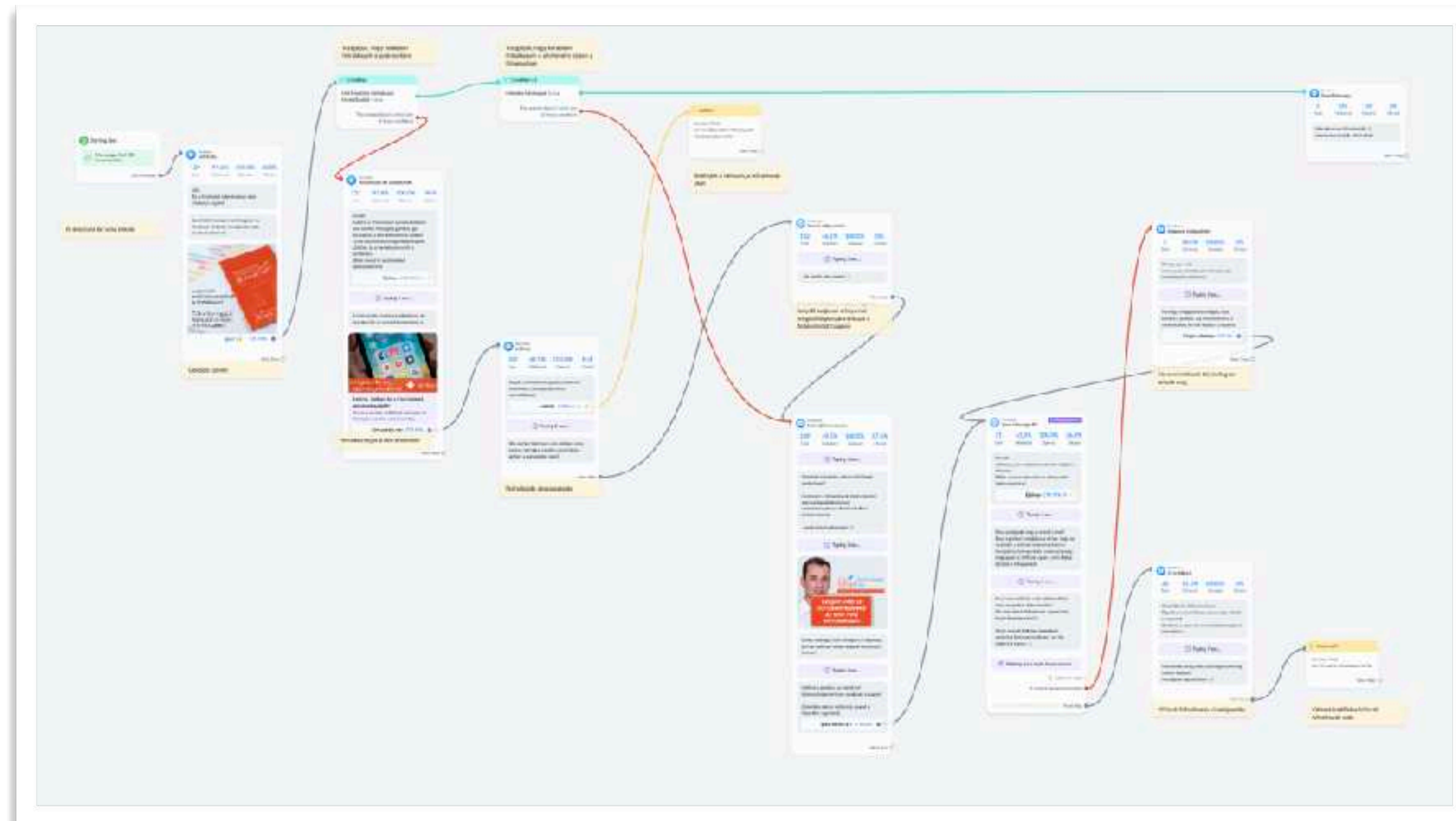
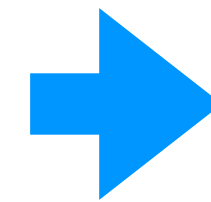
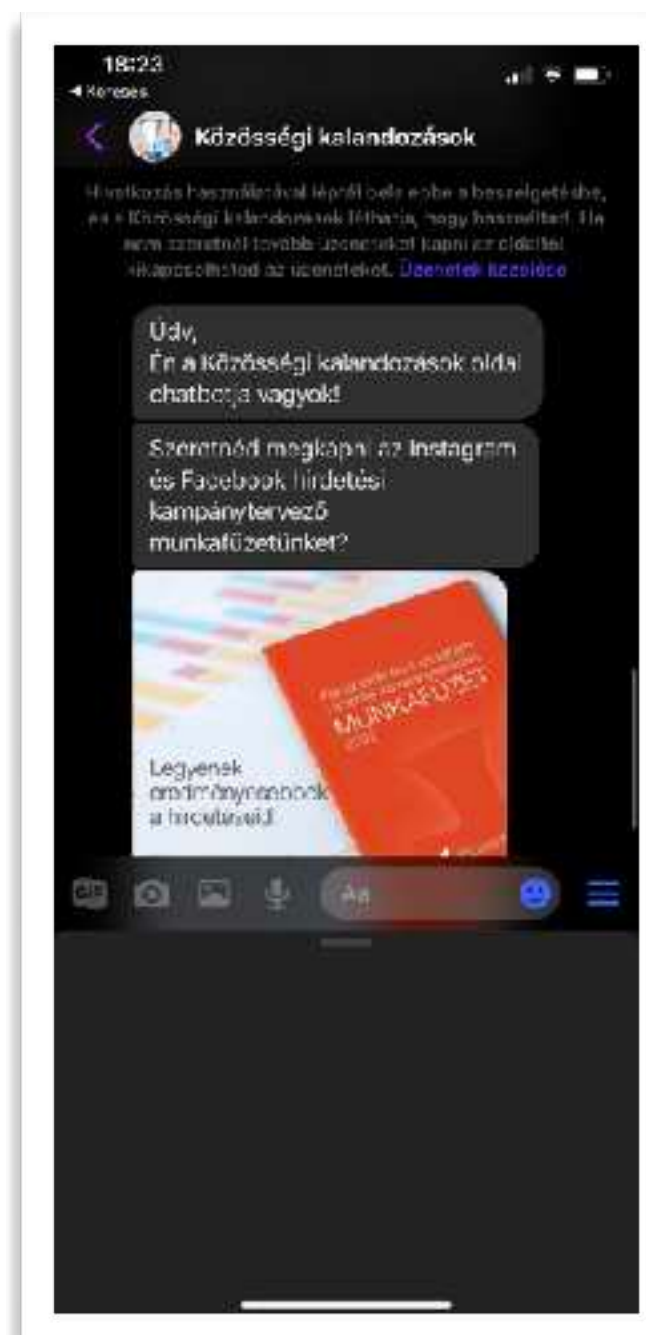
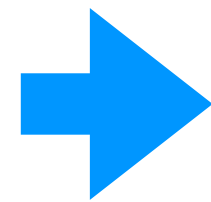
Messenger chatbot



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!

Körüzenet csatorna

- ▶ Egyfajta hírlevél Facebook oldalaknak
- ▶ Csak az admin írhat üzenetet: szöveges, kép, videó, hang, link, (szavazás)
- ▶ A tagok kapják meg az üzeneteket
- ▶ A tagok csak reakciókkal reagálhatnak, hozzászólással nem (még?)

Körüzenet csatorna

Mire jó?

- ▶ Rendszeres üzenet küldés
- ▶ Kapcsolattartás egy új felületen
- ▶ Elérés növelés
- ▶ Hírlevél alternatíva

Körüzenet csatorna

Közösségi kalandozások
Körüzenet-csatorna • 198 tag

5

<http://liftup.link/metaai1207>



Új mesterséges intelligencia eszközök a Metától!

Mesterséges intelligencia eszközök sorát mutatta be a Meta - Közösségi kalandozások

DEC. 08. 11:38

Fontos Messenger újdonságok, amikről érdemes tudnod:
<http://liftup.link/titkosítottmessenger>



Titkosított üzenetküldés és más Messenger újdonságok

Titkosított üzenetek és más újdonságok a Messengeren - Közösségi kalandozások

129 ember látta

Csak Közösségi kalandozások tud üzenetet küldeni. Te reagálhatsz rájuk, valamint szavazhatsz a szavazásokban.

Csorbaanita
Körüzenet-csatorna • 1,1 E tag

Letölthető - Téli színező - Csorba Anita - Alkossunk Együtt!

81

NOV. 22. 19:07

A Black Friday minden évben fejtörést okoz nekünk, hogy legyen/ne legyen- mert minden alkotódobozunkat a maximumra töltjük és a kedvezmény nem fér bele... idén viszont annyira azt érzem, hogy sokan vannak nehezebb pénzügyi helyzetben, amikor annyira számít minden forint. A mi INSPIBOXAINK pedig azért készülnek, hogy minden gyermek, aki erre vágyik, megkaphassa. Ezért most kivételesen nálunk is lett Black Friday - a karácsonyi Inspiboxot most eddig nem látott kedvezménnyel vásárolhatjátok meg november 26-a éjfélig. 14.900.- Ft helyett 11.900.- Ft-ért, használjátok a bfmeglepi kuponkódot. Remélem ezzel hozzájárulok ahhoz, hogy minden gyermek álma valóra váljon Karácsonykor

902 ember látta

Csak Inspirációk Csorba Anitától tud üzenetet küldeni. Te reagálhatsz rájuk, valamint szavazhatsz a szavazásokban.

League of Legends
Körüzenet-csatorna • 50 E tag

NOV. 14. 2:13

THE #WORLDS2023 FINAL:

WBG vs T1

630



WBG VS T1

League of Legends szavazást hozott létre.
[Szavazás megtekintése](#)

Who are you going for?

T1 +16,8K

WBG +1,7K

Szavazás

57,2 E ember látta

Csak League of Legends tud üzenetet küldeni. Te reagálhatsz rájuk, valamint szavazhatsz a szavazásokban.

netflix is watching
Körüzenet-csatorna • 74,6 E tag

NOV. 27. 22:20

i have a question

270



882

Netflix szavazást hozott létre. [Szavazás megtekintése](#)

which squid game challenge would be the one that takes you OUT

red light green light +2,2K

the cookie +1,2K

the one where you... +786

1 további lehetőség

Szavazás

67 E ember látta

Csak Netflix tud üzenetet küldeni. Te reagálhatsz rájuk, valamint szavazhatsz a szavazásokban.

Körúzenet csatorna

<https://m.me/j/AbasabOKy-oW8F4L/>

Hogyan használjuk a Messenger?

- ▶ Csöpögtető kampányok: feliratkoztatás + chatbot
- ▶ Folyamatos kapcsolattartás: Körüzenet csatorna
- ▶ Közösség építés: közösségi chat (FB csoport)
- ▶ Beérkező kérdések kezelése: automatizmus vagy chatbot
- ▶ Hirdetések: ????

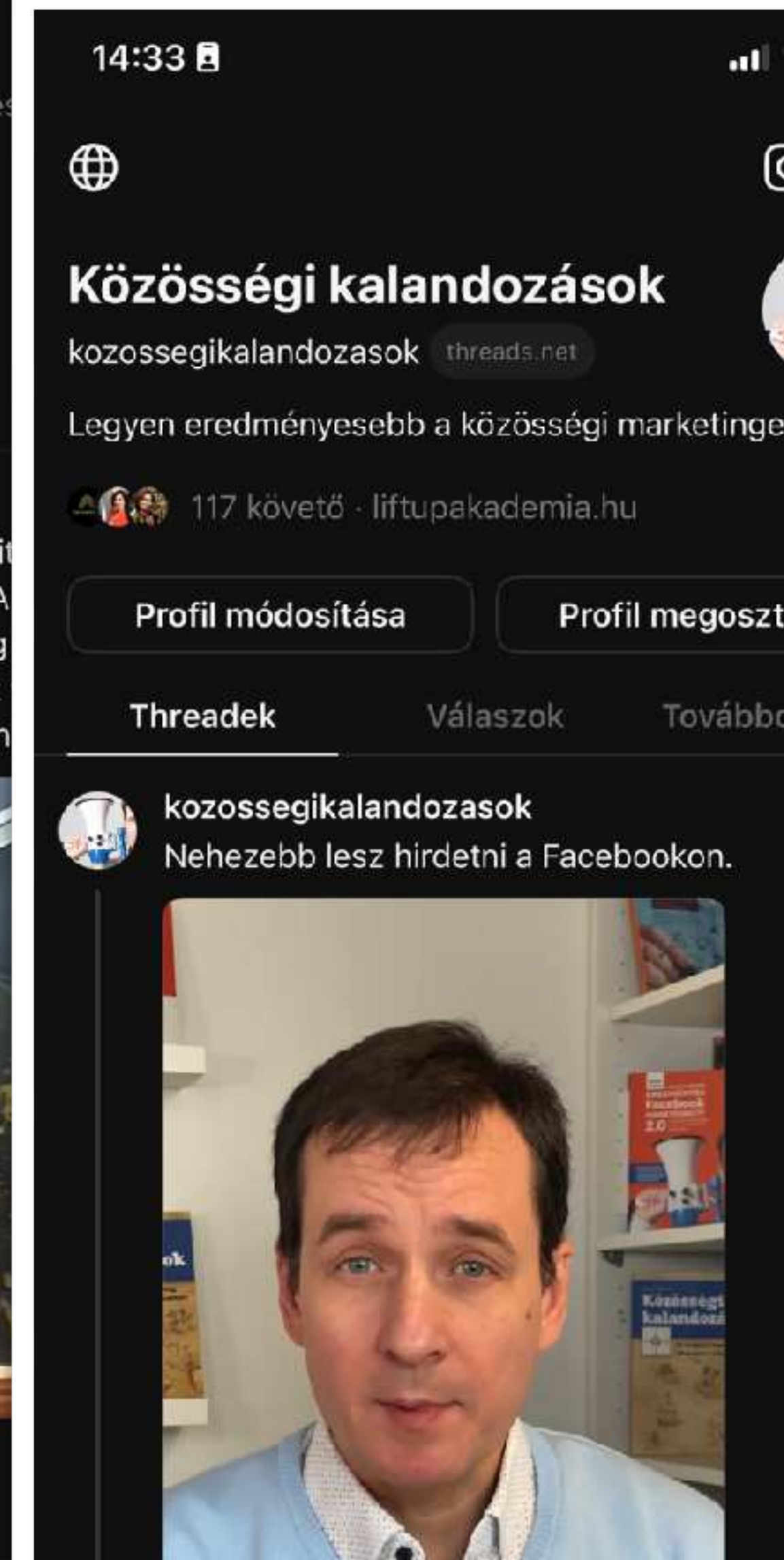
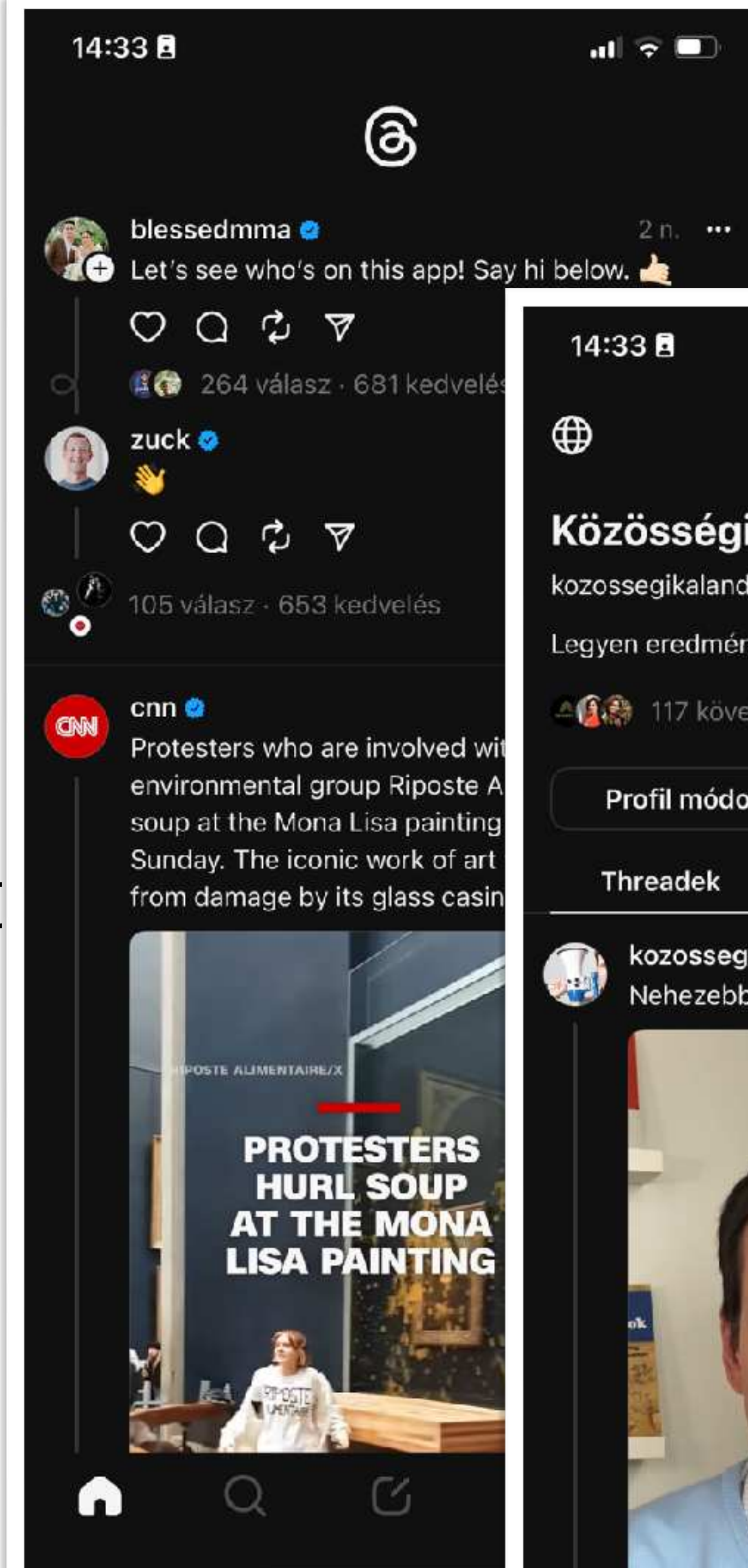
Amiért a Messenger kiemelten fontos

- ▶ Direkt, gyakori kapcsolat a célcsoporttal, hírfolyamtól függetlenül, reklámmentesen
- ▶ Sűrű szezonok előtt érdemes felépíteni (pl. Black Frída előtt)

Threads

Threads

- ▶ X (Twitter) konkurenciája
- ▶ Keresi a helyét a platform
- ▶ Kísérletezni érdemes rajta
- ▶ Figyelni kell, használja-e a célcsoport



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



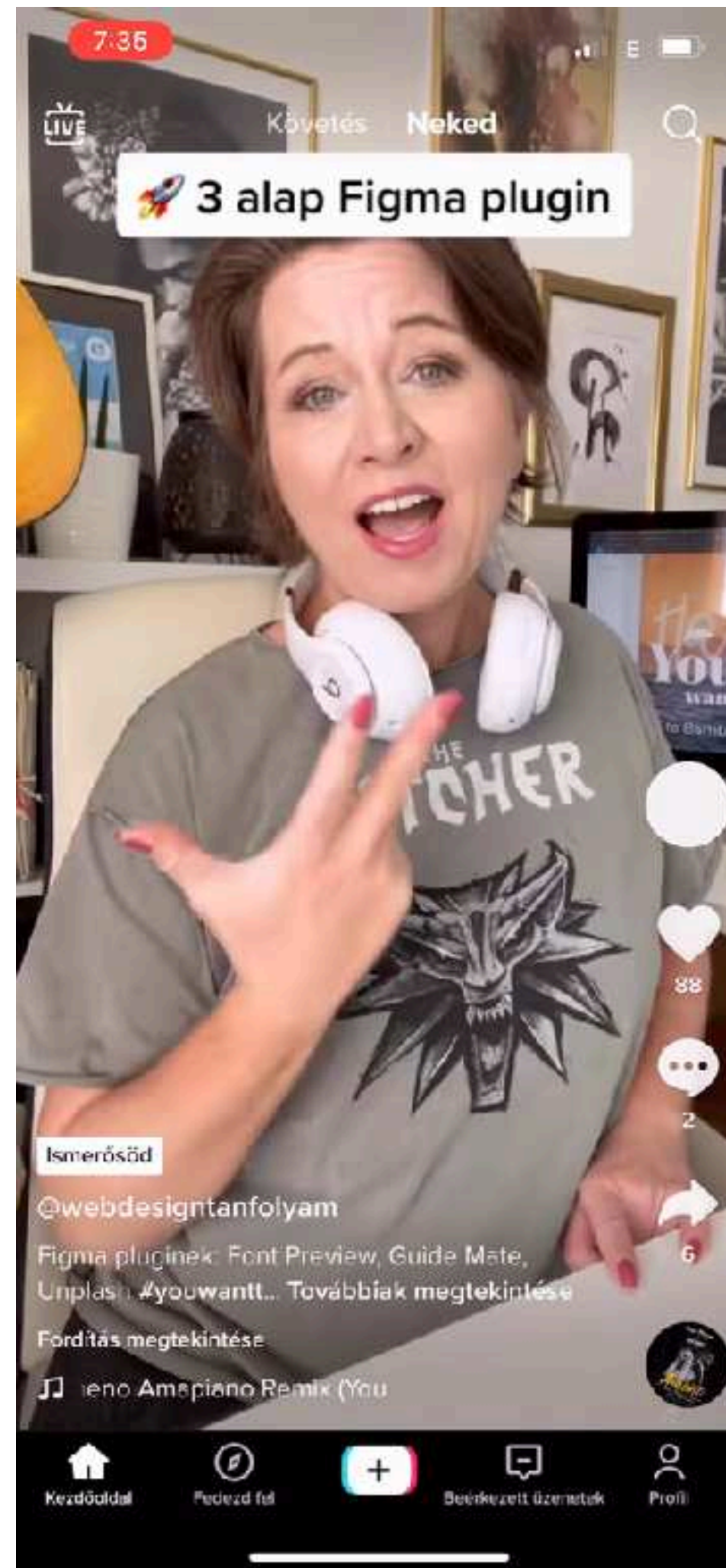
TikTok



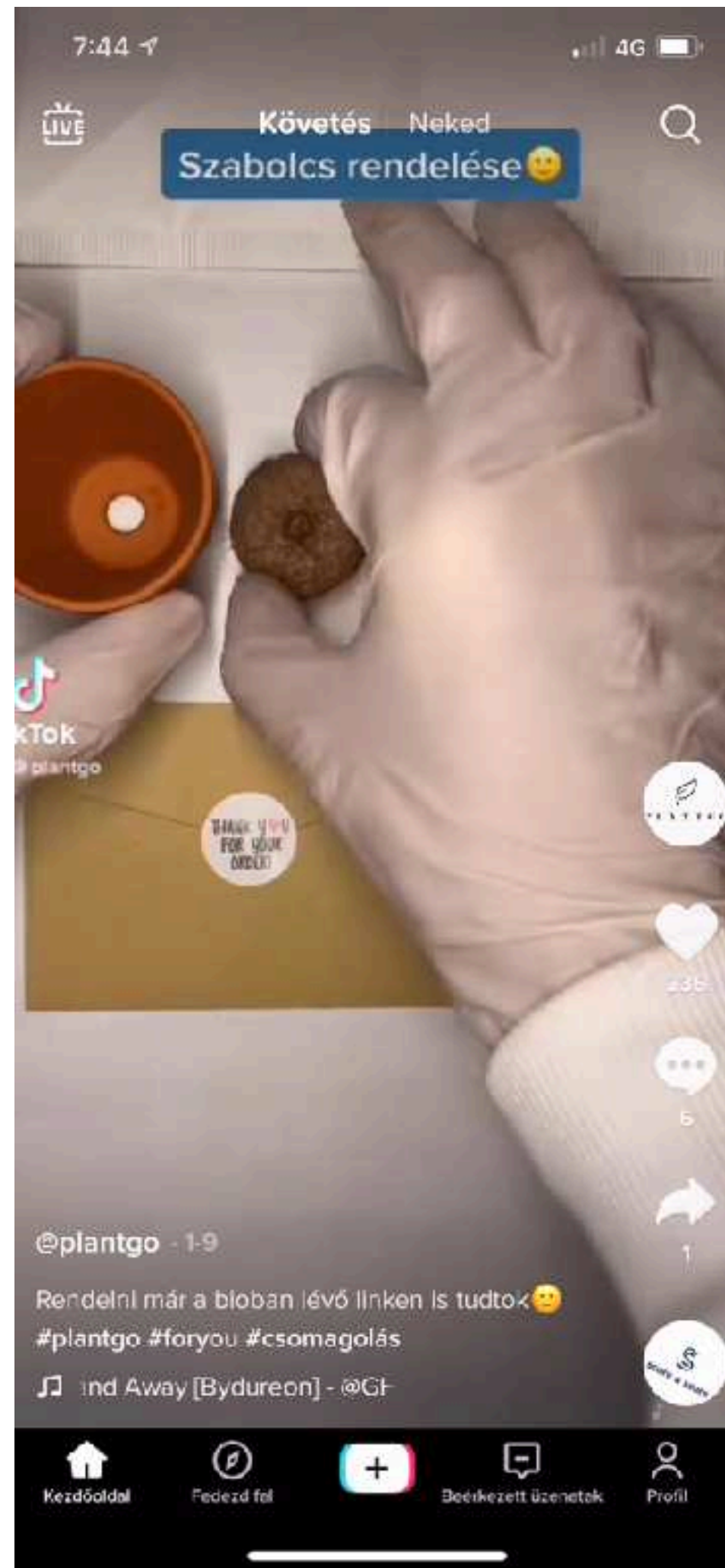
TikTok



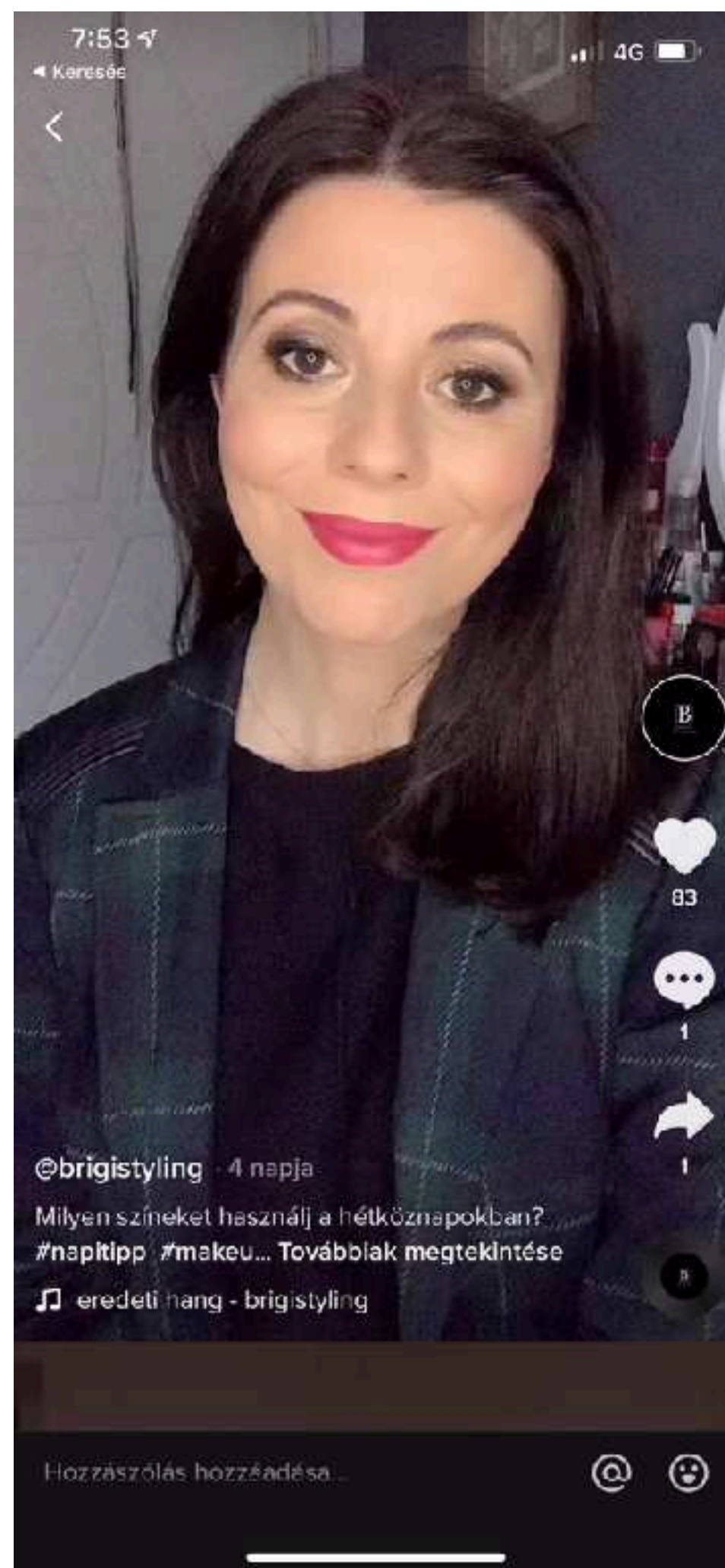
TikTok



TikTok



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

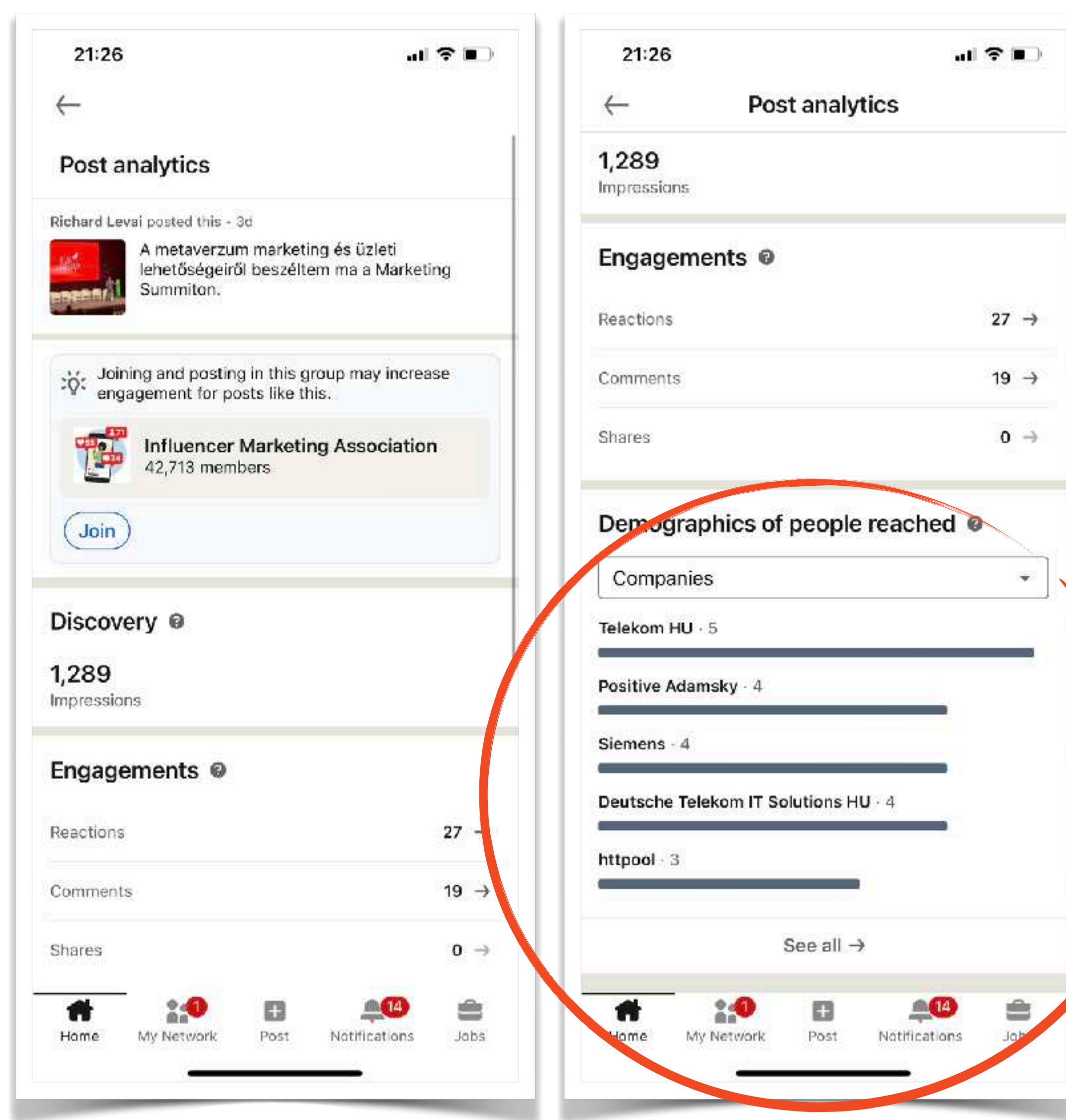
- ▶ Üzleti kapcsolatépítés
- ▶ Elsősorban személyes profilon keresztül
- ▶ Változatos formátumok és funkciók
- ▶ Nagyon jó statisztikák
- ▶ Fontos a beszélgetések generálása

LinkedIn

- ▶ 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:

- ▶ Érdekeségek
- ▶ 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?

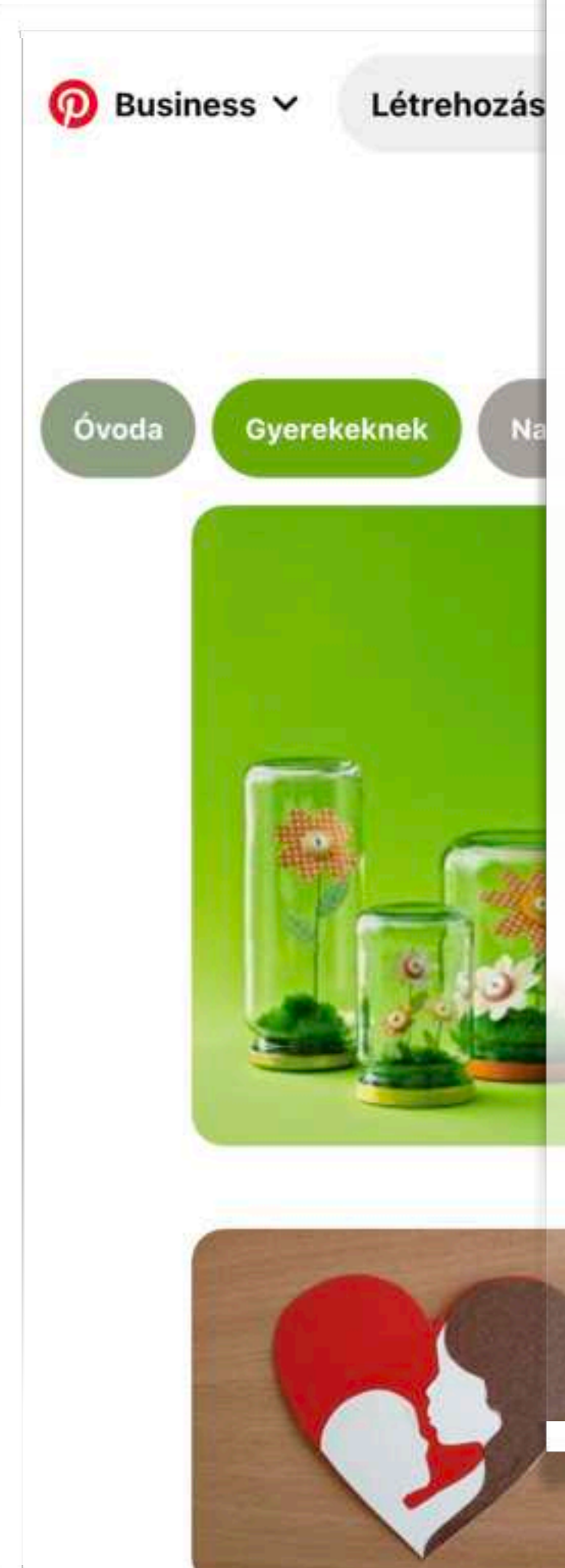
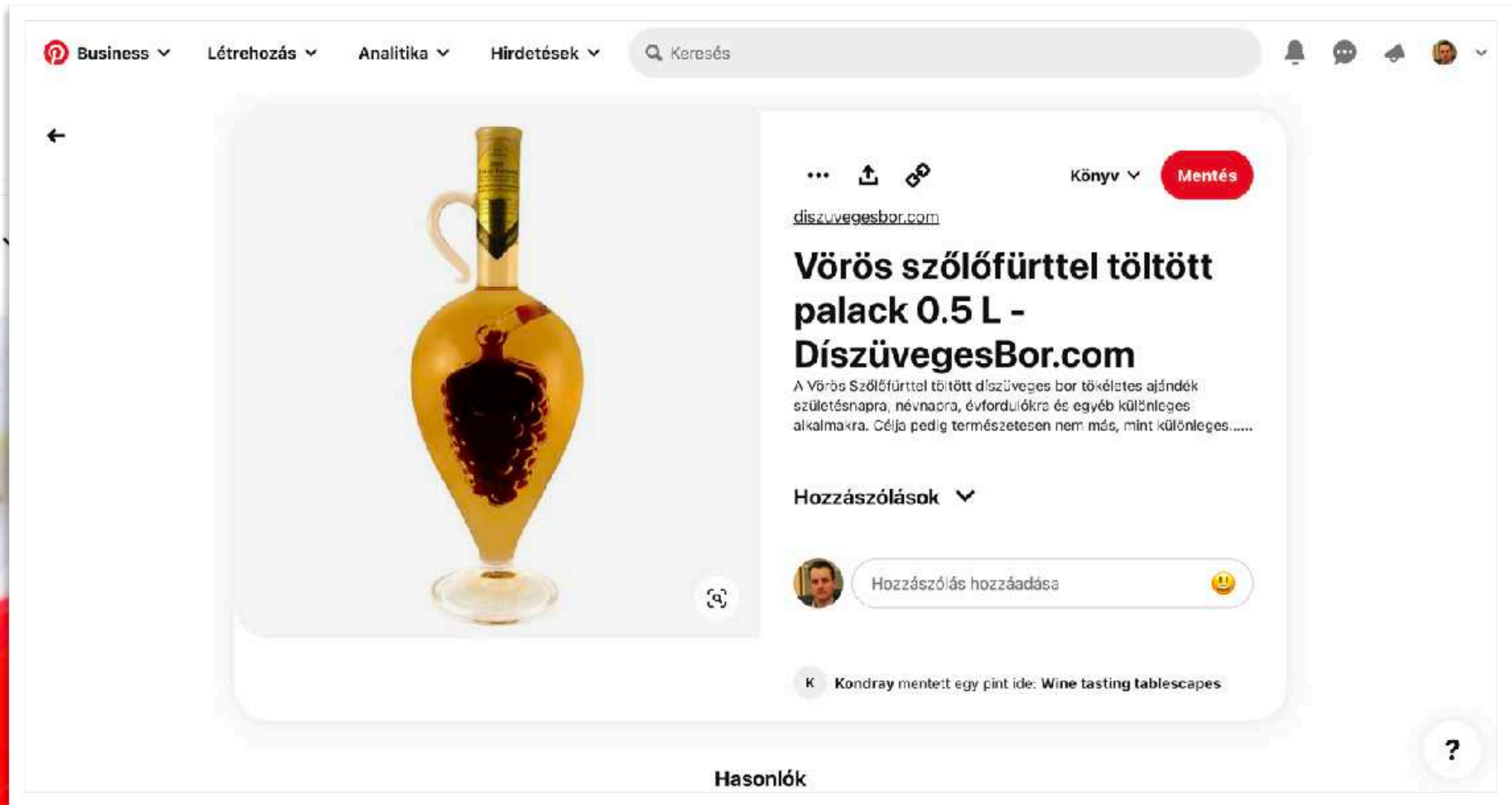
Céges jelenlét LinkedIn oldalon és a munkatársak bevonásával.

Pinterest

Pinterest

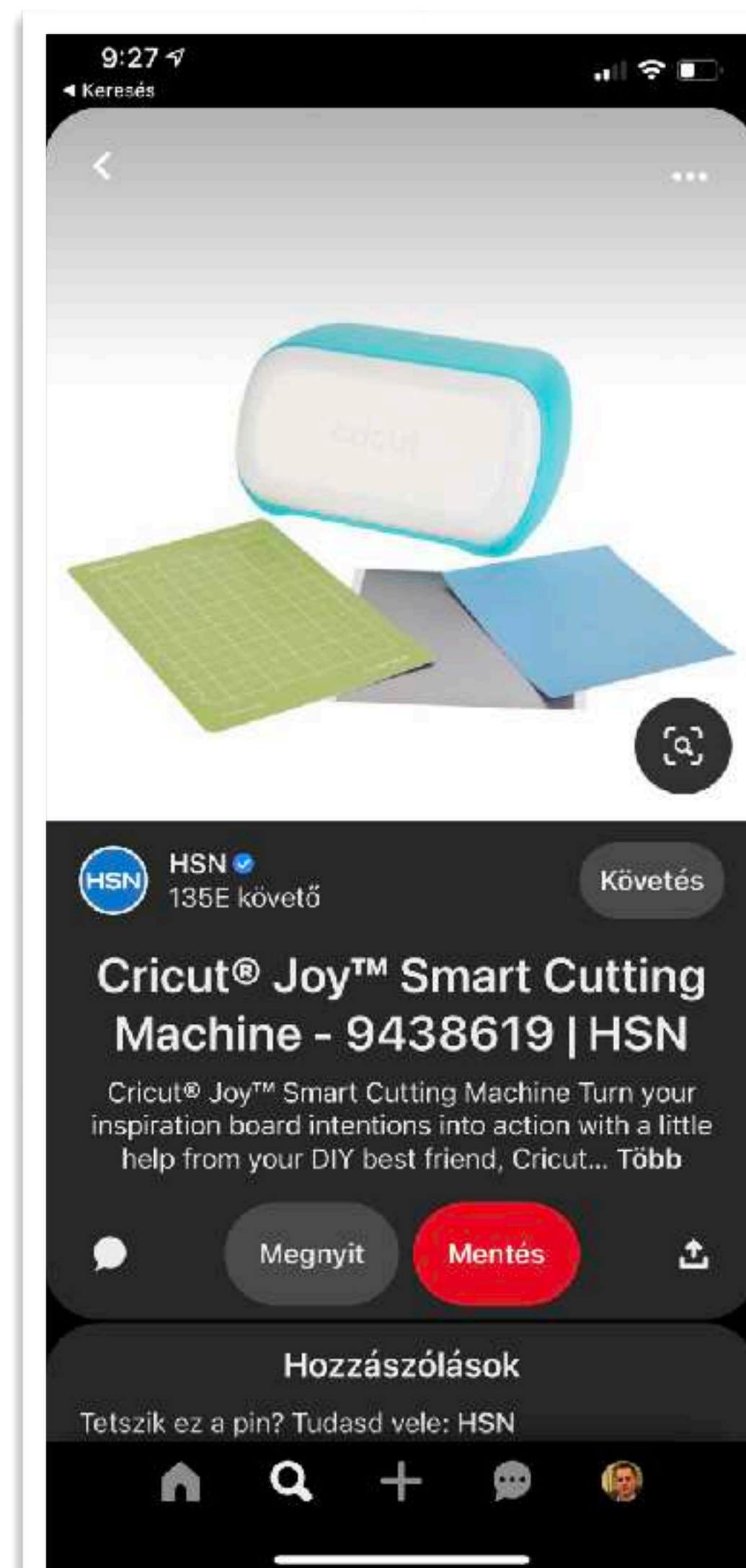
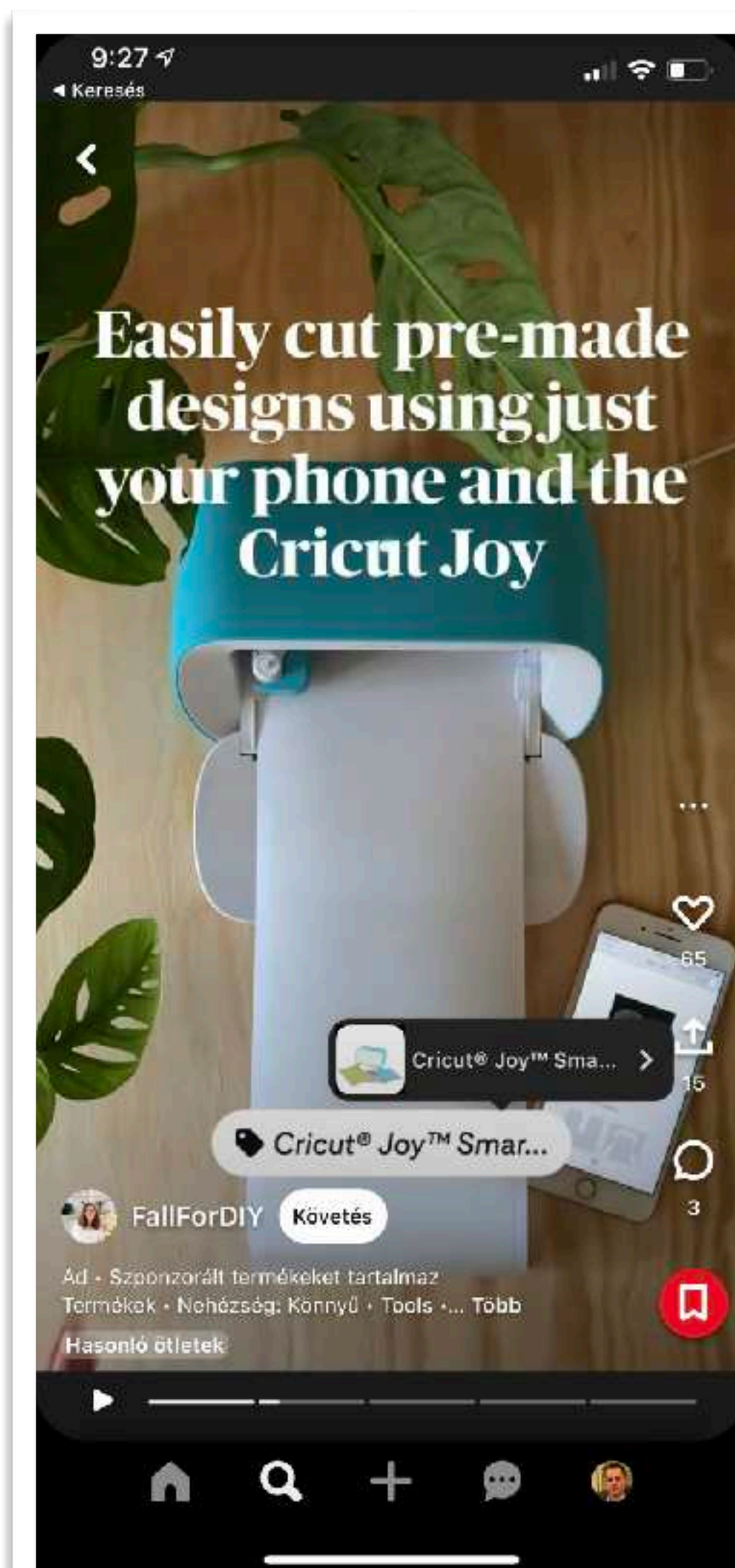
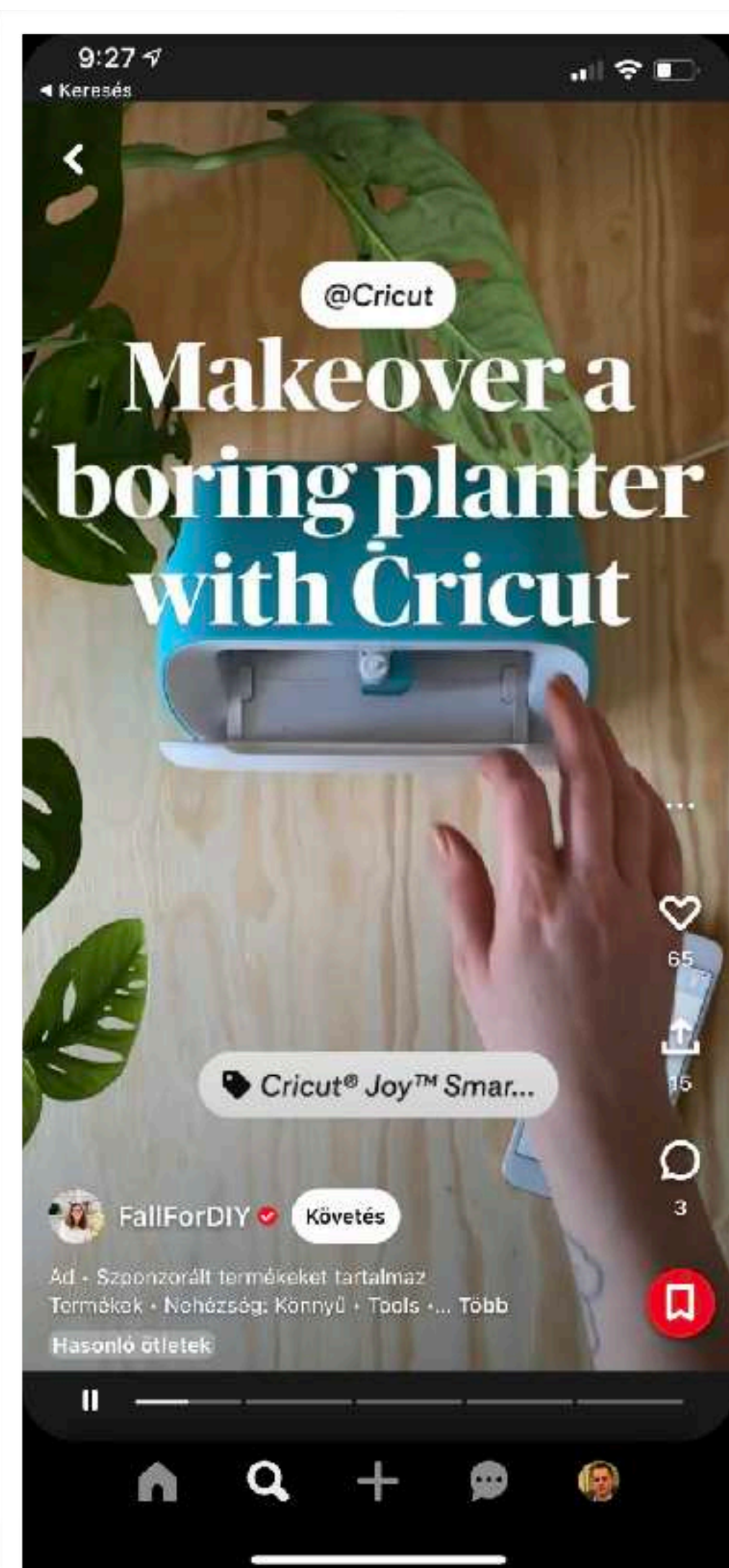
- ▶ Speciális területeken nagyon hasznos (food, beauty, travel, fashion, DIY, stb.)
- ▶ 80% női felhasználó
- ▶ Erős értékesítés támogatás

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

YouTube csatorna

YouTube HU

Kezdőlap

Felfedezés

Shorts

Feliratkozások

Könyvtár

Előzmények

Videóid

Megnézendő videók

Kedvelt videók

FELIRATKOZÁSOK

LEGO

Mit Játsszunk?

Játszóház Projekt

Virgin Galactic

Közösségi Kalandozá...

reflexshop

CONTAINEX

1,8

KEZDŐLAP

CONTAINEX

5 containers were

YouTube HU

colas

Kezdőlap

Felfedezés

Shorts

Feliratkozások

Könyvtár

Előzmények

Videóid

Megnézendő videók

Kedvelt videók

FELIRATKOZÁSOK

LEGO

Mit Játsszunk?

Játszóház Projekt

Virgin Galactic

Közösségi Kalandozá...

reflexshop

COLAS

Colas Limited

657 feliratkozó

FELIRATKOZÁS

KEZDŐLAP

VIDEÓK

LEJÁTSZÁSI LISTÁK

KÖZÖSSÉG

CSATORNÁK

NÉVJEGY

RENDEZÉSI SZEMPONT

Létrehozott lejátszási listák

2

Wattway

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

1

Mobile Plants

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

1

Construction projects

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

7

Specialist Surface Treatments

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

5

Road Safety at Colas Ltd

TELJES LEJÁTSZÁSI LISTA MEGTEKINTÉSE

1

4

9

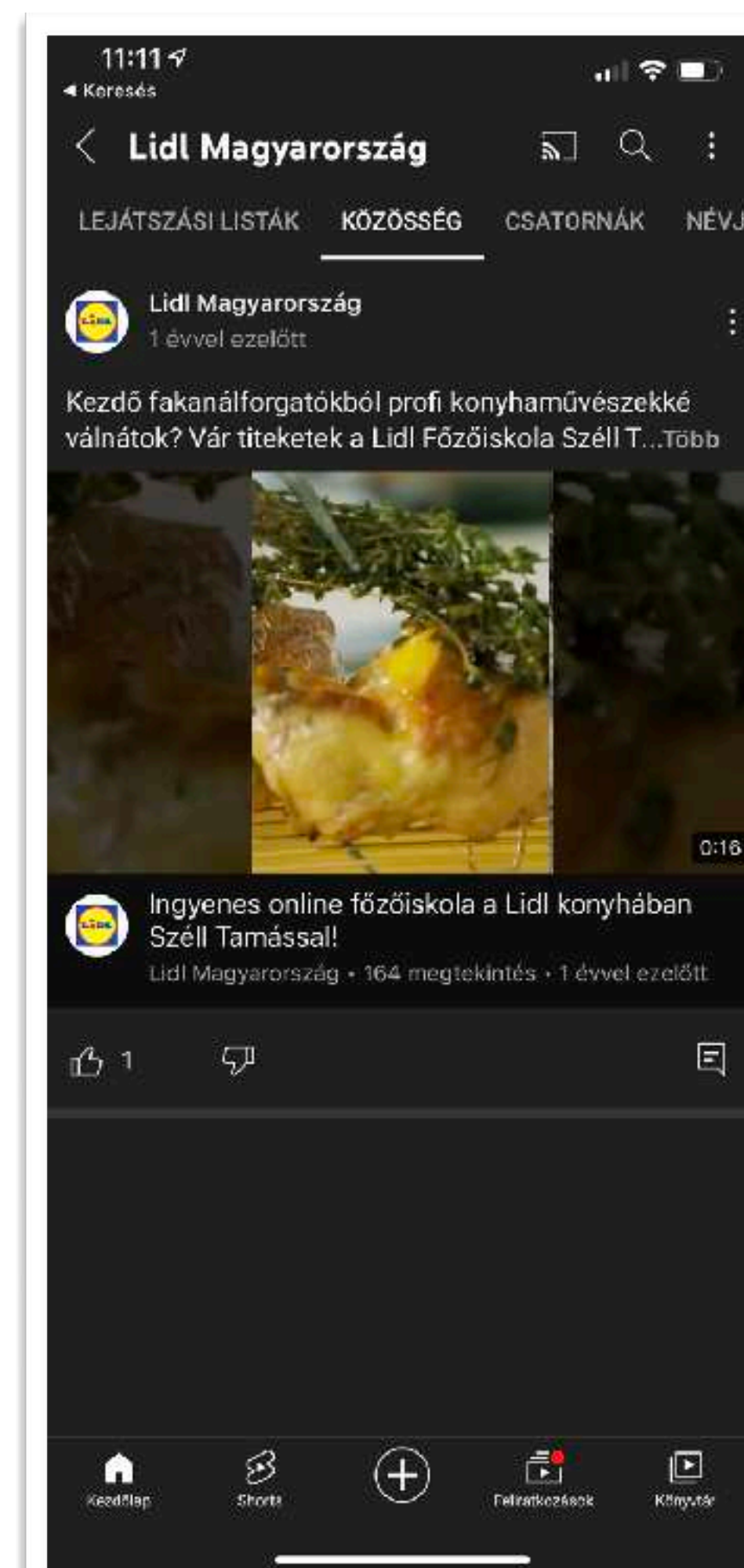
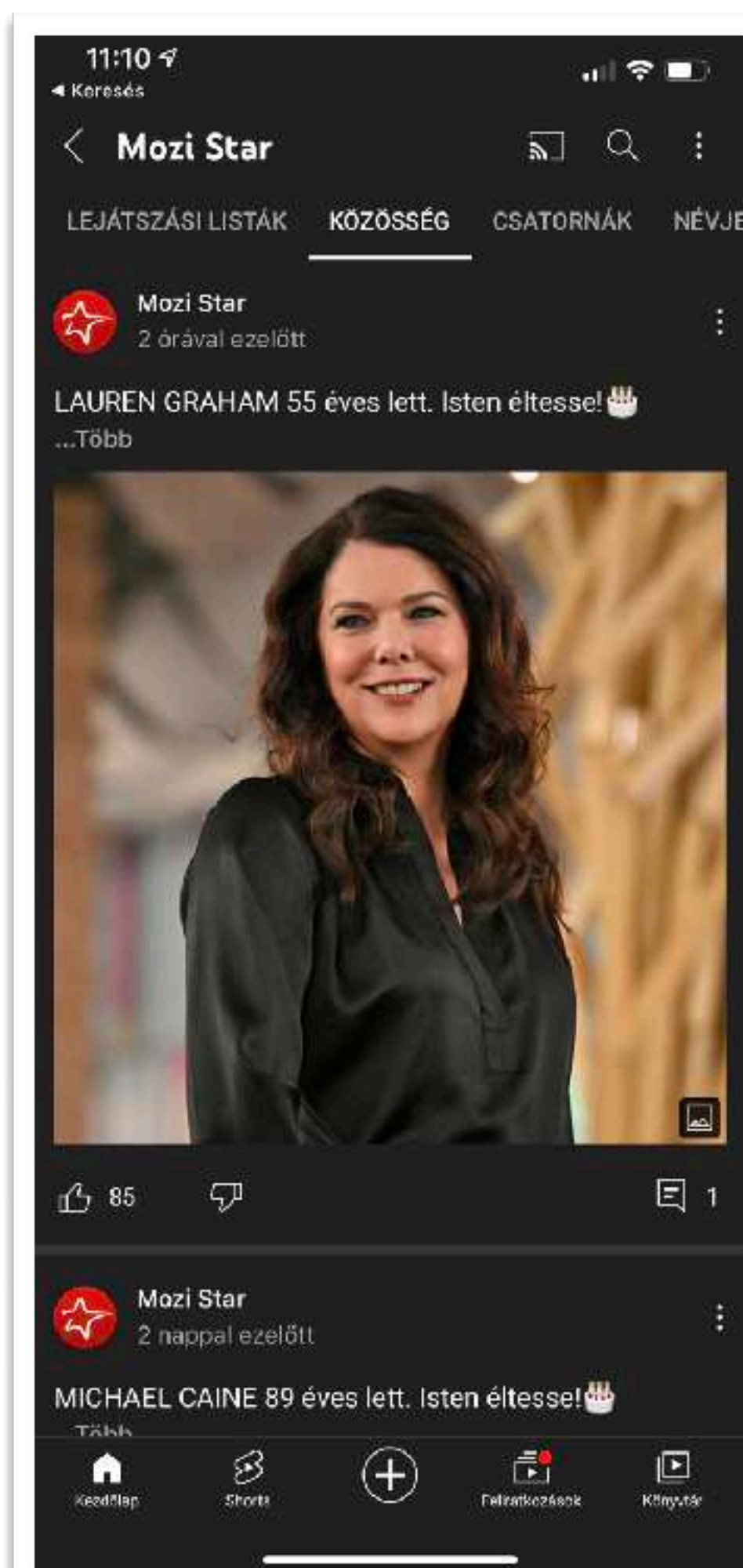
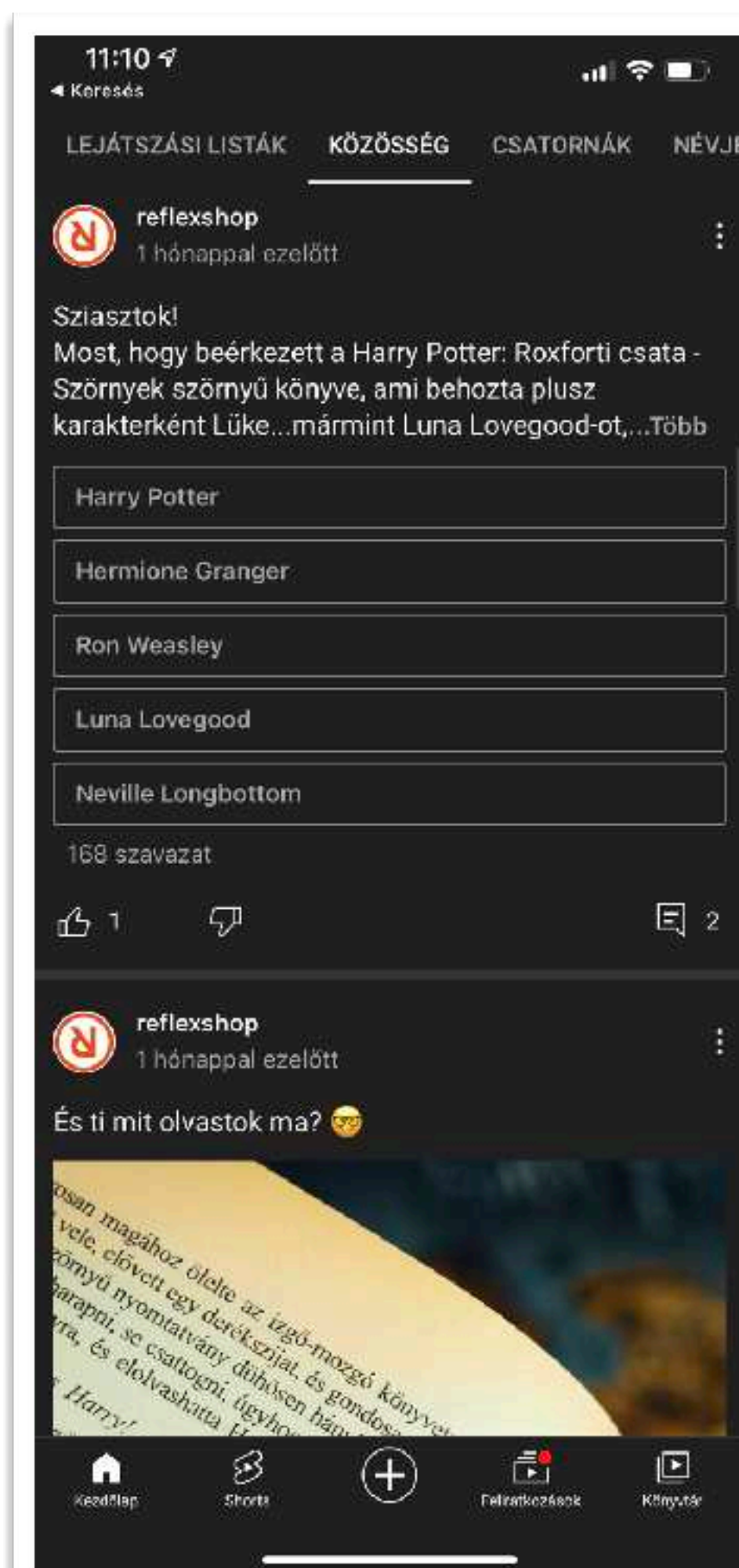
2

15

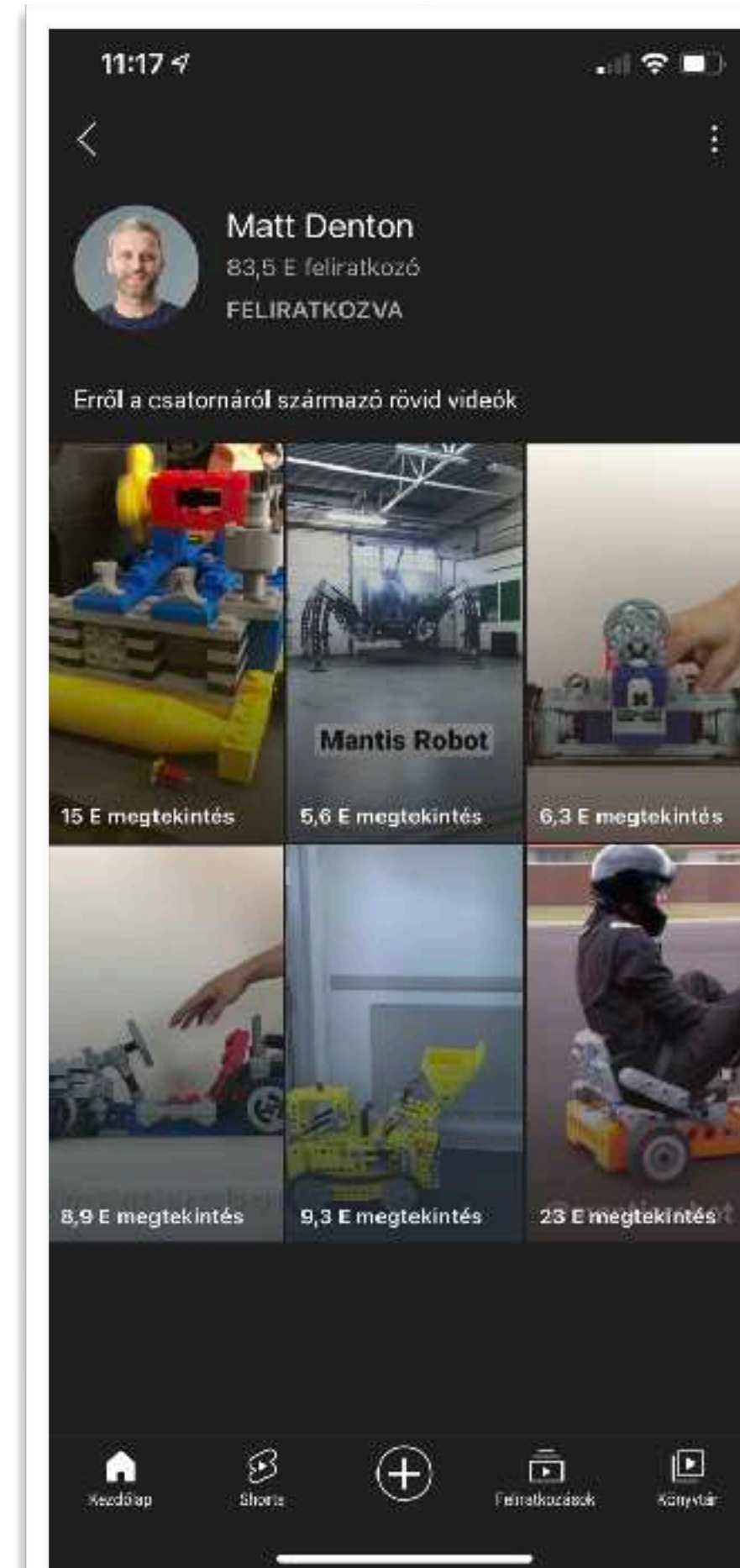
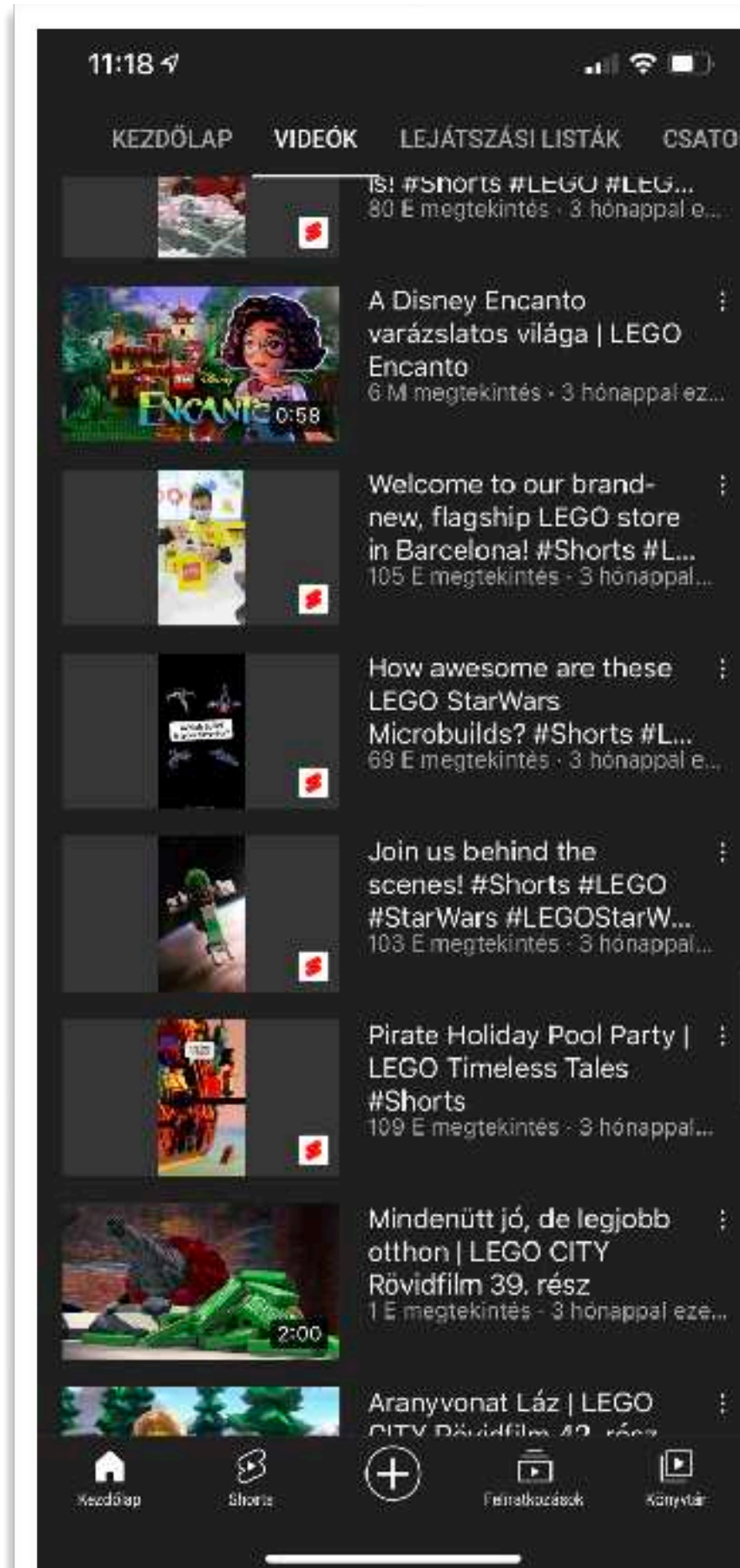
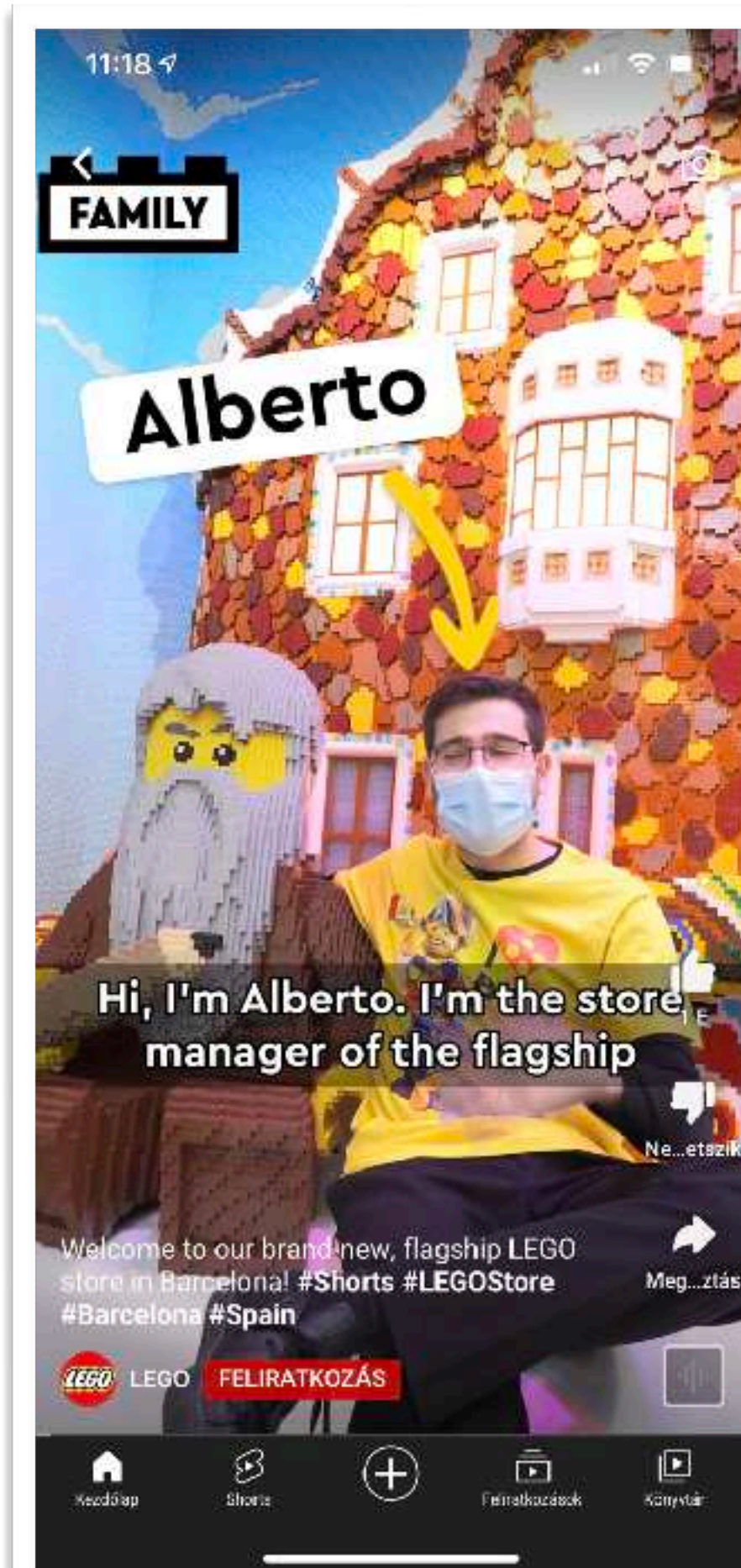
CONTAINEX auf einen Blick / CONTAINEX at a glance

ÖSSZES LEJÁTSZÁSA

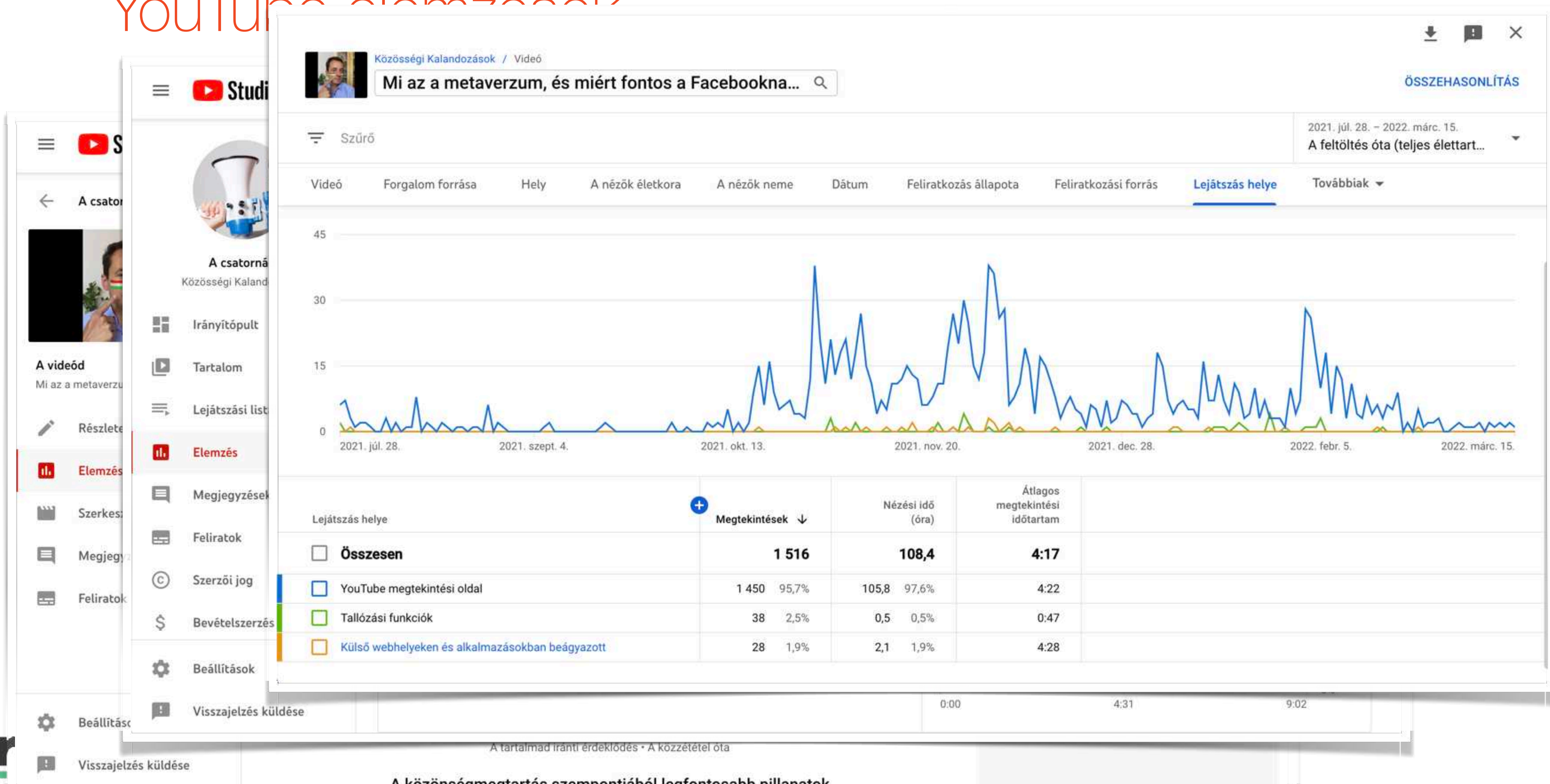
YouTube tartalmak



YouTube shorts



YouTube elemzők



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

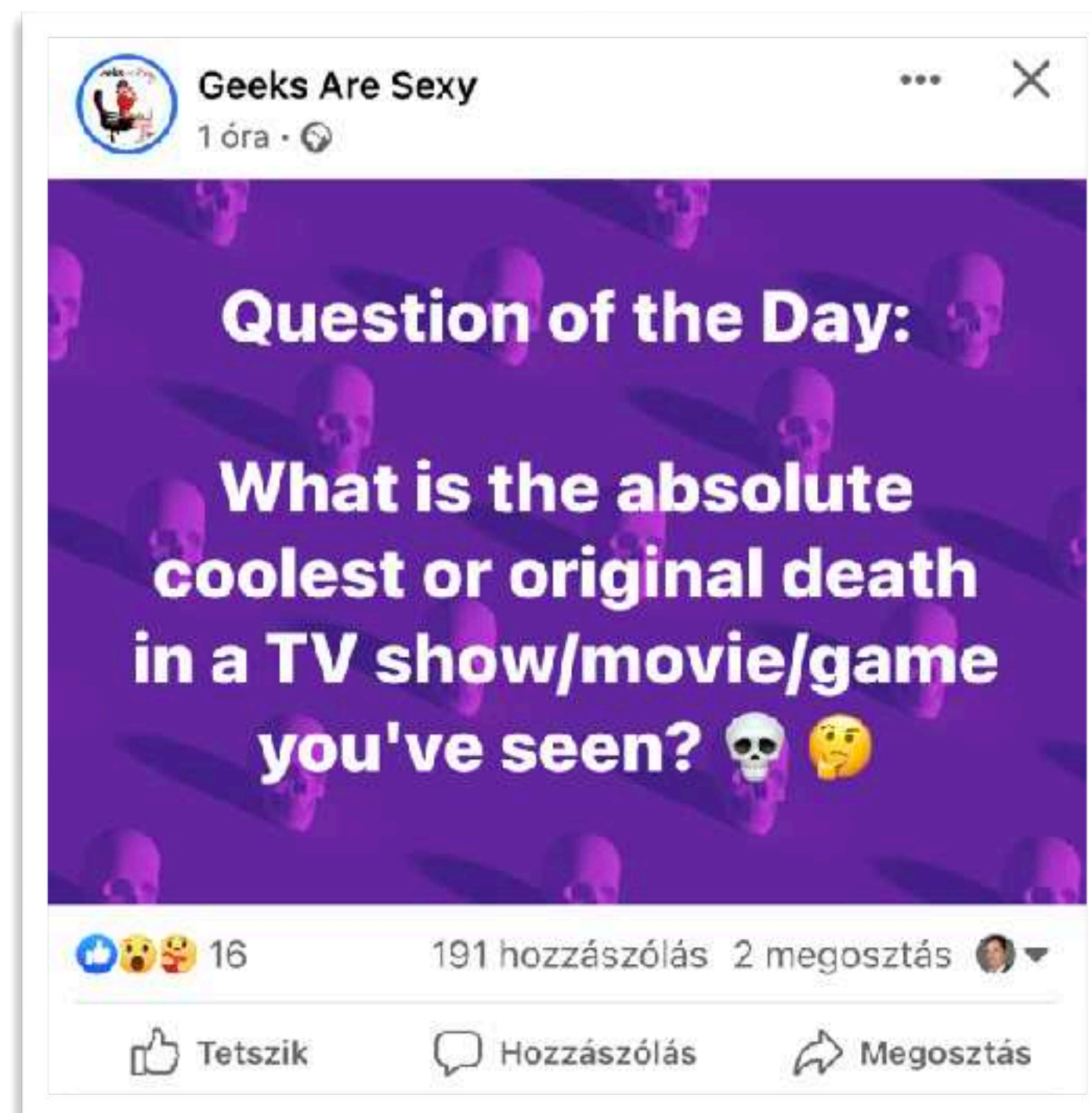
Formátumok

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:

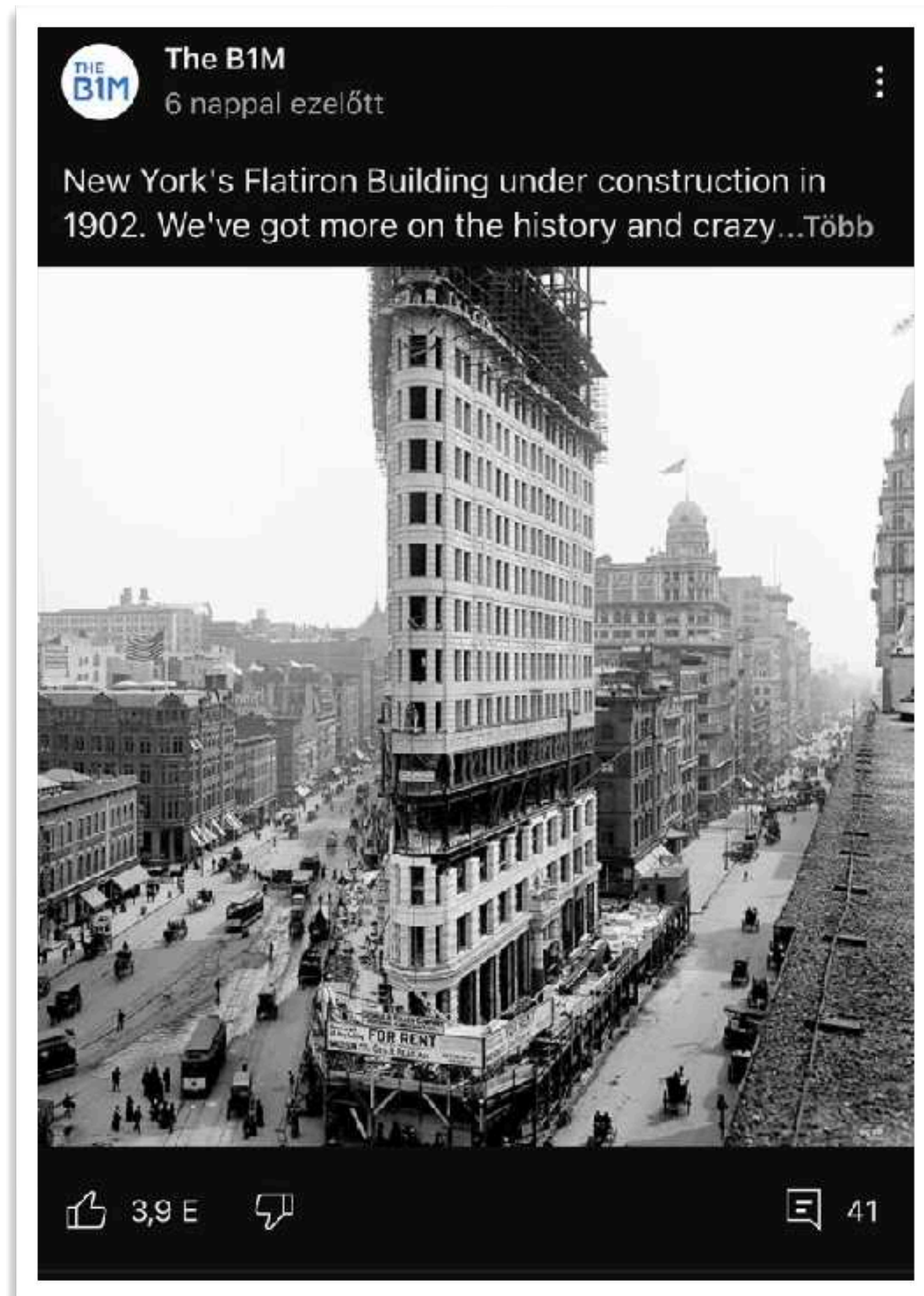
- ▶ Alkalmoszerűen, ami éppen eszünkbe jut, van egy friss hír, vagy sokat beszél róla a célcsoport
- ▶ Előre összeállított és akár beütemezett témák

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



► Figyelemfelkeltés

Forrás: Facebook



Képek



► Azonnali bevonódás

Forrás: Facebook

Képek



► Üzenet kihangsúlyozása mémme

Forrás: Facebook

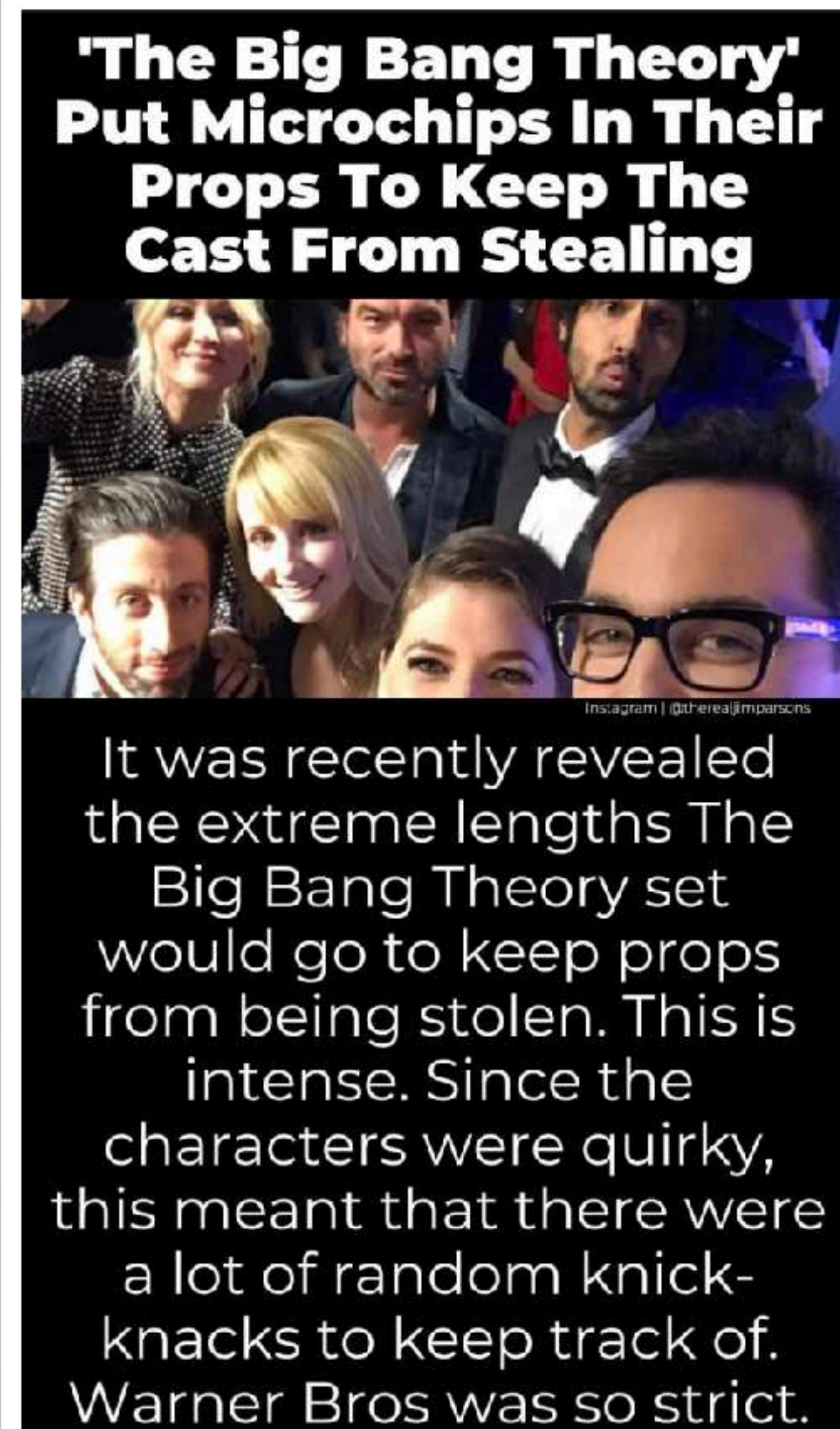
Képek



► 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



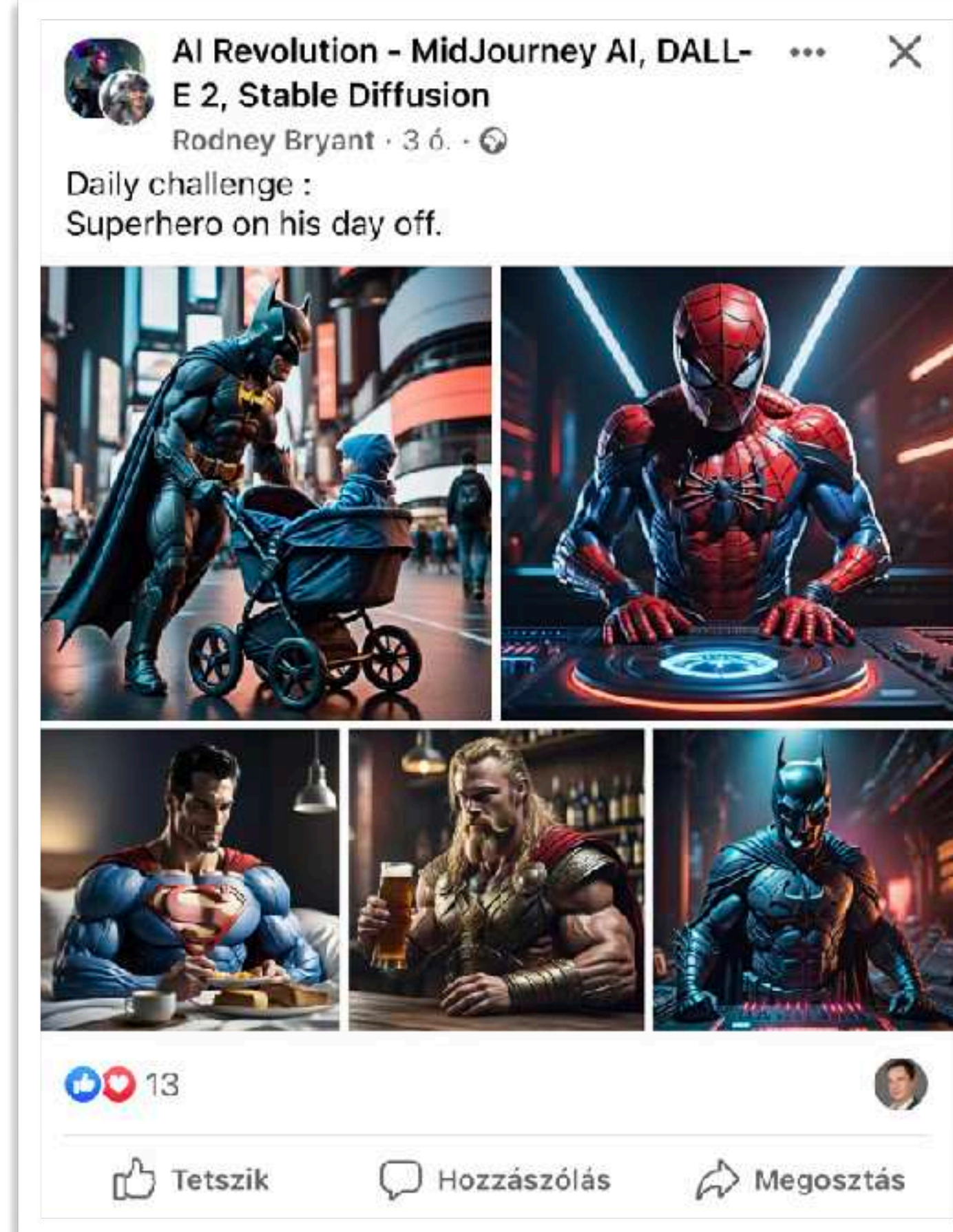
Galéria



► Esemény dokumentálás

Forrás: Facebook

Galéria



► Referencia bemutatás

Forrás: Facebook

Galéria



► Termék bemutatás

Forrás: Facebook



Galéria



► Termék bemutatás

Forrás: Facebook



Galéria

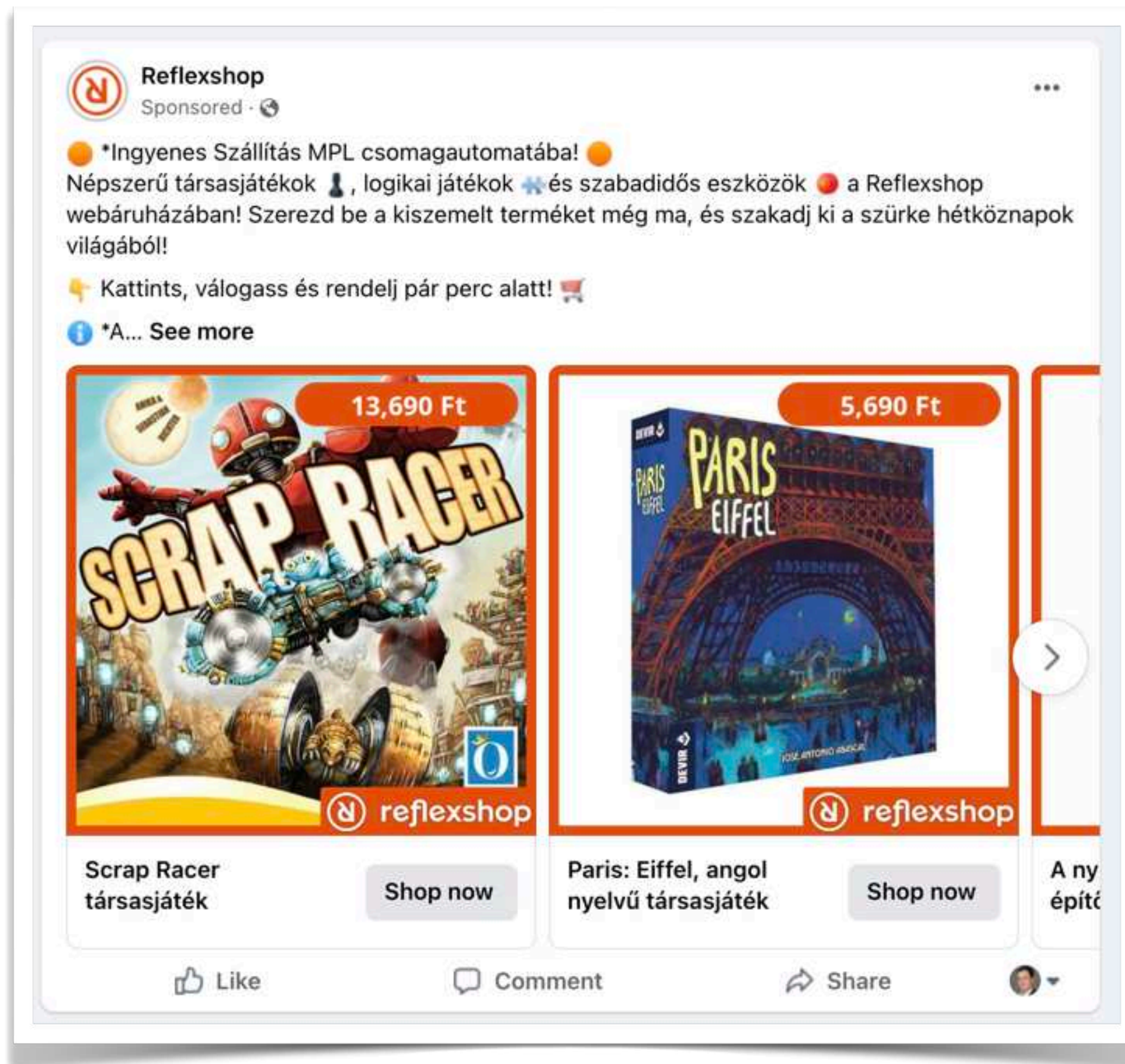


► Termék bemutatás

Forrás: Facebook (csoport)



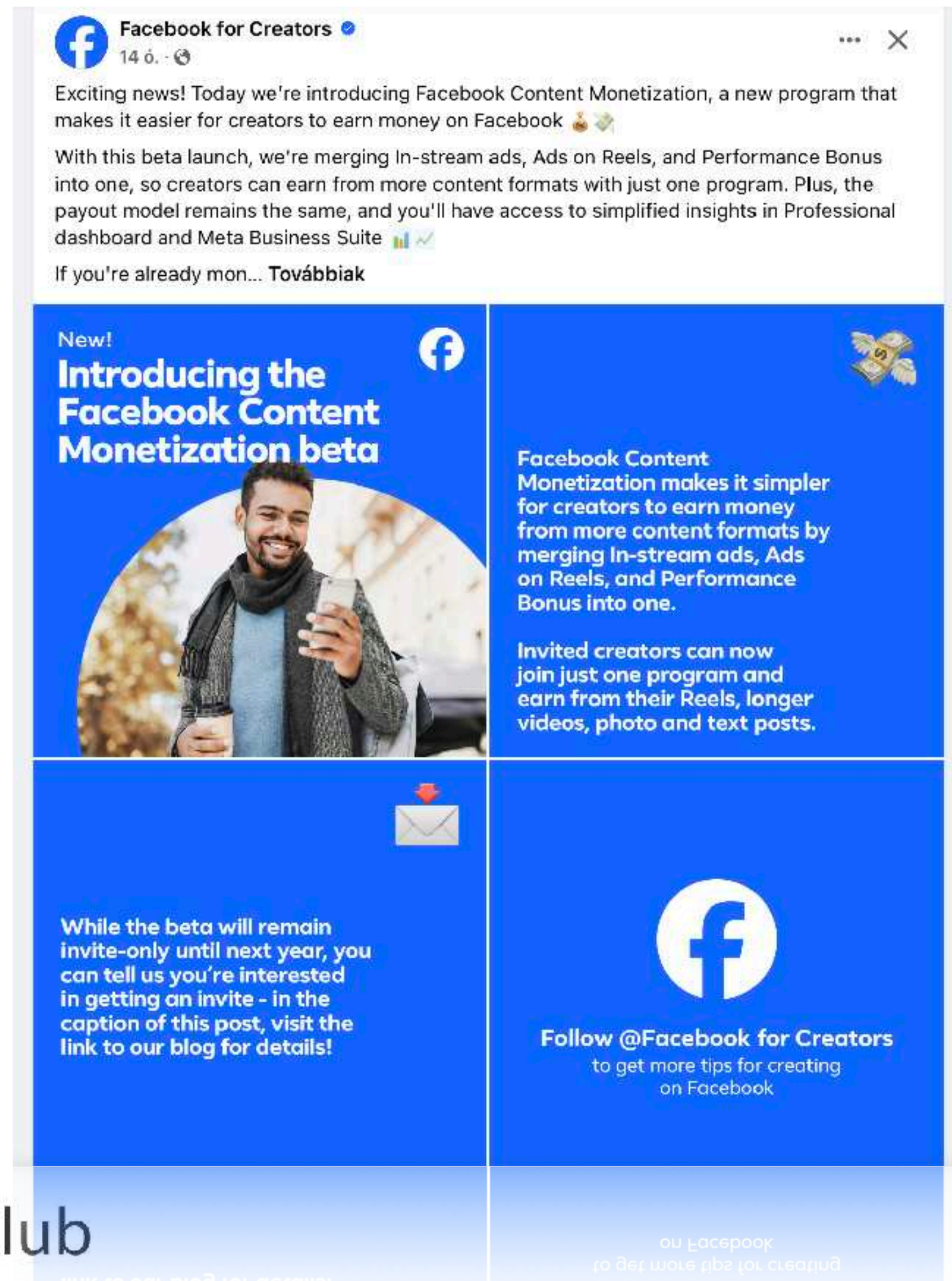
Galéria



► Termék bemutatás, link galéria
(hirdetés)

Forrás: Facebook

Galéria



► Infografika

Forrás: Facebook

Galéria

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

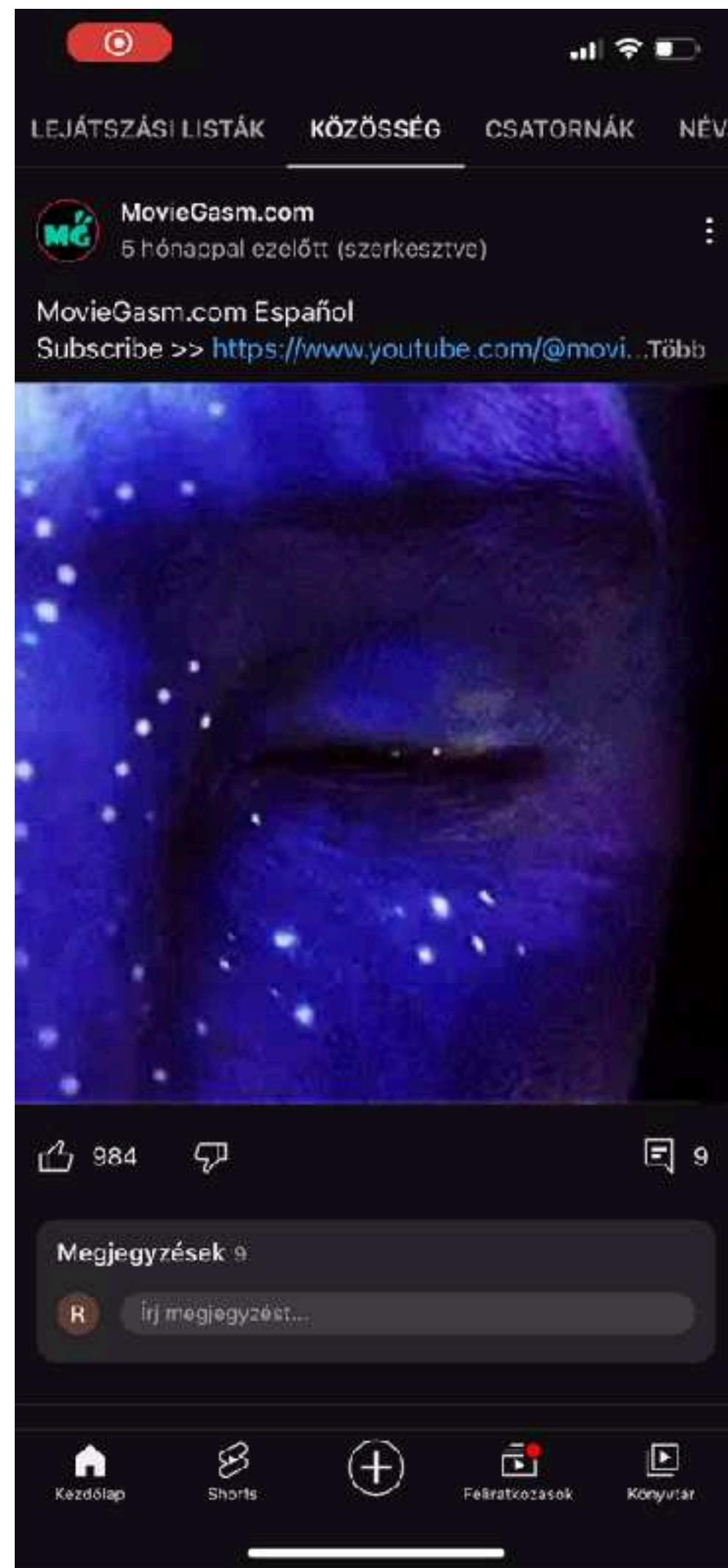
Instagramon különösen jók a karusszel posztok!

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

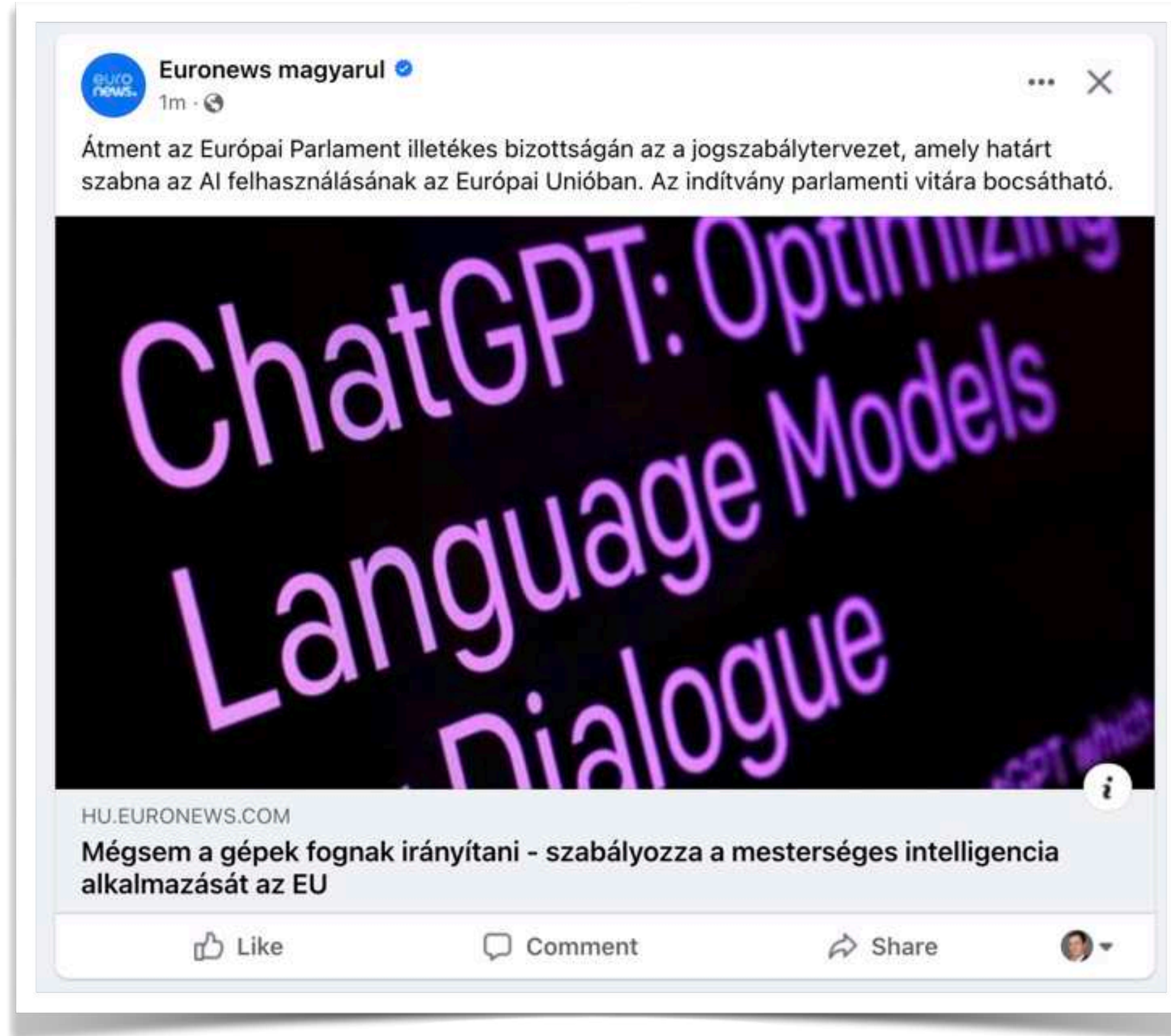


Linkek

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

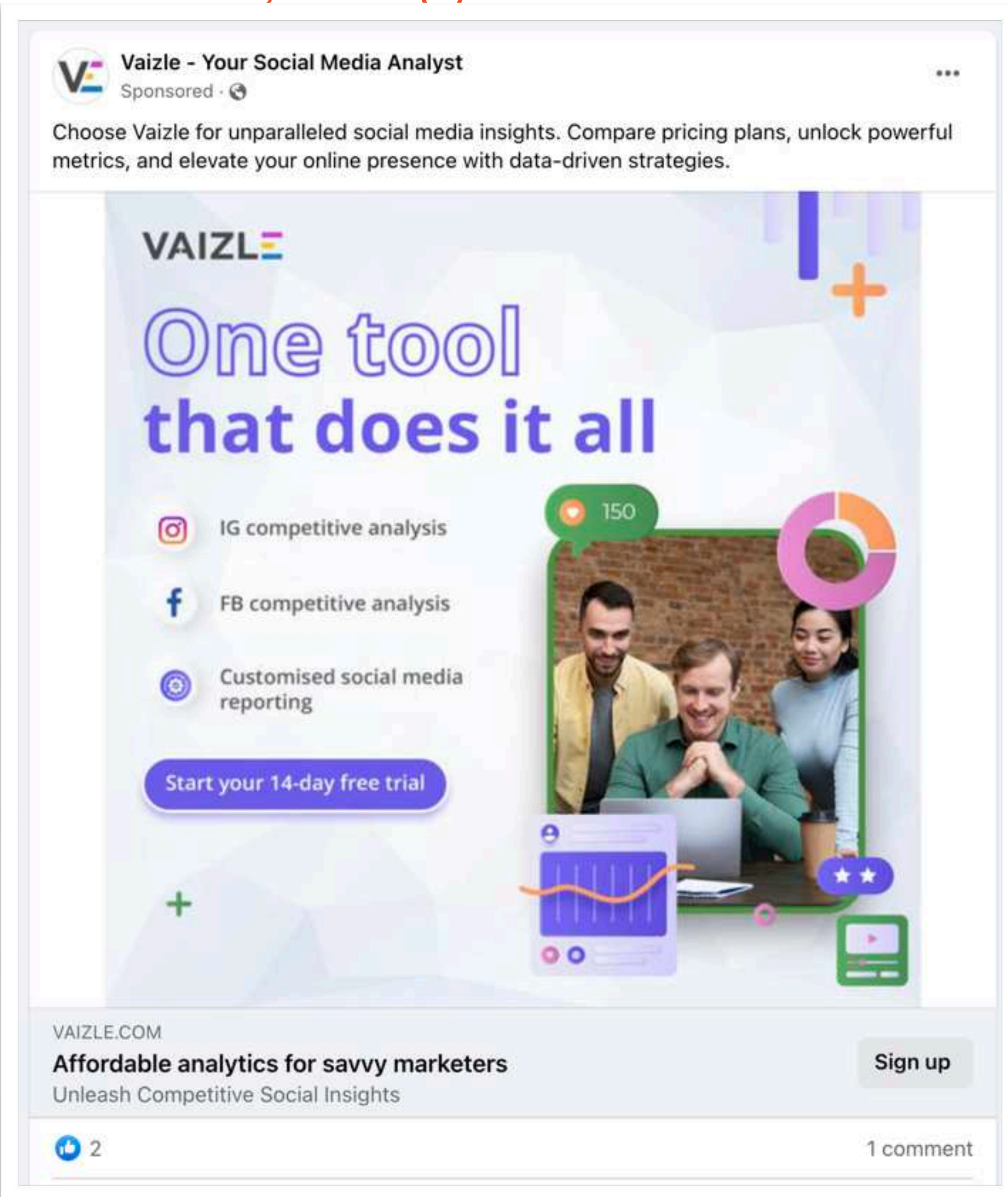
Linkek, forgalomterelés



► “Klasszikus” link weboldalról

Forrás: Facebook

Linkek, forgalomterelés



► Link és kép hirdetésben

Forrás: Facebook



Linkek, forgalomterelés



► “Klasszikus” link weboldalról

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-erttsegi-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%	

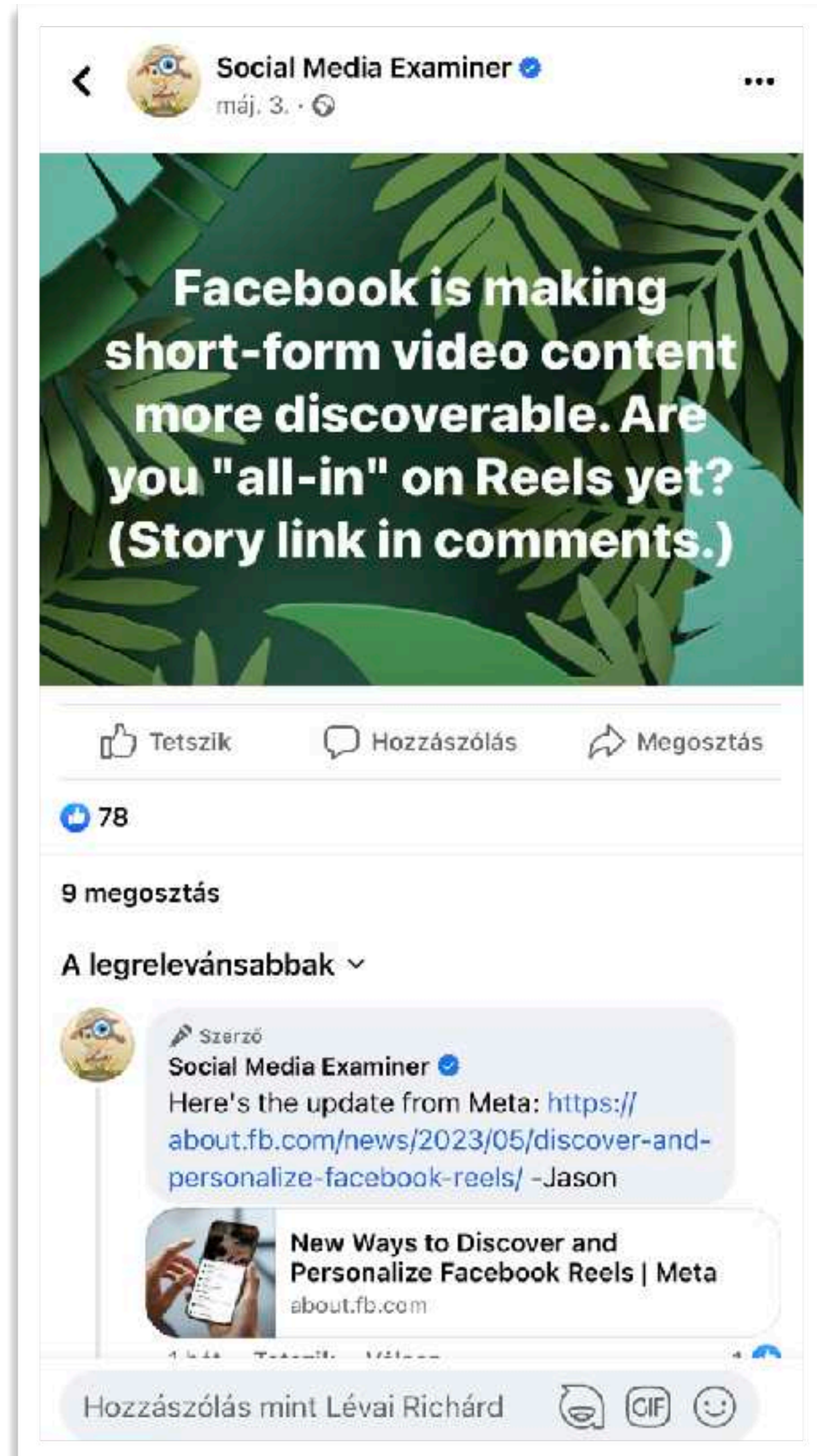
1,9 E 370 hozzászólás 59 megosztás

► 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

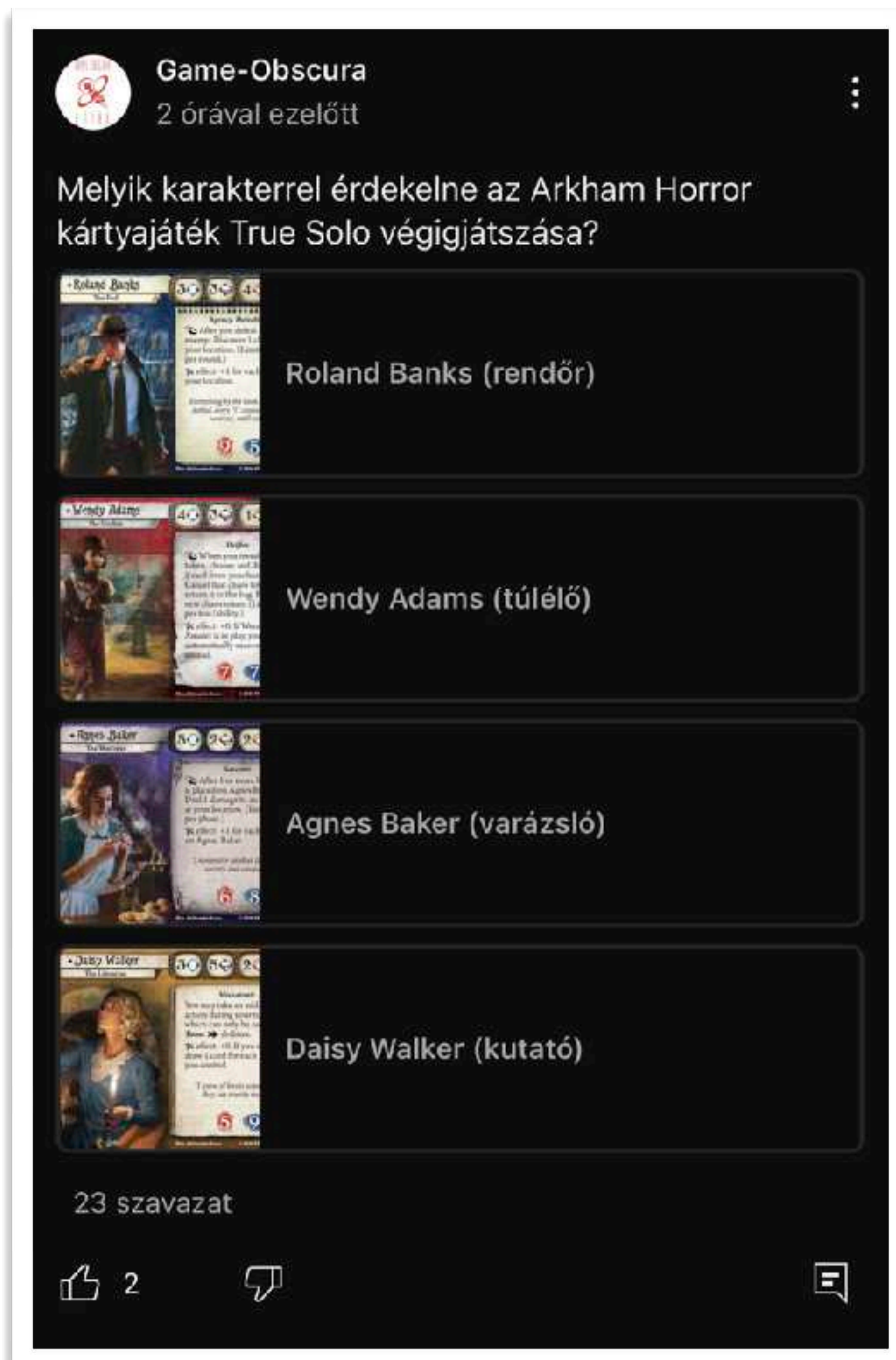
- ▶ A forgalomterelés fontos
- ▶ Érdemes változatos módszereket használni
- ▶ Minden platformon más működik

Szavazás

Szavazás

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

Szavazás



► Tartalomgyártási ötlet

Forrás: YouTube



Szavazás

► Beszélgetés indítás

Forrás: LinkedIn

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

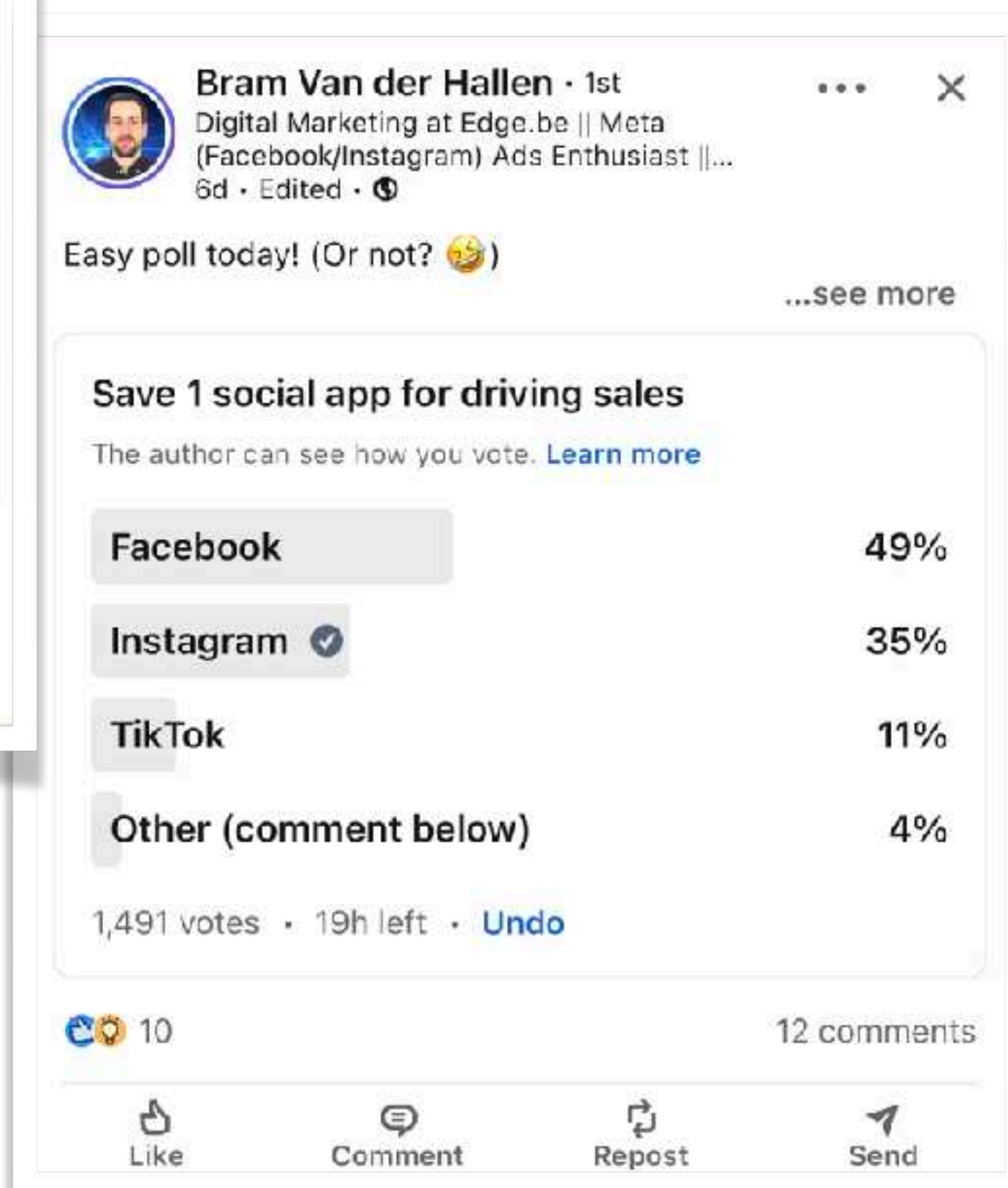
TikTok

Other (comment below)

1,490 votes • 19h left

👍👎 10 12 comments

Like Comment Repost Send



Szavazás

**Közösségi kalandozások** 

August 29 · 

"Hosszú távon a hirdetőik gyakorlatilag csak megadják majd nekünk az üzleti céljukat és a költségvetésüket, és mi elvégezzük a többit."

Mark Zuckerberg, 2024.07.31.

Szerinted mikor jön el az, amikor már semmit nem tudsz beállítani a Meta hirdetéskezelőben manuálisan?

☐ 1 év

19% >

☐ 2 év

26% >

☐ 4 év

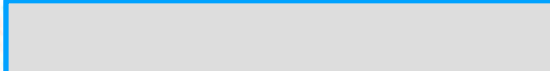
8% >

☐ Soha

47% >

[See insights](#)

Boost unavailable

  and 5 others

67 Votes · 4 comments

 Like

 Comment

 Copy

 Share

[View more comments](#)



Sztorik

Sztorik

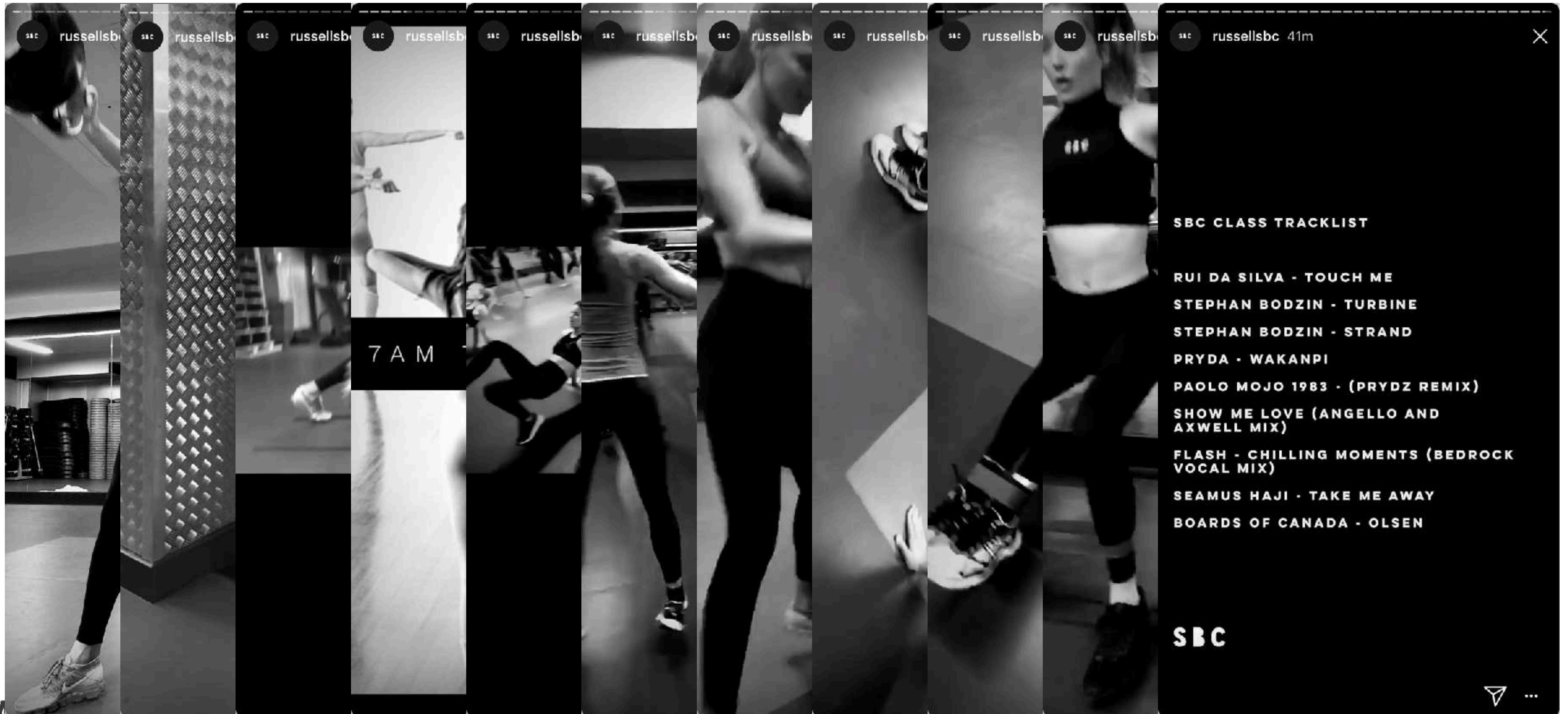
- ▶ 24 óráig él (általában, alap esetben)
- ▶ mobil centrikus
- ▶ gyakran vizuálisan felturbózott
- ▶ gyorsan fogyasztják
- ▶ de nem biztos, hogy gyorsan készül

Sztorik

Egyre komolyabb forgalomterelési képesség!

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

Sztorik



SBC CLASS TRACKLIST

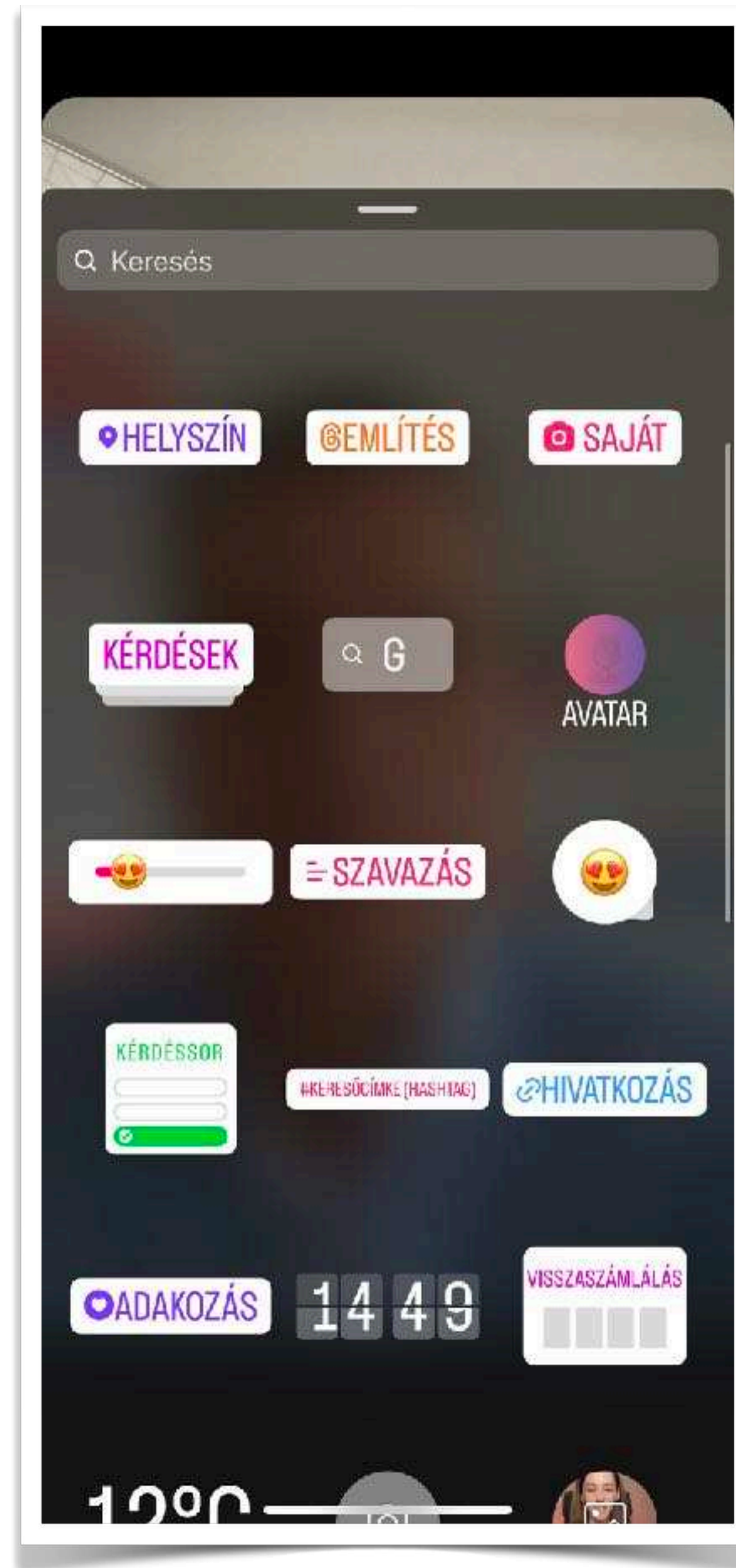
RUI DA SILVA - TOUCH ME
STEPHAN BODZIN - TURBINE
STEPHAN BODZIN - STRAND
PRYDA - WAKANPI
PAOLO MOJO 1983 - (PRYDZ REMIX)
SHOW ME LOVE (ANGELLO AND
AXWELL MIX)
FLASH - CHILLING MOMENTS (BEDROCK
VOCAL MIX)
SEAMUS HAJI - TAKE ME AWAY
BOARDS OF CANADA - OLSEN

SBC

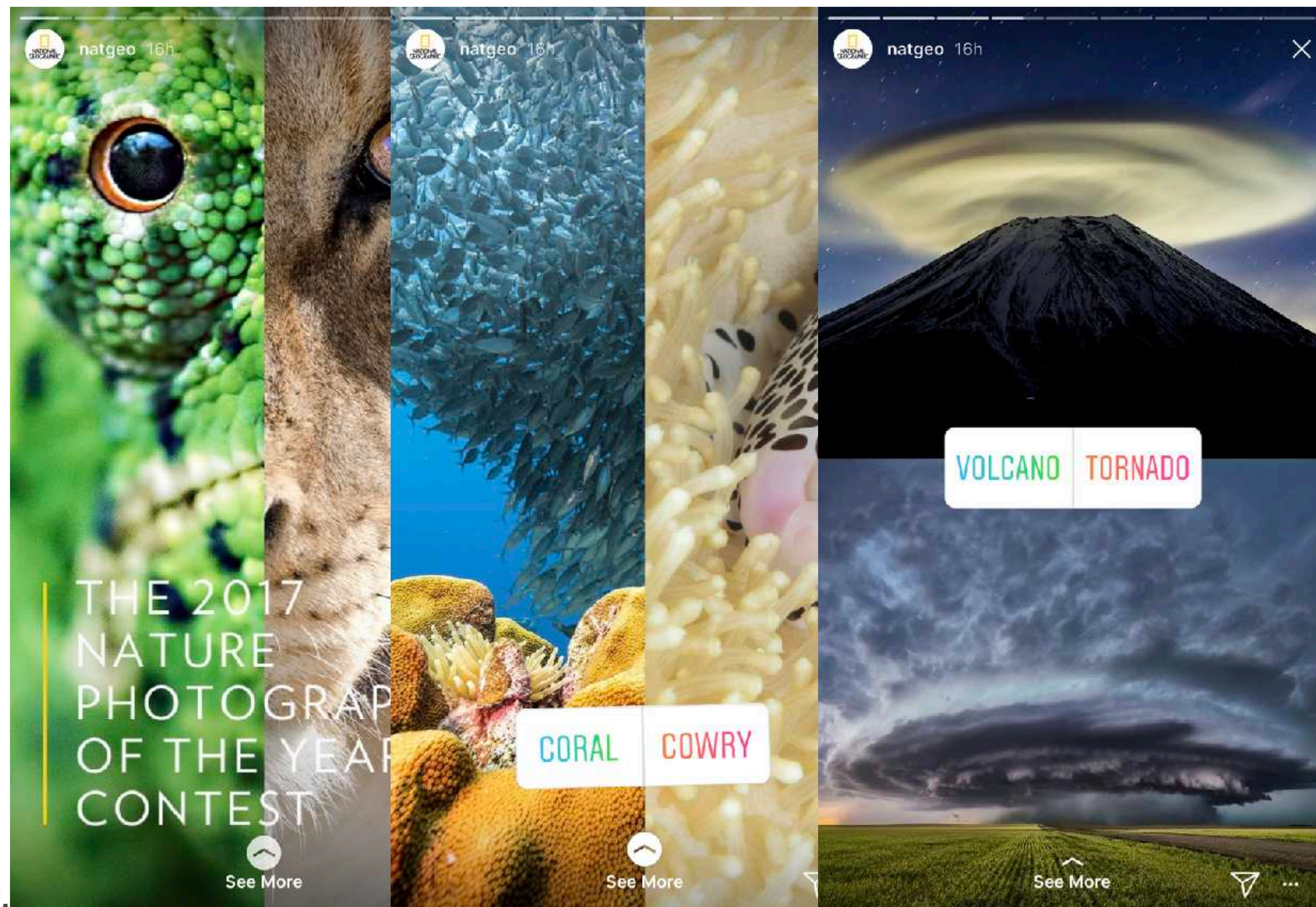


A sztori ereje

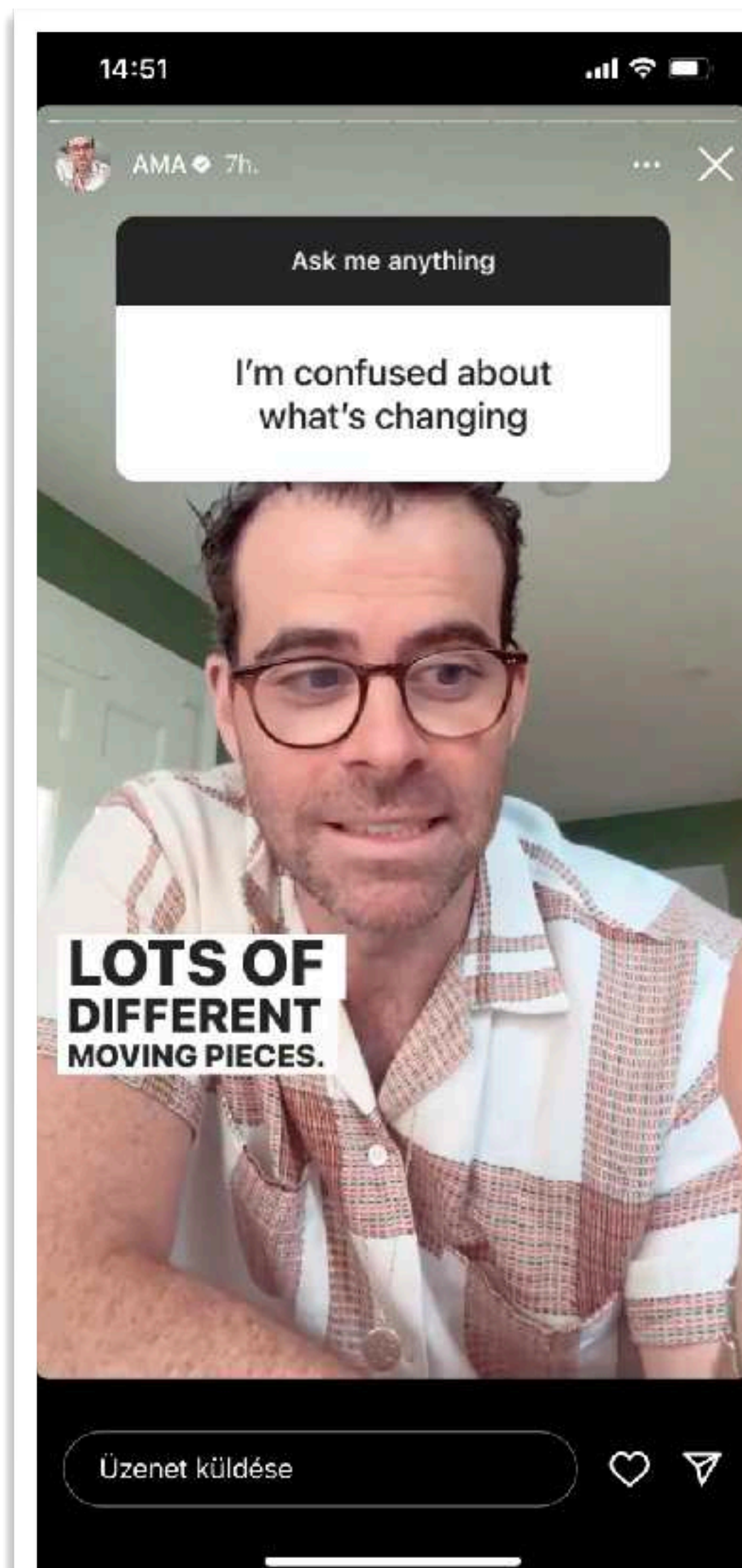
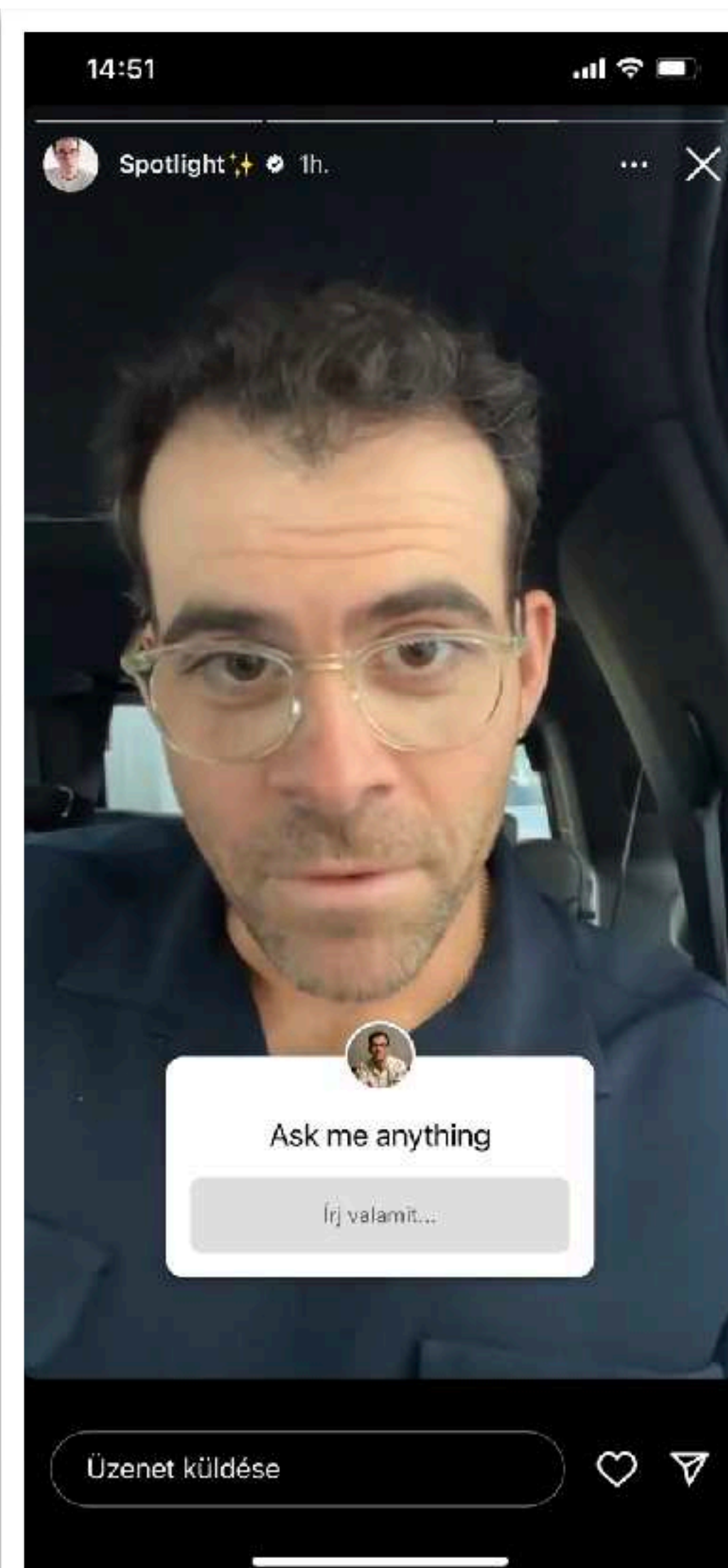
- ▶ Az interaktivitás!
- ▶ Szavazás
- ▶ Kérdések
- ▶ Kérdéssor
- ▶ Csúszka
- ▶ Fotó készítés
- ▶ Link
- ▶ stb.



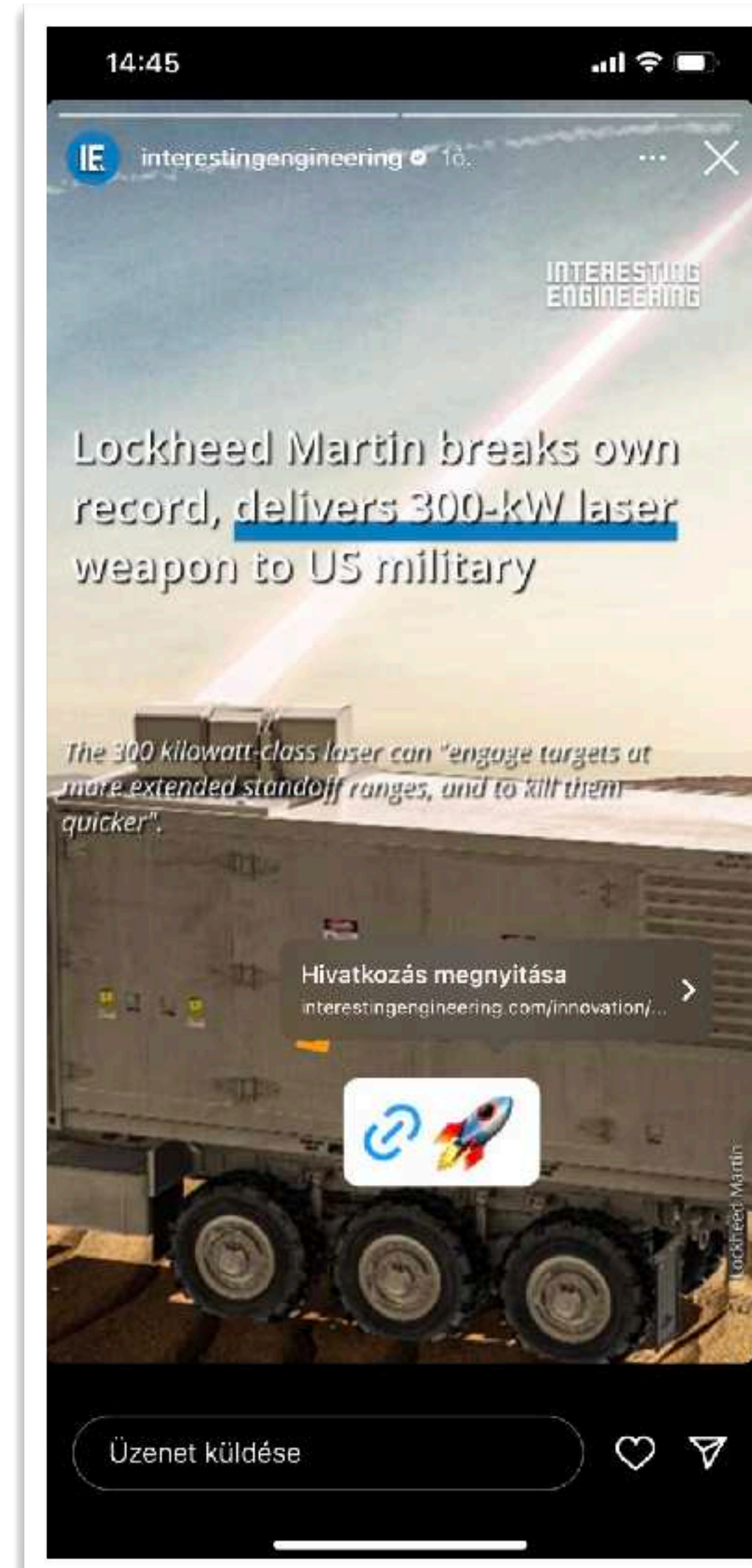
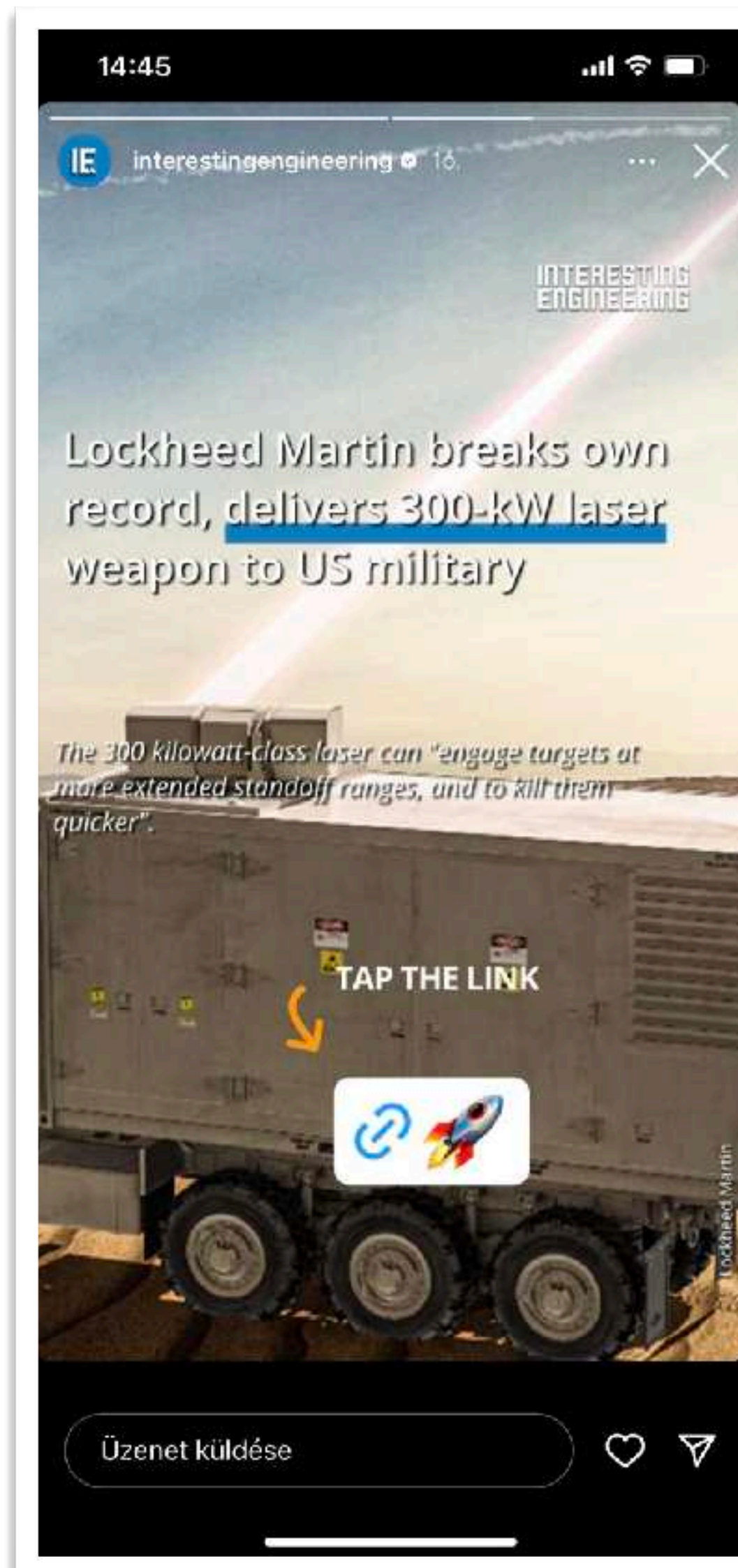
Sztorik



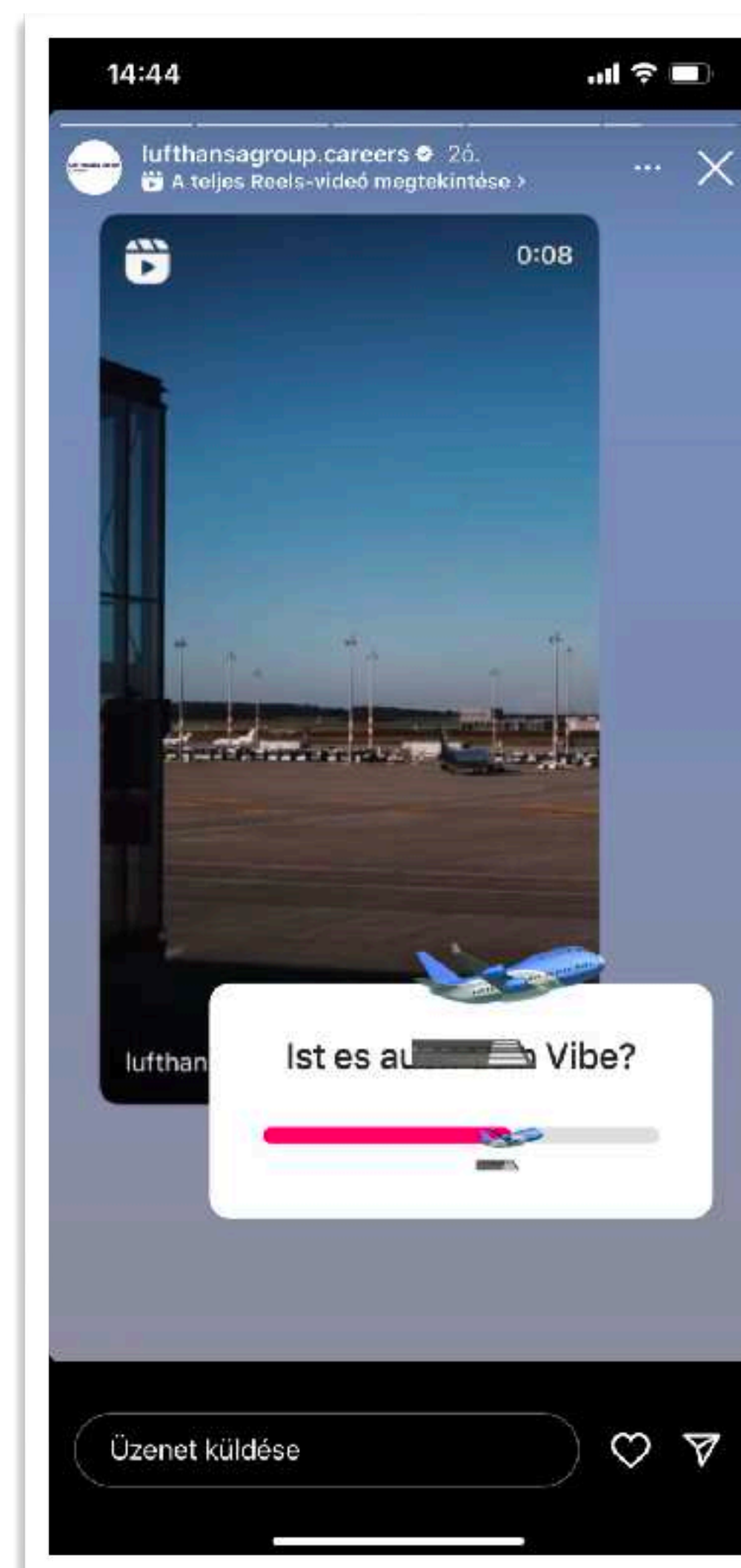
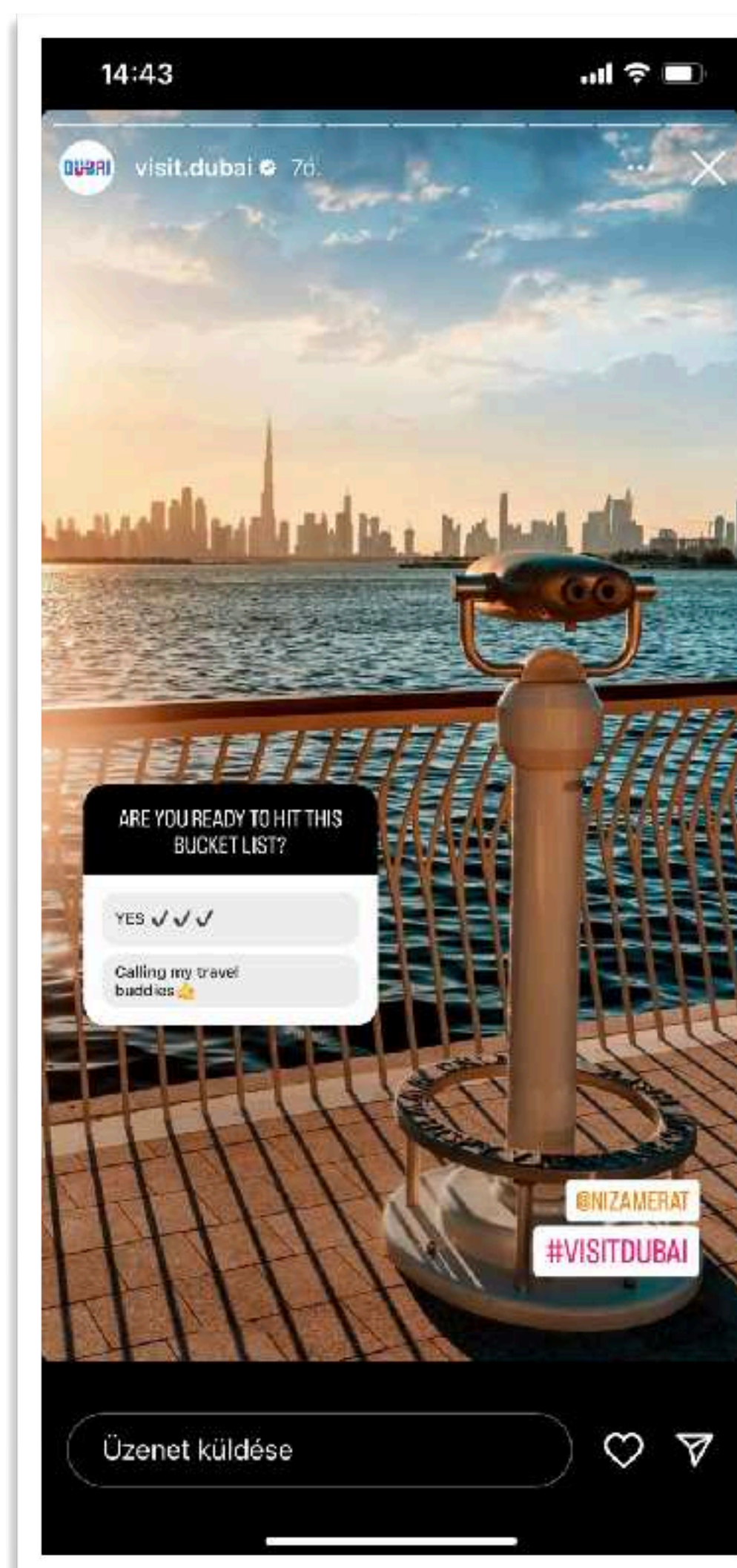
Sztori: kérdések és válaszok



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

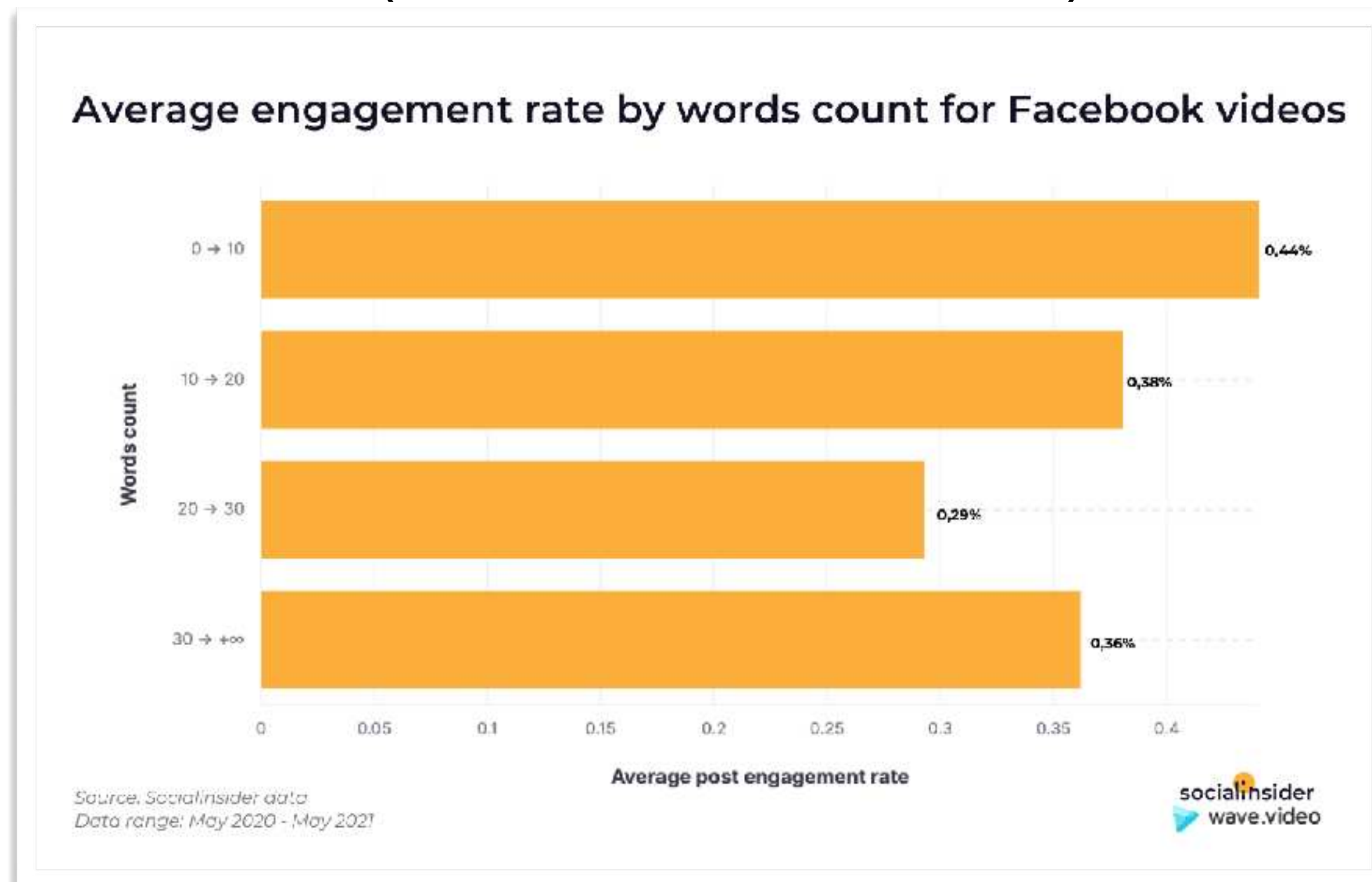
Hogyan készítsünk?

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

Videók

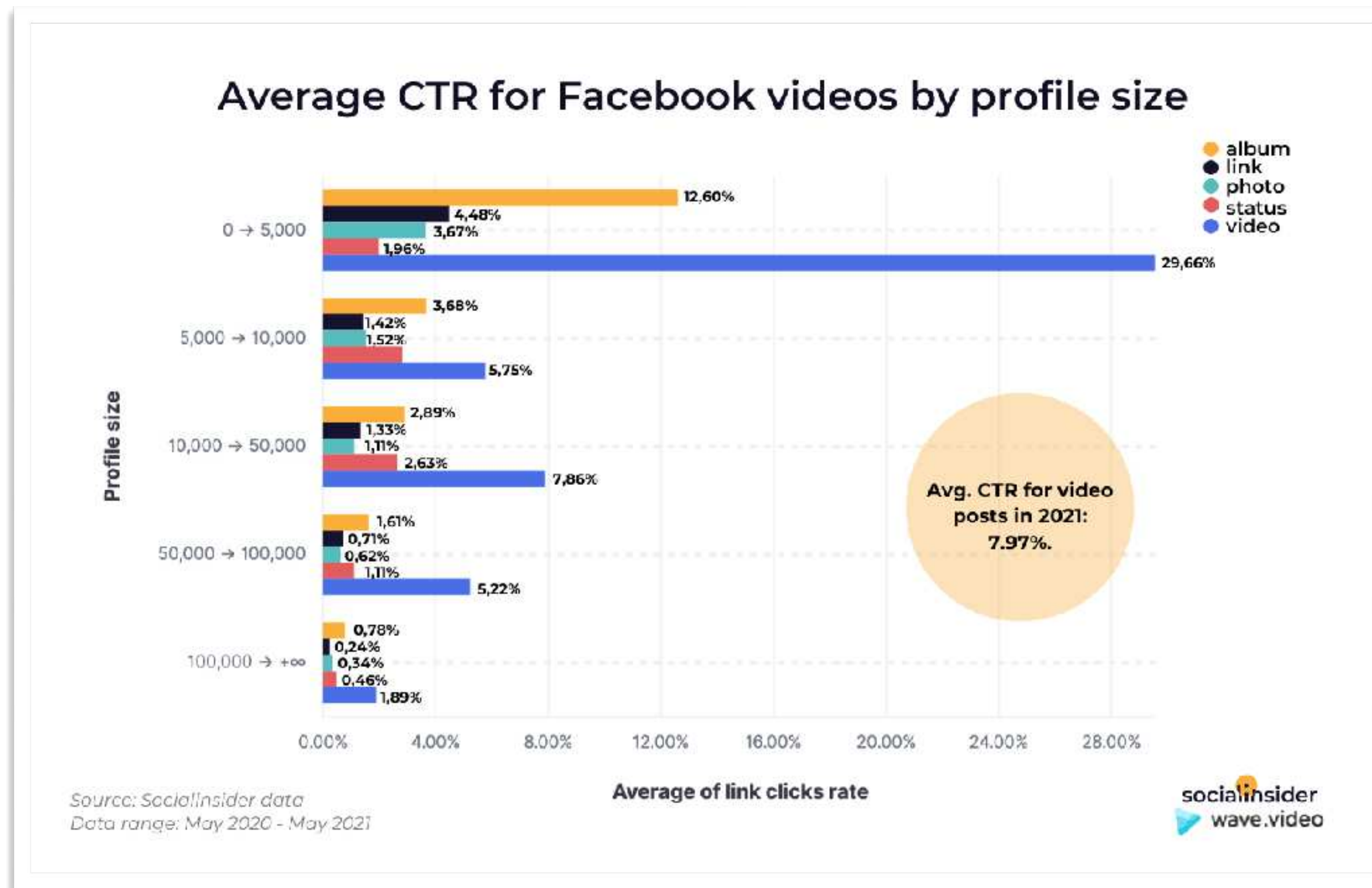
Videók

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



Videók

- ▶ Átkattintási arány videóknál a legnagyobb



Videók

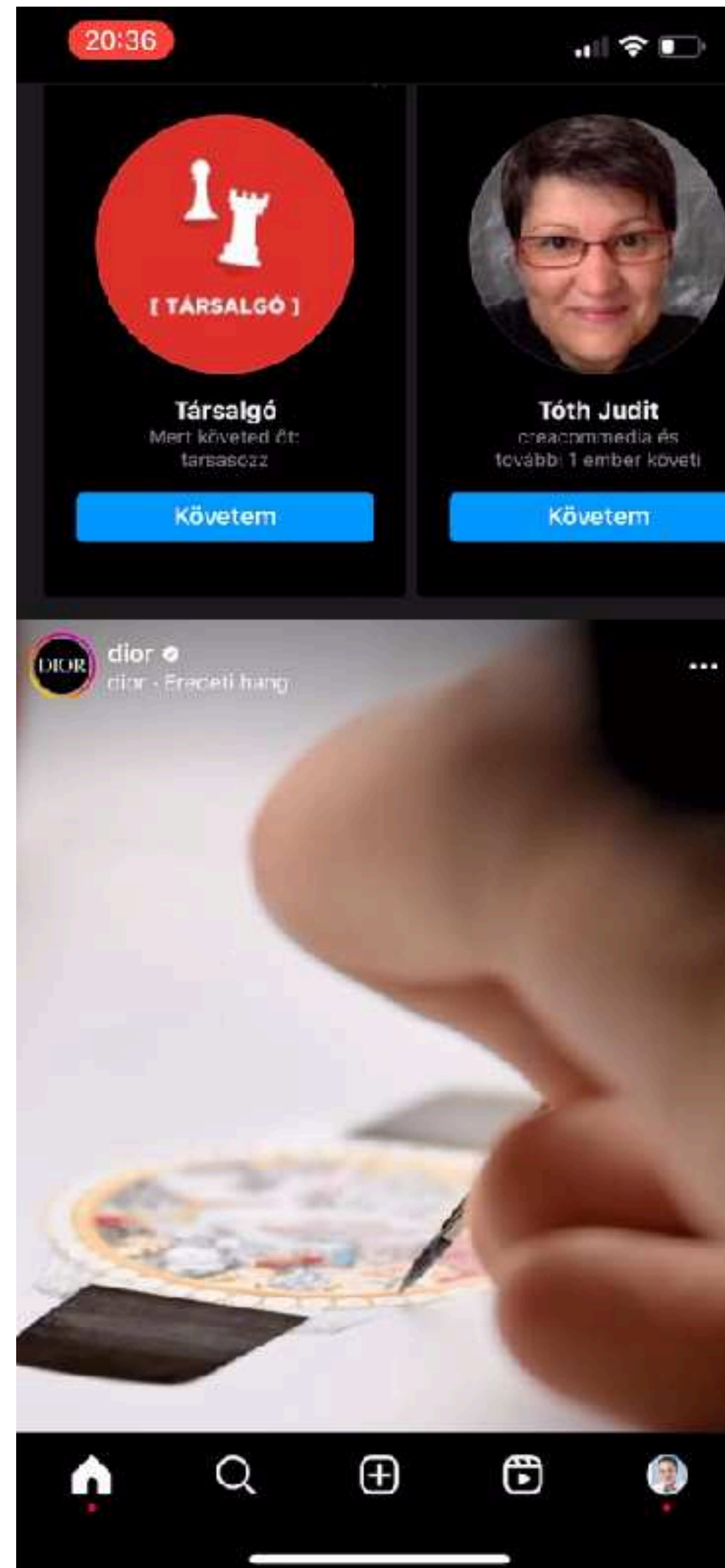


► Amikor megmutatjuk, mintha ott lennénk a nézővel

Forrás: Instagram



Videók



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

Videók



- ▶ Termékbemutató, több célcsoportnak egyszerre
- Forrás: Instagram

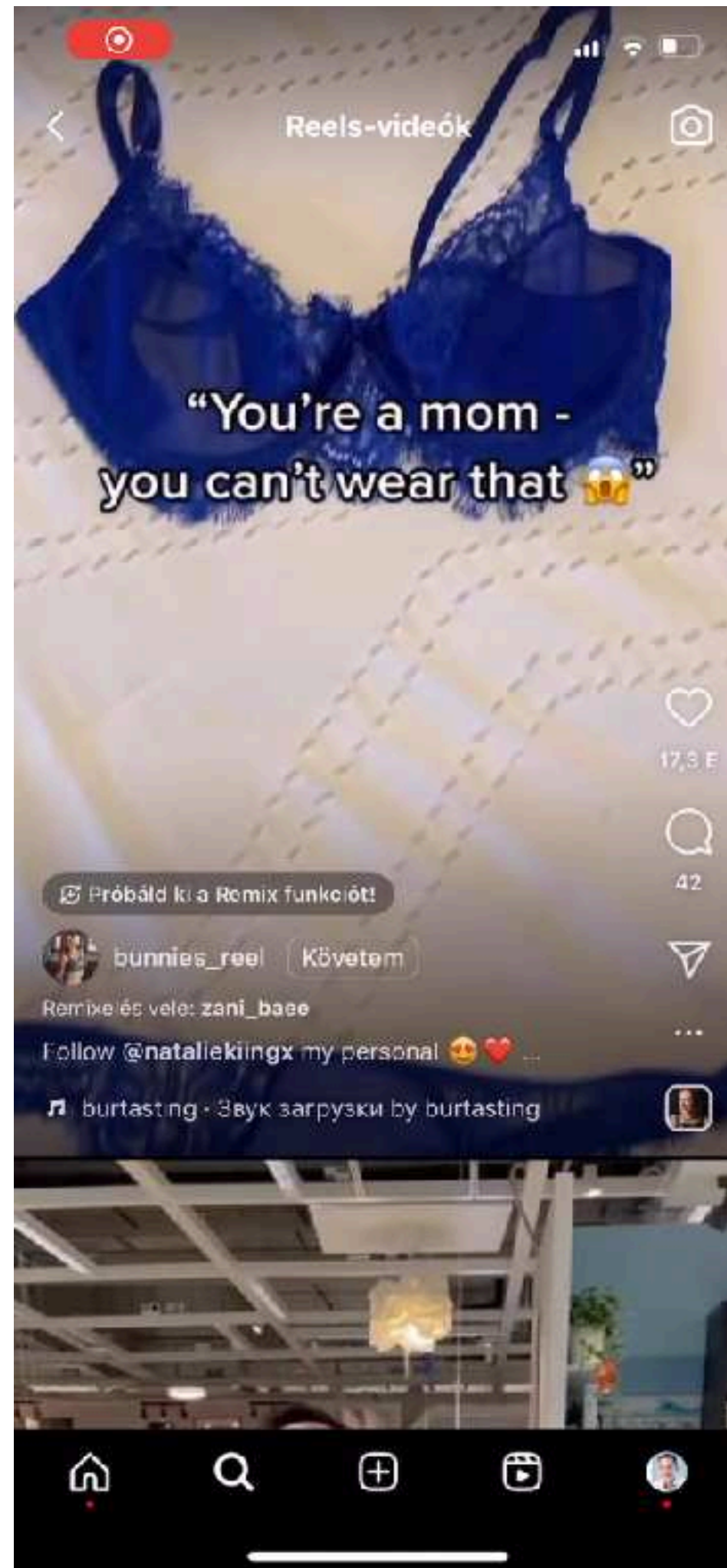
Videók



►Több ötlet egy termékhez

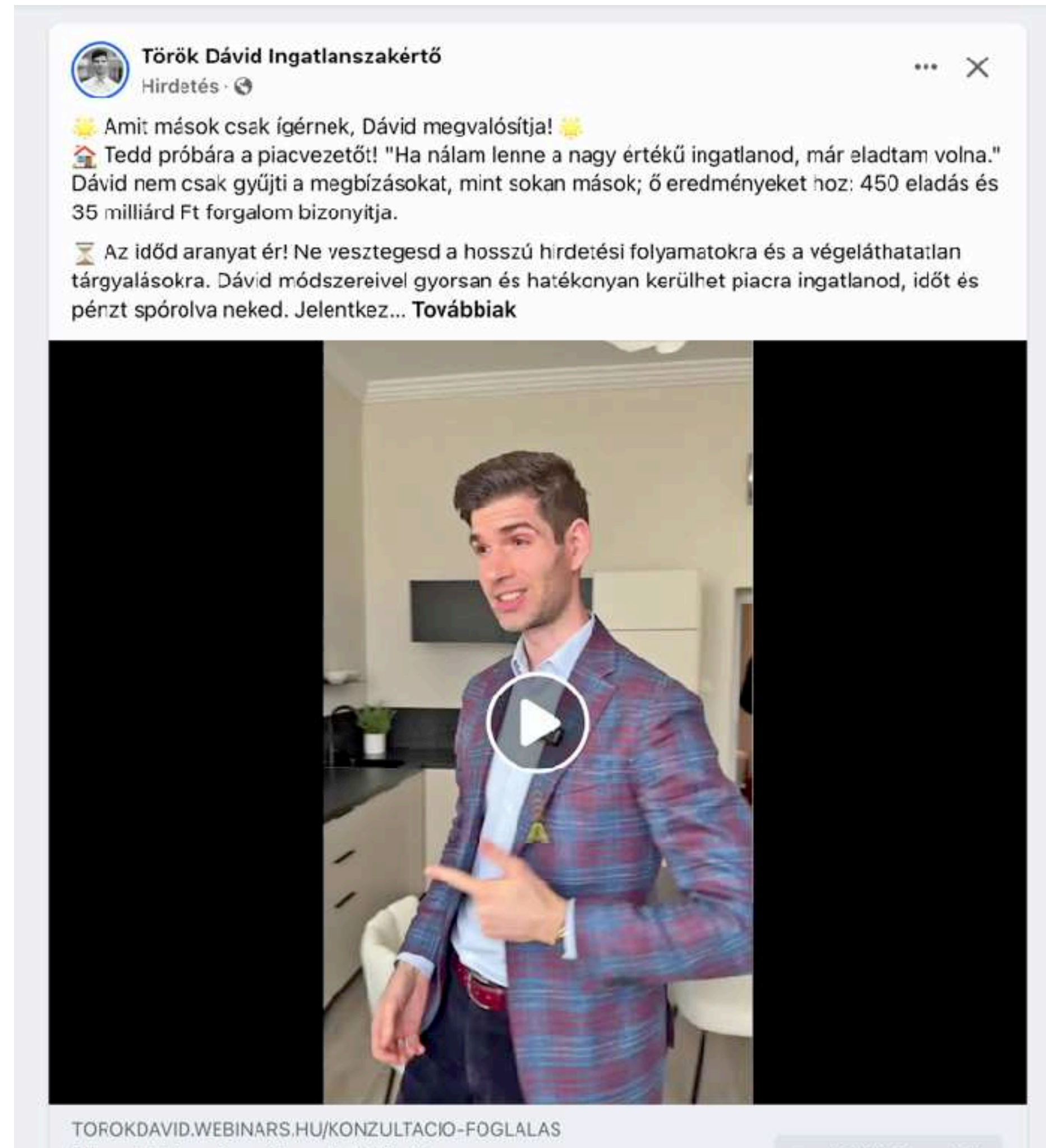
Forrás: Instagram

Videók



- ▶ Toborzás videóban
- Forrás: Instagram

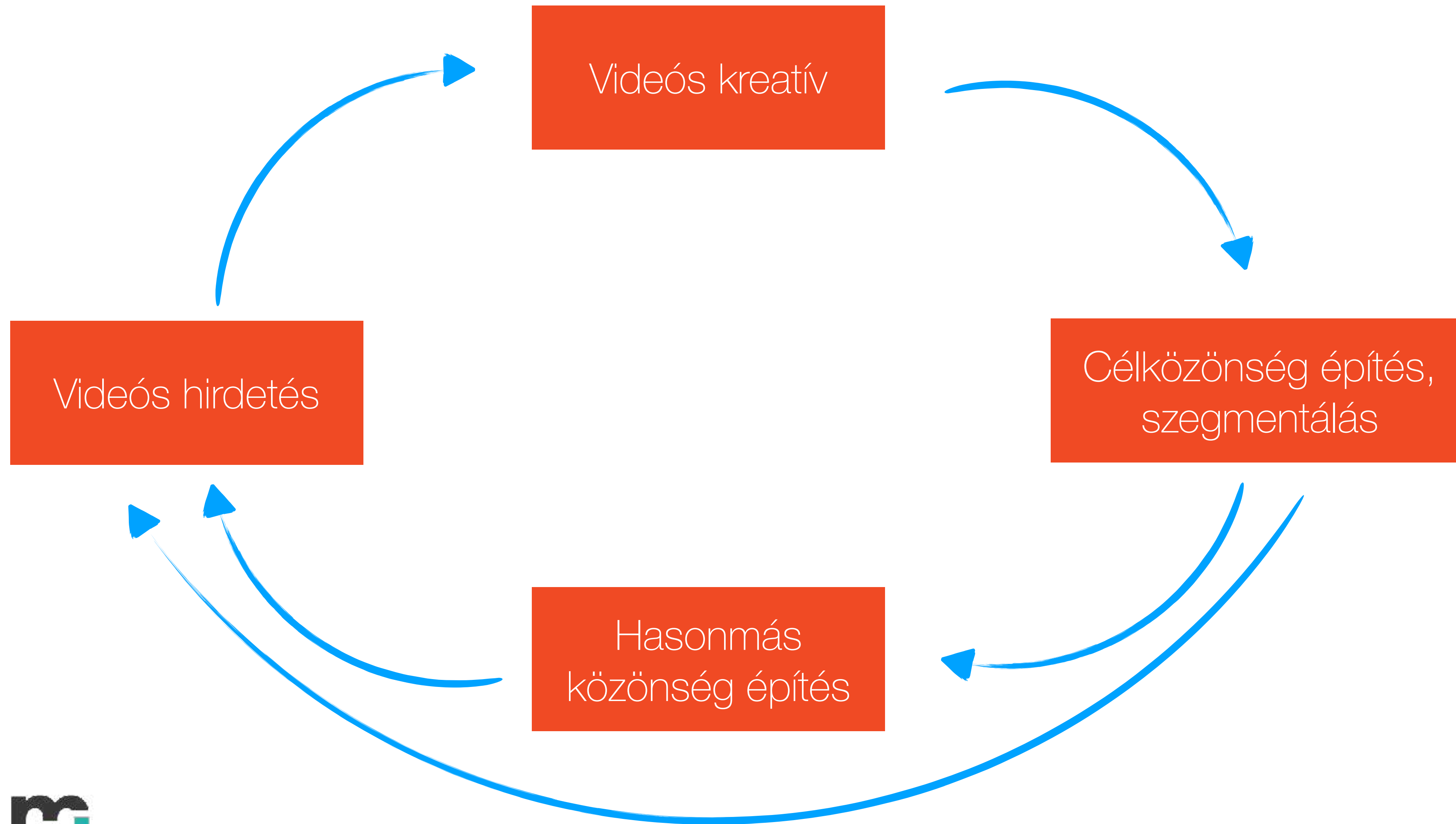
Videók



►Értékesítés

Forrás: Facebook

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)

Videók eltérő céllal

A videó nagyon jó alap tartalom

Több formátumot használhatunk egymás mellett

- ▶ Élőszereplős: interjú, szelfi
- ▶ Montázs
- ▶ Animáció
- ▶ Short, longform
- ▶ ...

A rövid videó: nem rövid videó!

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

A jó videó...

- ▶ ütős indítás
- ▶ első 3 másodpercben kulcs
- ▶ álló formátum
- ▶ mobil(nak tűnő) felvétel
- ▶ nyers, spontán (hatású)
- ▶ ember a videóban
- ▶ zene+felirat
- ▶ gyakori vizuális váltások
- ▶ látványos thumbnail
- ▶ 20-90 másodperc

Nem a hossz a legfontosabb
paraméter!

A jó videó...



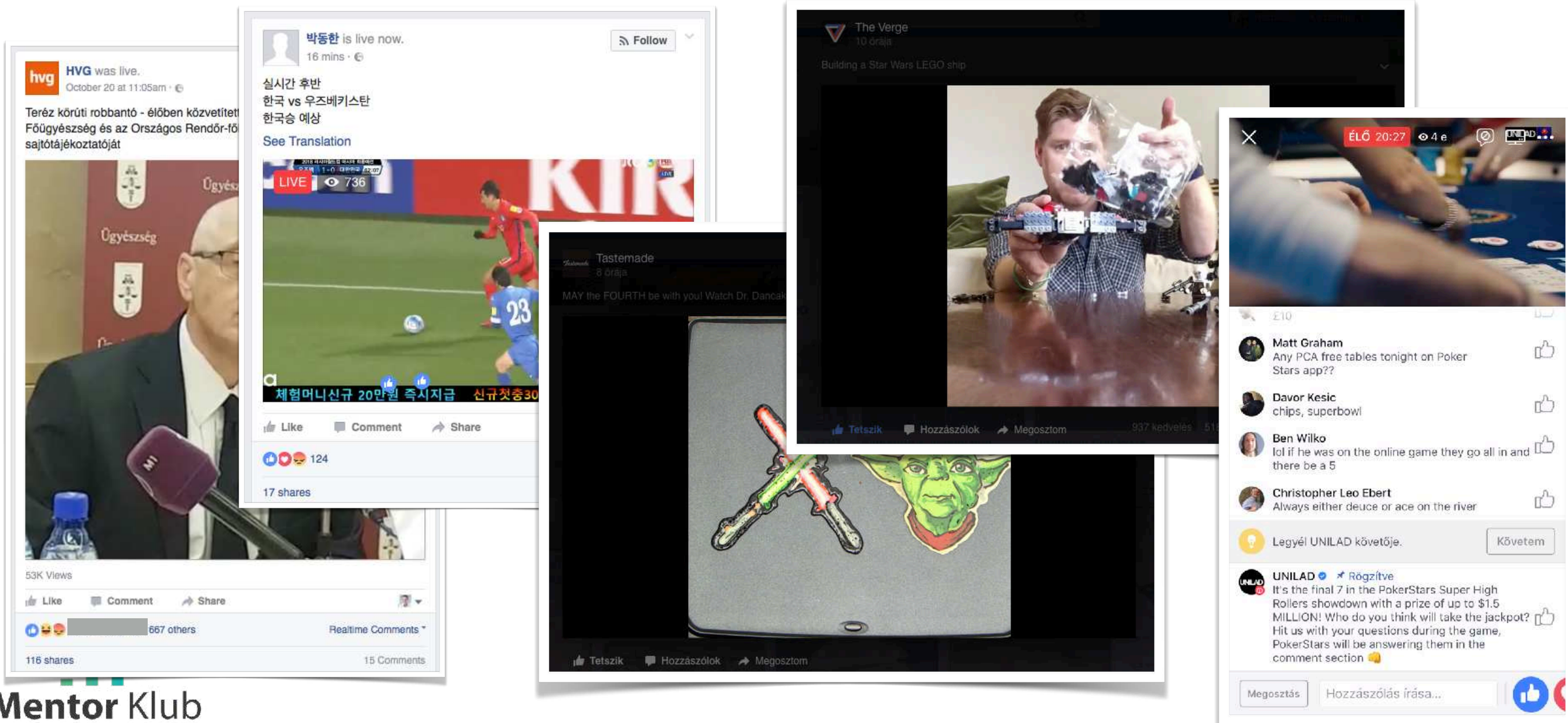
<http://liftup.link/video>

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



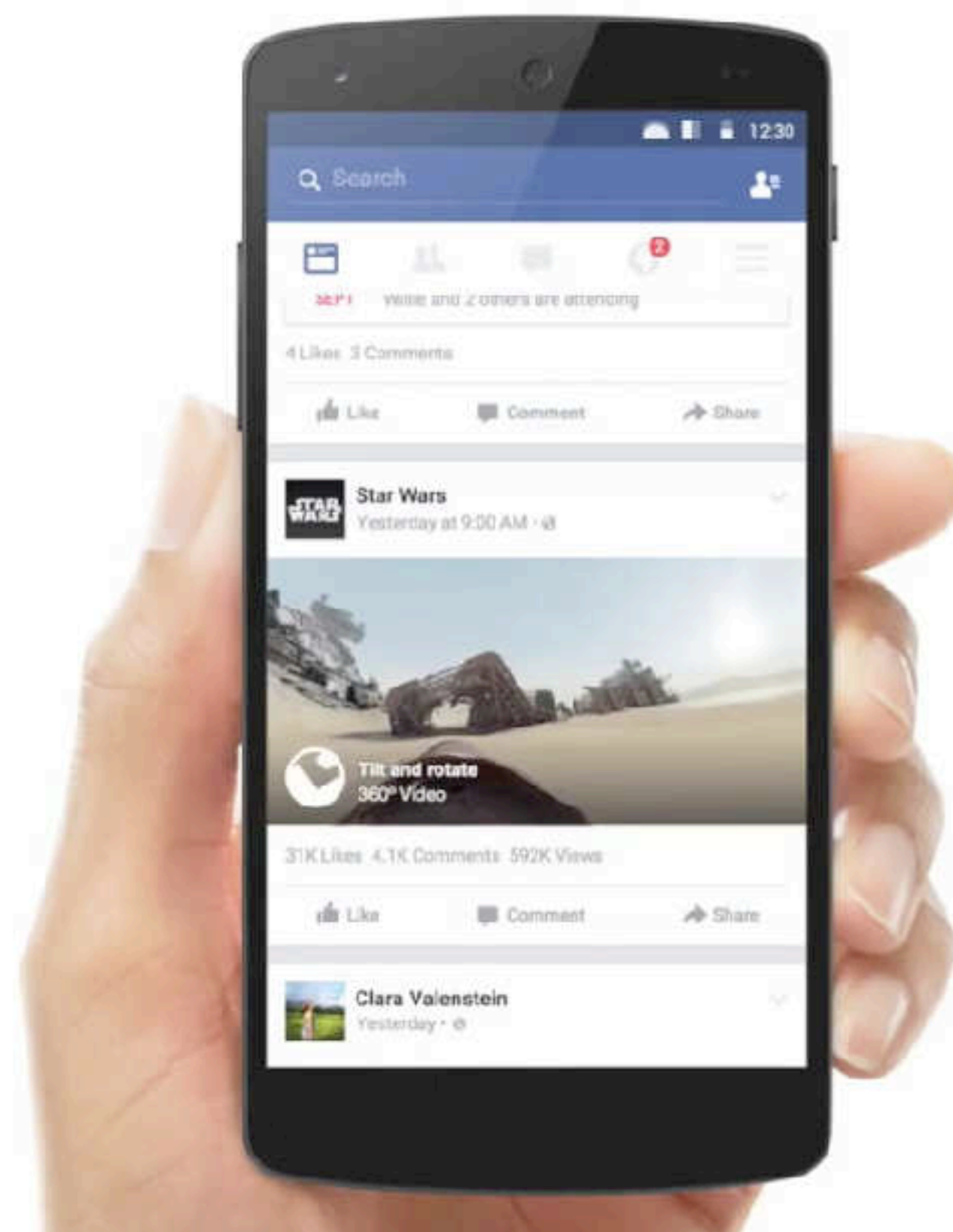
Élő közvetítések

- ▶ 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.



360 fokos tartalom

360 fokos képek és videók



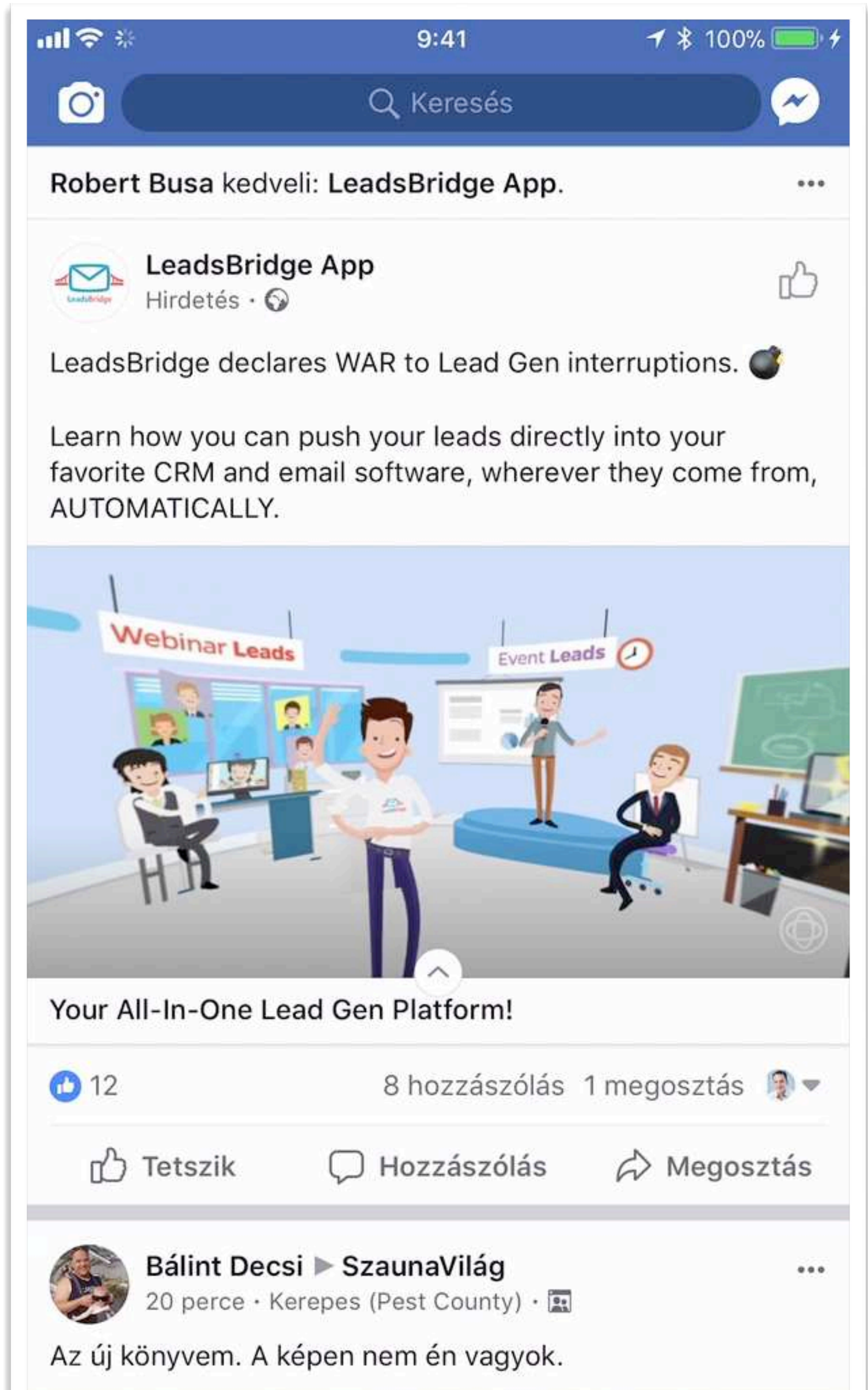
360 fokos képek és videók

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

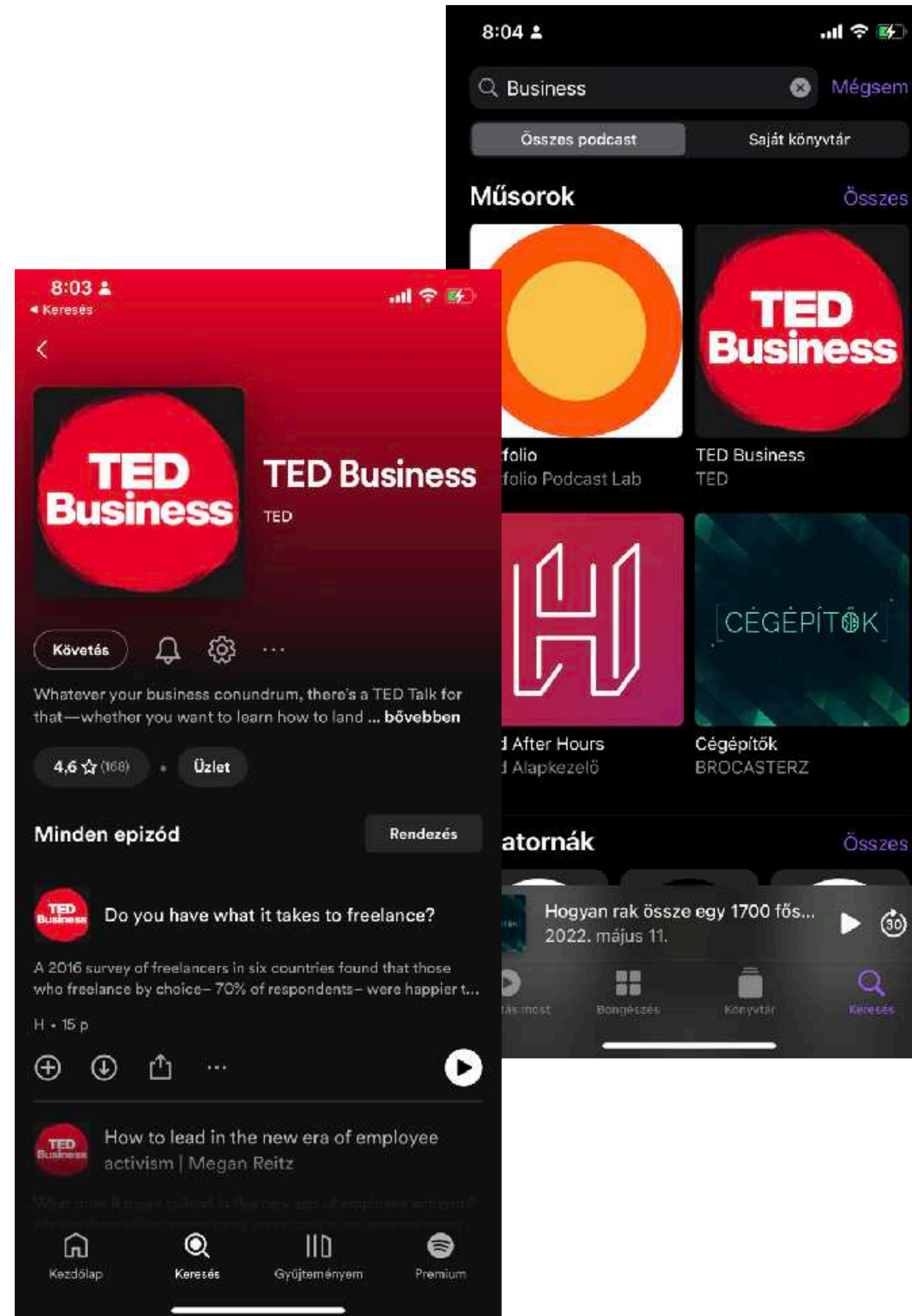
Mire jó?

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

Podcastek

Podcast

- ▶ Audio tartalom
- ▶ “Internetes rádió”



Podcast

- ▶ 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)
 - ▶ "Brocast"
 - ▶ Műsorok (pl. oktatás, termék kibeszélő)
 - ▶ Top listák
 - ▶ Előadás hangfelvétel
- Akár egyedül is
"monopodcsat"

Podcast: nagyon jó tartalmi alap!

Podcast + “vodcast”:

- ▶ Hang és videó több platformon
- ▶ Rövid videók a hosszú videóból
- ▶ Szöveges átiratok: hírlevél, blogbejegyzés
- ▶ ...

Egy anyagból egy havi tartalom a közösségi médiában.

Kommunikáció alapok

Kommunikáció alapok

- 1.Érzelmi hatás nélkül nincs sikeres kommunikáció
- 2.Adjunk át értéket (tudás, megértés, élmény...)

Változatos témák

- ▶ Termékfejlesztés
- ▶ Hogyan készül
- ▶ Referencia
- ▶ Terméktulajdonságok bemutatása
- ▶ Visszajelzések bemutatása
- ▶ Érdekességek
- ▶ Iparági humor
- ▶ Értékesítési posztok
- ▶ Események
- ▶ Aktualitások
- ▶ Ajándékötlet
- ▶ Sztorik a cégről
- ▶ Sztorik a munkatársakról
- ▶ Díjak
- ▶ Sajtómegjelenés
- ▶ Kapcsolódó szolgáltatások
- ▶ Válaszok vevői kérdésre
- ▶ ...

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

<https://liftup.link/naptar2025>

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

További lehetőségek:

►Használjuk a mesterséges intelligenciát!

Model: GPT-4



Írj nekem közösségi marketing poszt ötleteket a júniusi események és ünnepek alapján egy nyelviskola számára!



Természetesen! Íme néhány ötlet a júniusi eseményekre és ünnepekre alapozva:

- 1. **Június 5. – Környezetvédelmi világnap:** "Tudod, hogyan mondják azt a mondatot a nyelvtanfolyamainkon, hogy 'Védd a Földet'? Vegyél részt a mai órán, és tanuld meg, hogyan mondhatod ezt a fontos üzenetet más nyelveken!"
- 2. **Június 8. – Világóceán nap:** "Az óceánok nyelvezete titokzatos és csodálatos. Vajon mennyi tengerrel kapcsolatos szót ismersz angolul, spanyolul vagy talán franciául? Gyere el a mai óránkra, és bővítsd a szókincsed!"
- 3. **Június 12. – Gyere** ...
Minden gyereknek

Regenerate response

Send a message...

Minden gyereknek ingyenes óra jár a nyelviskolánkban! Ne felejtse el megosztani ezt a posztot, és mutasd meg a szereteted a nyelvtanulás iránt!"

- 4. **Június 20. – Világmigránsnap:** "A nyelvtudás híd a kultúrák között. Ma, a Világmigránsnapon, tisztelettel adózunk mindazoknak, akik új nyelveket tanulva találtak új otthonra. Gyere, és tanulj velünk új nyelveket, hogy jobban megértsd és támogasd a migráns közösségeket."
- 5. **Június 21. – Nemzetközi Jóga Nap / Nyári napforduló:** "Nyújtsd ki a nyelvtudásod, mint a jógaasánaid! Gyere el ma a nyelviskolánkba egy speciális jóga-nyelvtanfolyamra, ahol megtanulhatod a jóga legfontosabb kifejezéseit más nyelveken!"
- 6. **Június végén – Nyári nyelvtábor bejelentés:** "Készülj a nyárra a nyelviskolánkkal! Június végén indul a nyári nyelvtáborunk, ahol nem csak új nyelveket tanulhatsz, de új barátokat is szerezhetsz. Maradj velünk a részletekért!"

Remélem, hogy ezek ...
Regenerate response ...nek a közösségi

Send a message...

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

Változatosabb formátum



Közösségi kalandozások
Eredményes közösségi marketing vállalkozás

Advertising (marketing)

Add demographics, interests or behaviors

Size

Relevance

- Business (business & finance)
Size: 997,456,139 - 1,173,008,420
- Instagram (social media)
Size: 920,443,664 - 1,082,441,750
- Sales (business & finance)
Size: 892,381,903 - 1,049,443,470
- Engaged Shoppers
Size: 708,482,198 - 833,175,065
- Social media (online media)
Size: 633,785,256 - 745,431,450
- Marketing (business & finance)
Size: 405,434,878 - 710,000,000

2024-09-23 / liftupadmin

Új segítés a Meta hirdetések részletes célzásához

Miközben mindent eluralnak az Advantage+ megoldások, és lassan már alig tudunk eljutni a hirdetések kézi beállításához, a manuális megoldások is fejlődnek.



Új, apró segítés a Meta hirdetések célzásához

Olvasd el a teljes cikk



Új, apró segítés a Facebook és Instagram hirdetések célzásához

Olvasd el a teljes



Közösségi kalandozások
Broadcast channel · 245 members

Apró, de hasznos segítség: relevanciát is használhatunk a hirdetés célzások kiválasztásánál:

<https://kozossegitkalandozas.hu/2024/09/23/uj-segitseg-meta-hirdetesekek-reszletes-celzasahoz/>

Új, apró segítés a Meta hirdetések célzásához

Új segítés a Meta hirdetések részletes célzásához -

Only Közösségi kalandozások can send messages. You can react and vote in polls.



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



Nemzeti Művelődési Intézet

3 ó. • 

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

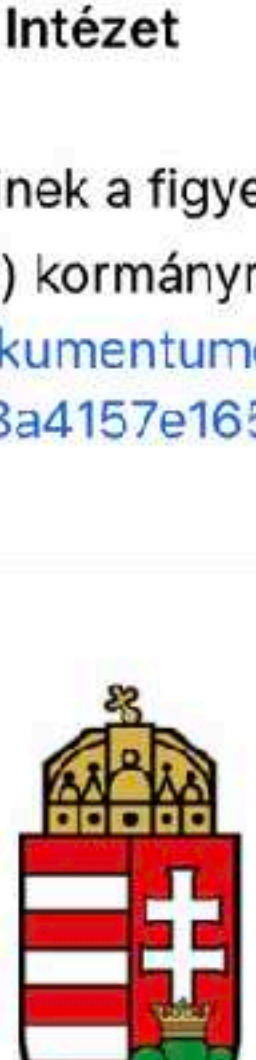
<https://magyarkozlony.hu/dokumentumok/12ca186dd90888f9dc30683a4157e16521ba6fe2/megtekintes>



Nemzeti Művelődési Intézet



MAGYAR KÖZLÖNY



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



35

35 megosztás 

 Tetszik

 Hozzászólás

 Megosztás

A screenshot of a Facebook post from the page 'Gamewiz'. The profile picture shows a blue circle with a white mountain and the word 'GAMewiz'. The post text says 'Gamewiz jelenleg itt van: Finish, Arizona' and '2 ó · Zapopan (Mexikó) · 🌐'. Below the text are three checkered flags. The main image is a photograph of a warehouse floor with several wooden pallets stacked high with cardboard boxes. Overlaid on the image is the text: 'Jól állunk, még kicsit kitoljuk a határidőt! 16:30ig rendeljétek ma és tuti ott lesz a fa alatt az új társas!'. At the bottom of the post, there are 30 reactions (thumbs up and heart icons) and 8 comments. The bottom navigation bar shows icons for 'Tetszik', 'Hozzászólás', and 'Megosztás'.

Ad hoc kommunikáció

**Közösségi 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 Közösségi Marketing Építőtábor? [Bolt felkeresése](#)

👍 3 283 megtekintés

**Közösségi kalandozások**
June 27 at 5:58 PM · 🌐

Az árusok miért nem építenek listát a vásárokbán?

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](#)



Szerintetek miért nem építenek listát az árusok a vásárokbán?

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

👍❤️😮 123 60 Comments 11 Shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share 🗲

Most Relevant

 Comment as Közösségi kalandozások 😊 📷 GIF 🗲

Ad hoc kommunikáció



Lévai Richárd • You
CEO of Liftup | Author
4h • 

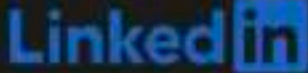
15 éve a LinkedIn-en. :-)
Te mióta?

Richard, congratulations on 15 years with LinkedIn!

LinkedIn

To: Lévai Richárd

08:03







We wouldn't be us, without you!

You've supported us along the way, so we want to make sure you're getting the most from LinkedIn. Check out these helpful tips!

Build your network to create more professional opportunities

Try connecting with more people to grow your community.

Post analytics

 Export

Lévai Richárd posted this • 4h



15 éve a LinkedIn-en. :-)
Te mióta?

Discovery 

435
Impressions

 Members who post once a week can get up to 4x more profile views. Keep the momentum going by creating another post.

Start a post

Engagements 

Reactions

7 →

Comments

10 →

Reposts

0 →

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!

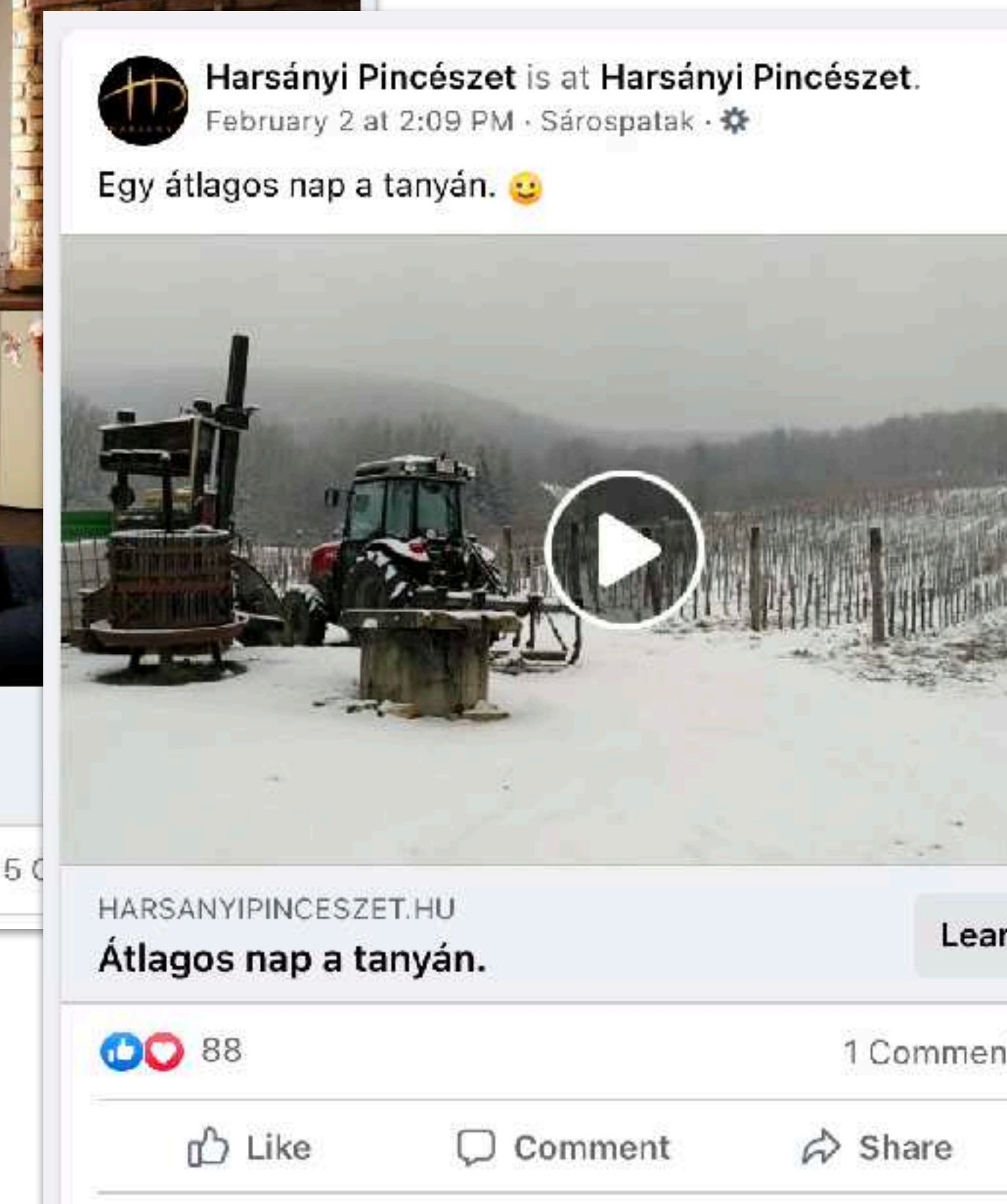
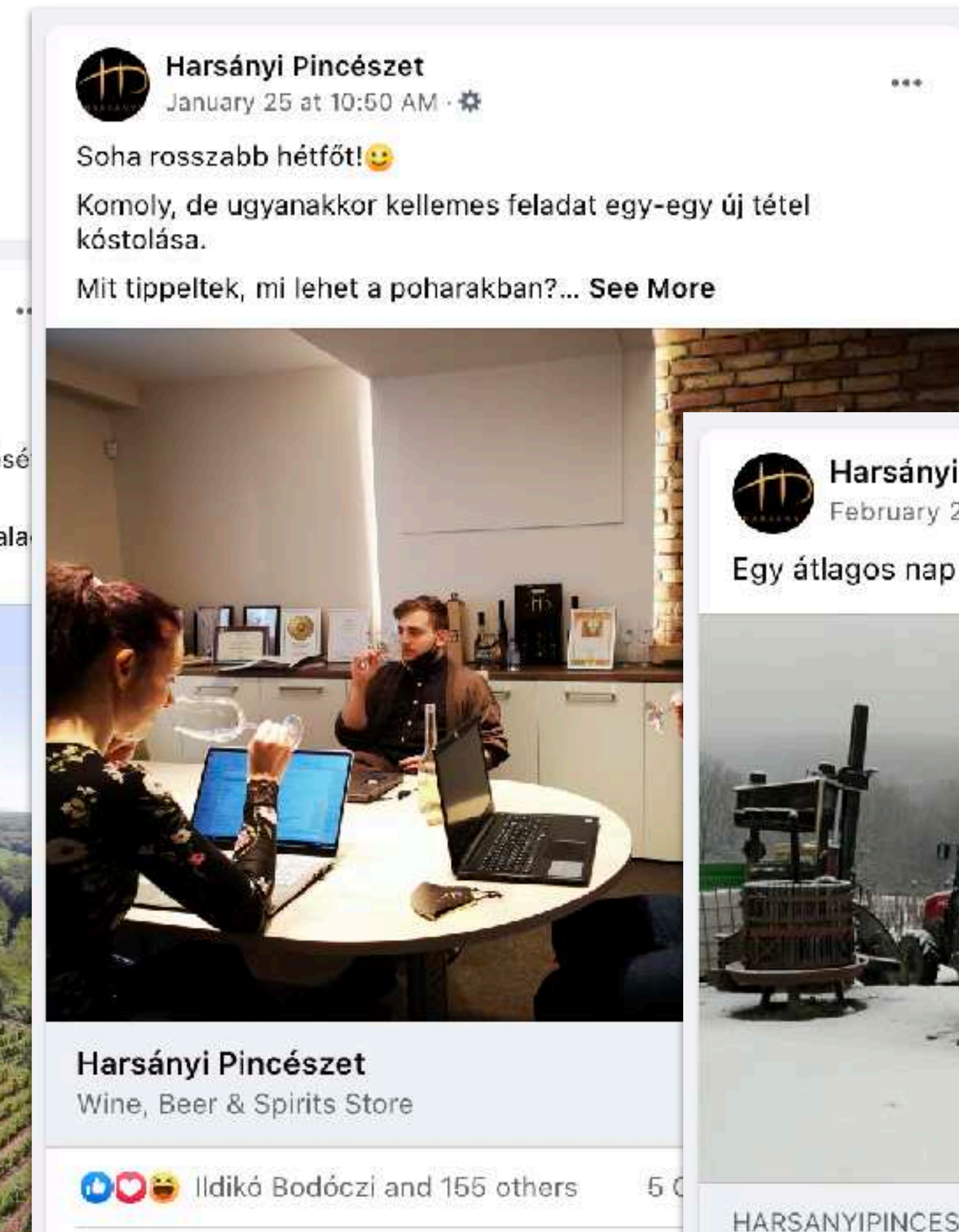
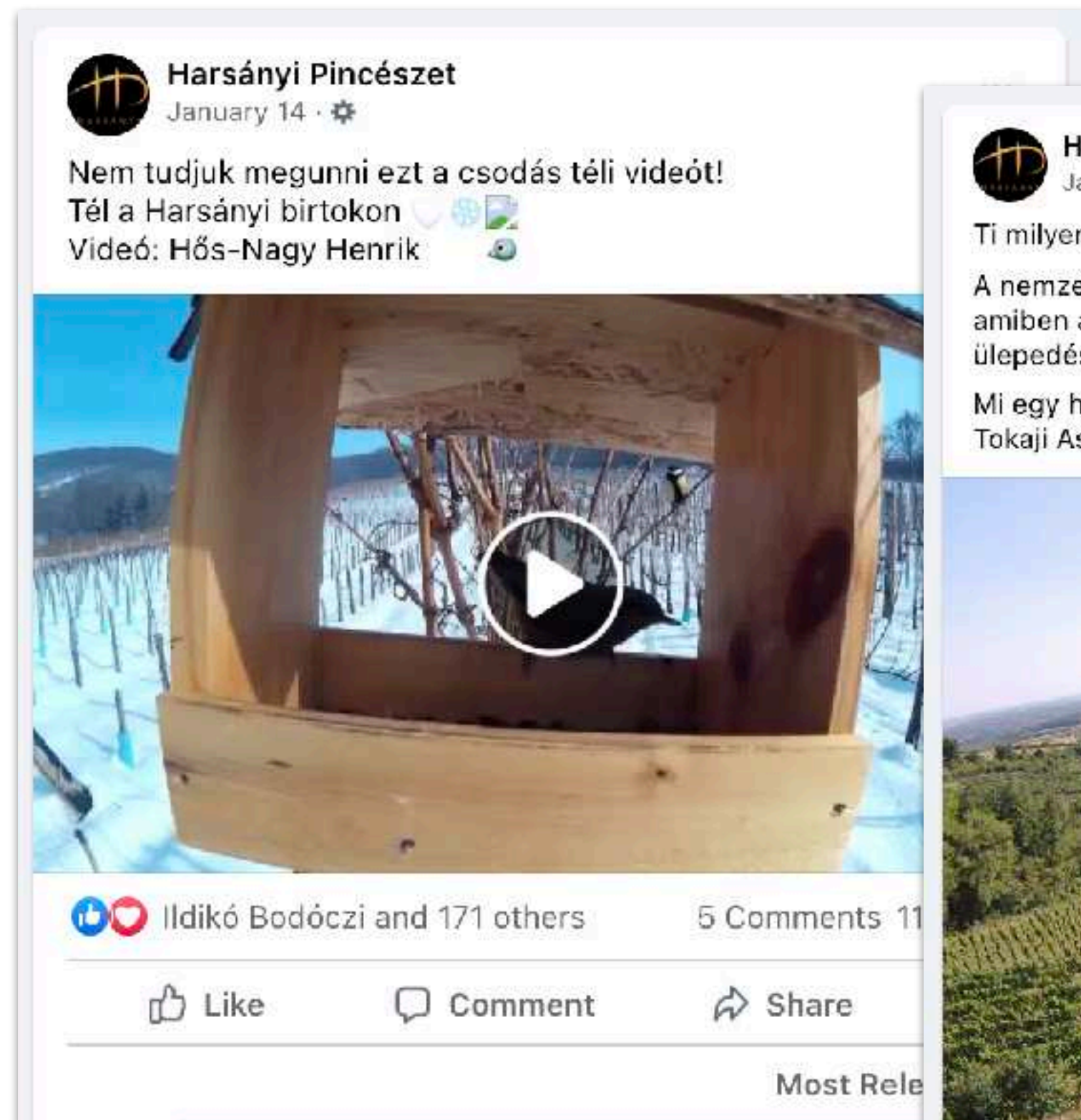
Ne gyárts tartalmat csak dokumentálj!
(Document, don't create! - Gary Vaynerchuck)

+ publikáld vagy időzítsd
azonnal

Példák
kommunikációs
folyamatra

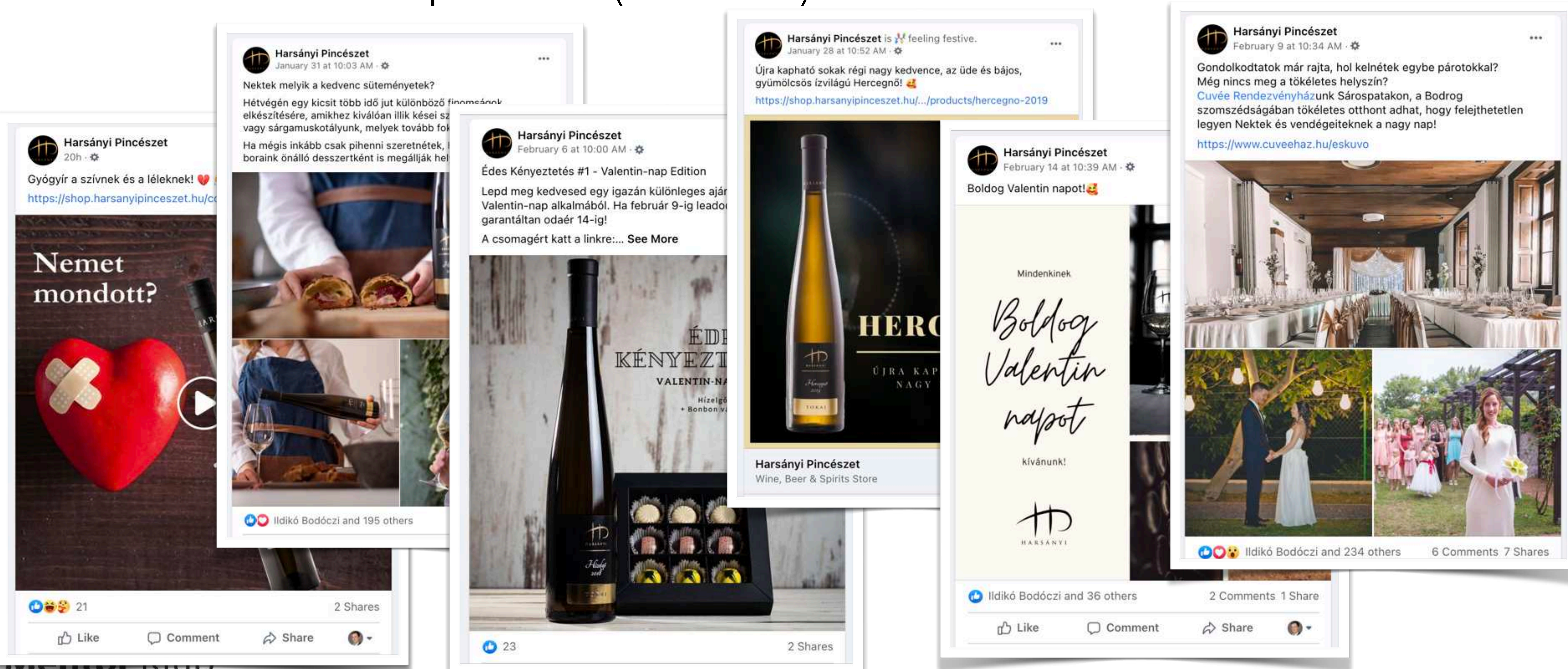
Példák kommunikációs folyamatra

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://joatekjoaroboonlake.../>
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

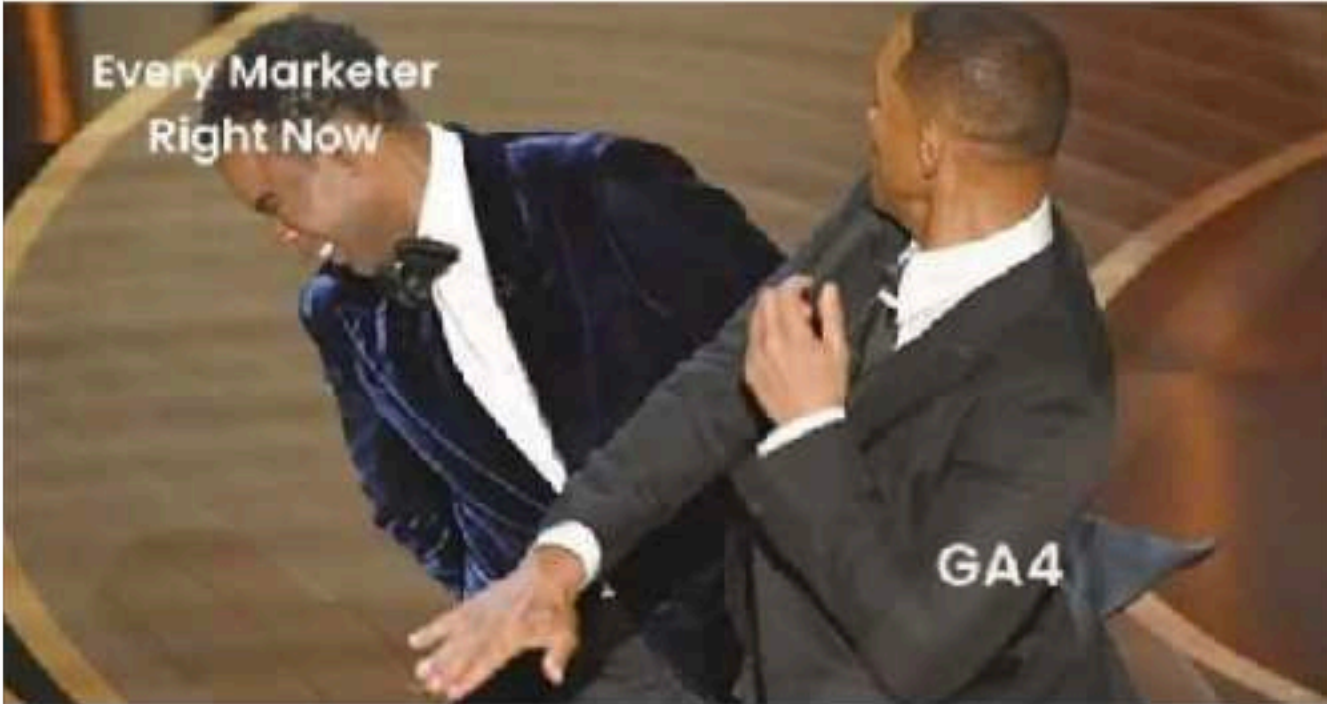


Bamba Marha Burger Bár
Hamburgerező

😂👍 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

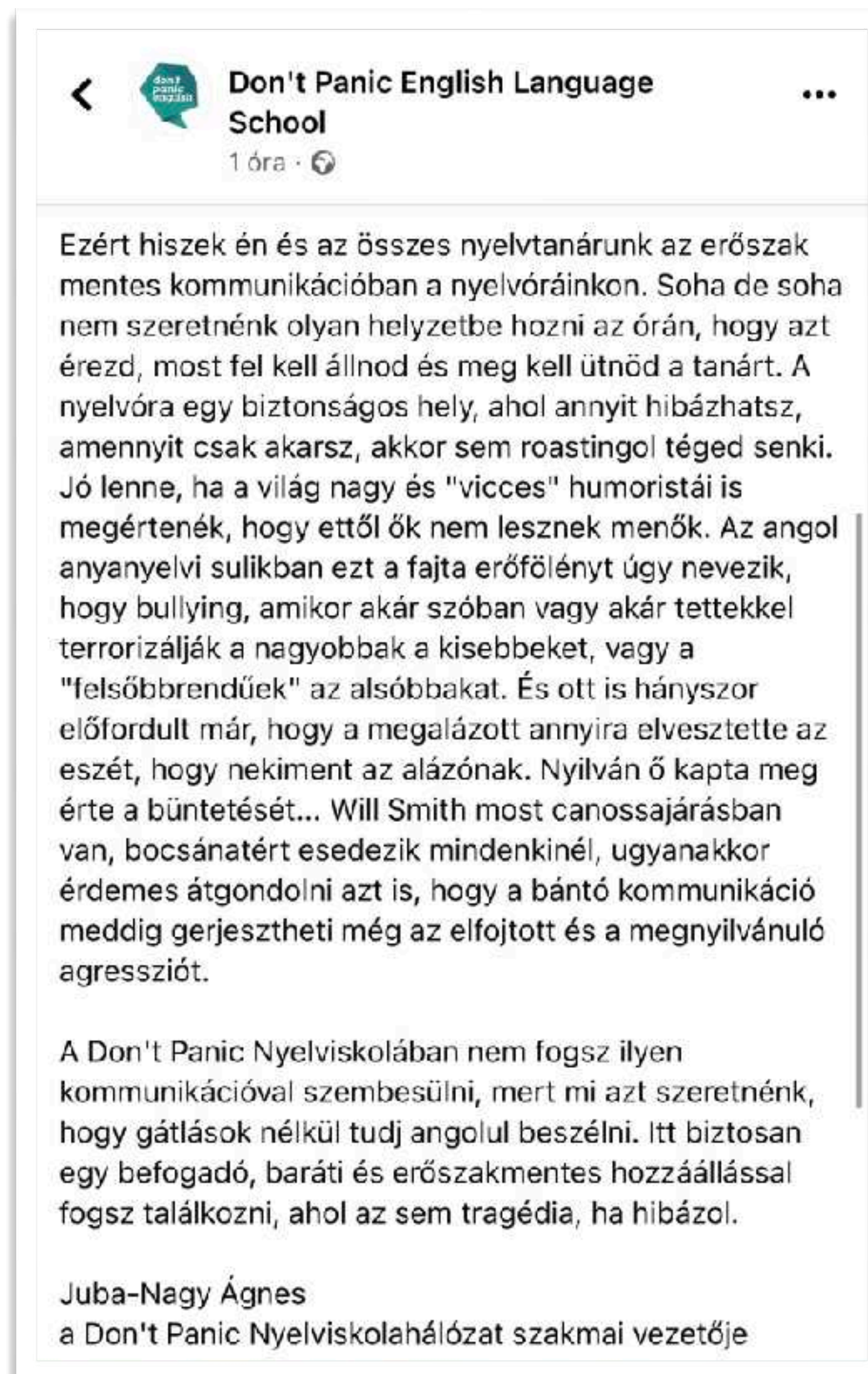
Tamás Kiss
Sütő Edina nem a kép miatt, de igen 😊

Tetszik Válasz

Hozzászólás írása... 📷 😊

Példák kommunikációs folyamatra

Ad-hoc posztok:

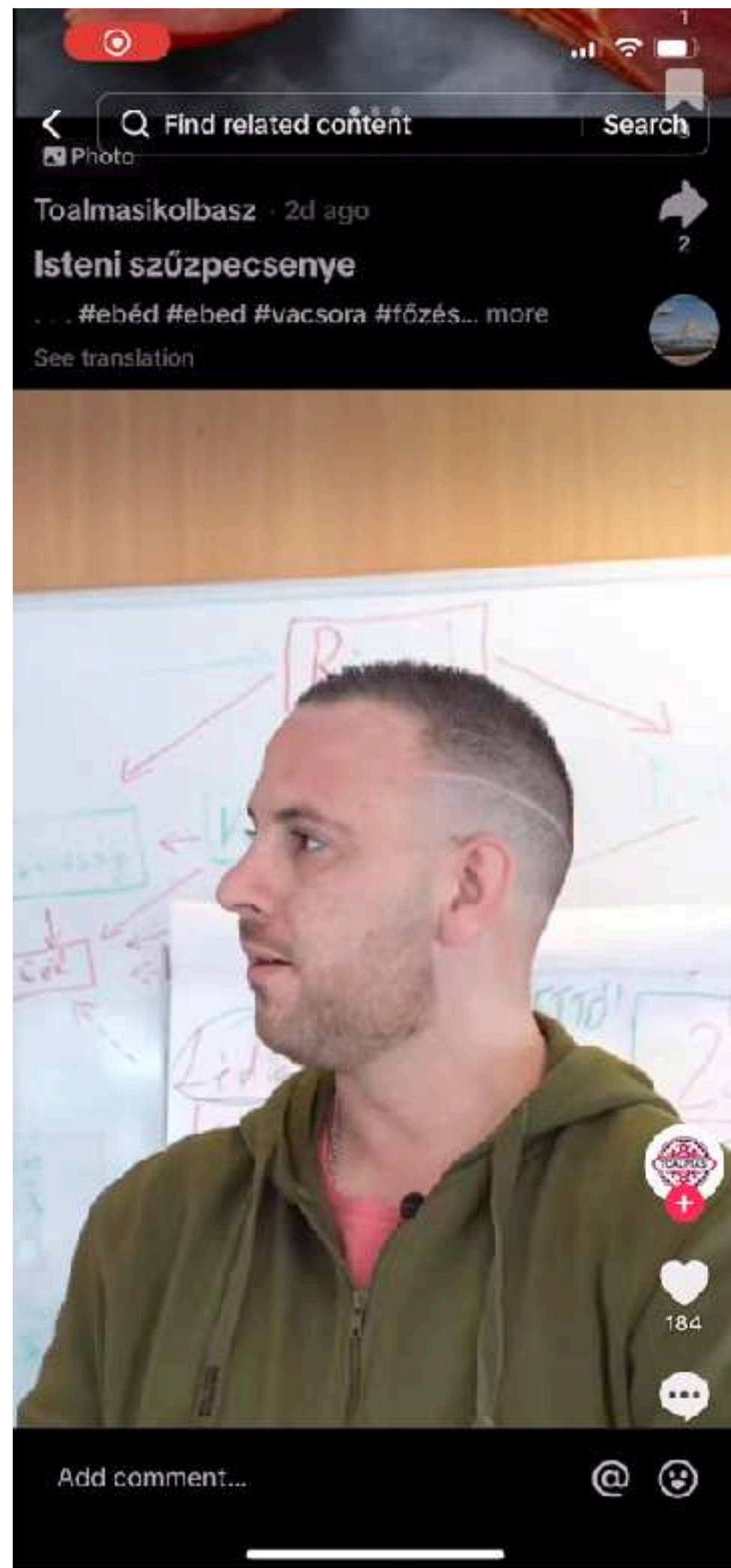


Példák kommunikációs folyamatra



Hogyan készül

Példák kommunikációs folyamatra



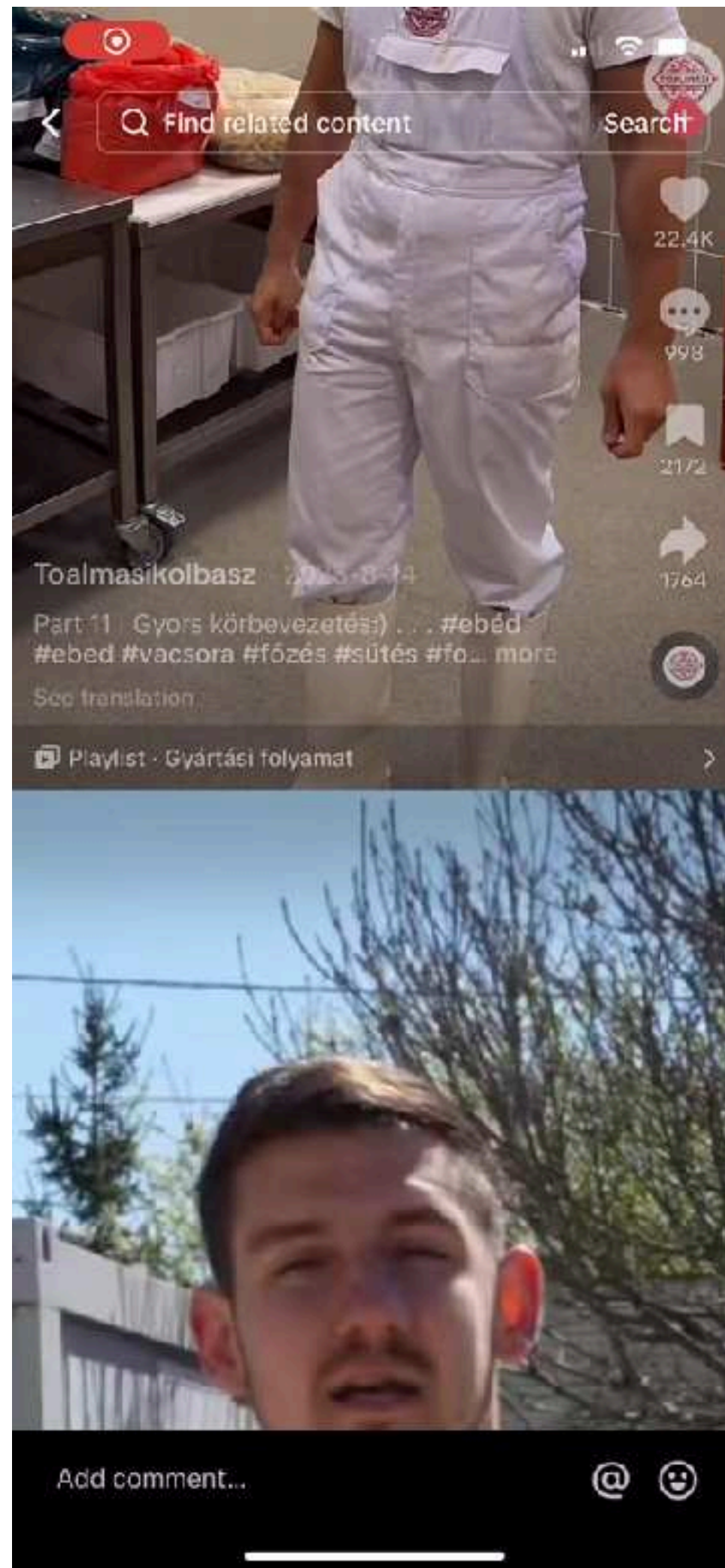
Iparági humor

Példák kommunikációs folyamatra



Vevői kérdések

Példák kommunikációs folyamatra



Eseménybeharangozó

Példák kommunikációs folyamatra



Termékfejlesztés

Kommunikáció
tervezés több
platformra

Tartalom több platformra

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

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

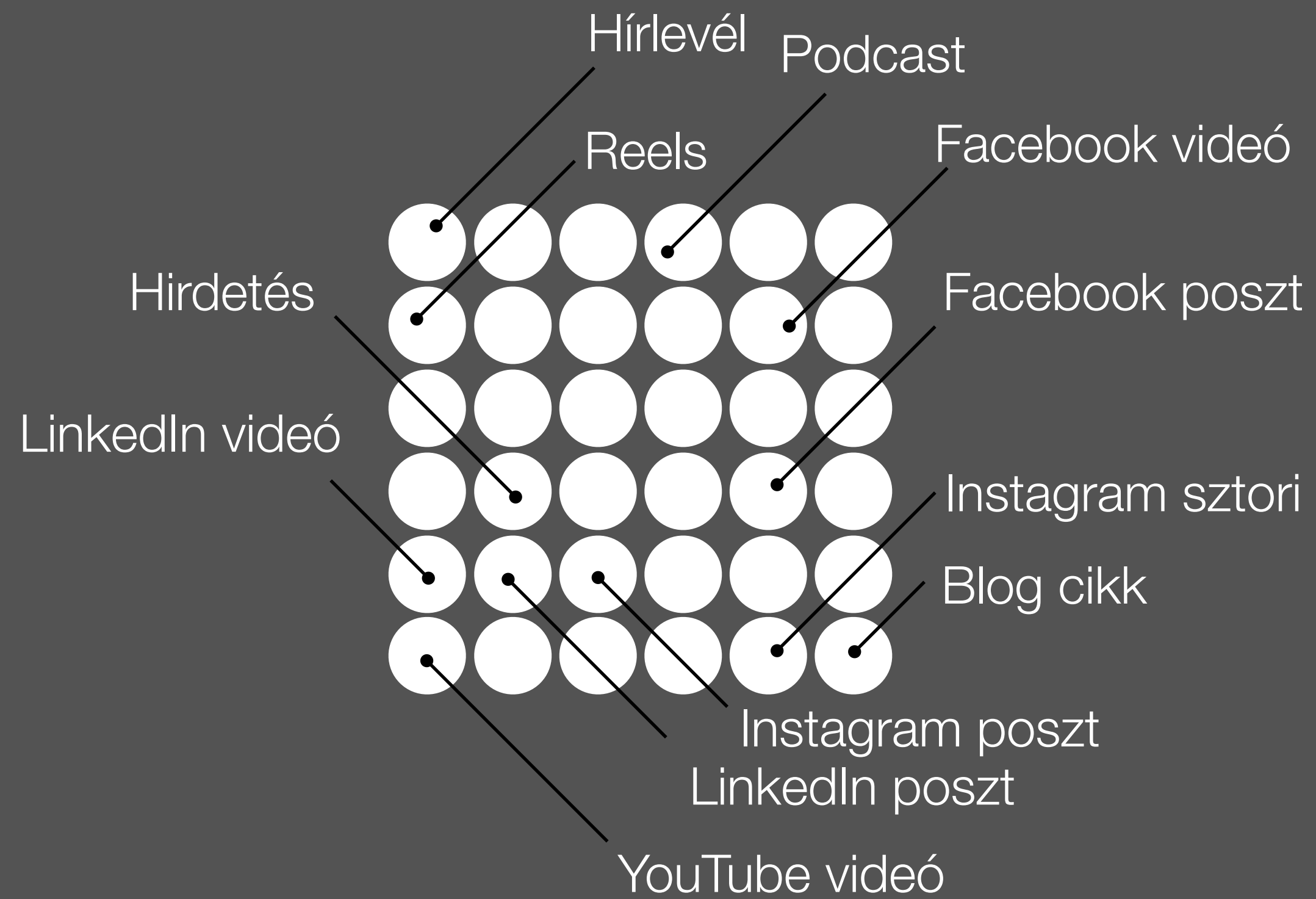
- ▶ A tartalom egy része közös
- ▶ Minden felületen van egyedi tartalom
- ▶ Részben automatizálható
- ▶ Növelni lehet a munka hatékonyságát

Hibrid

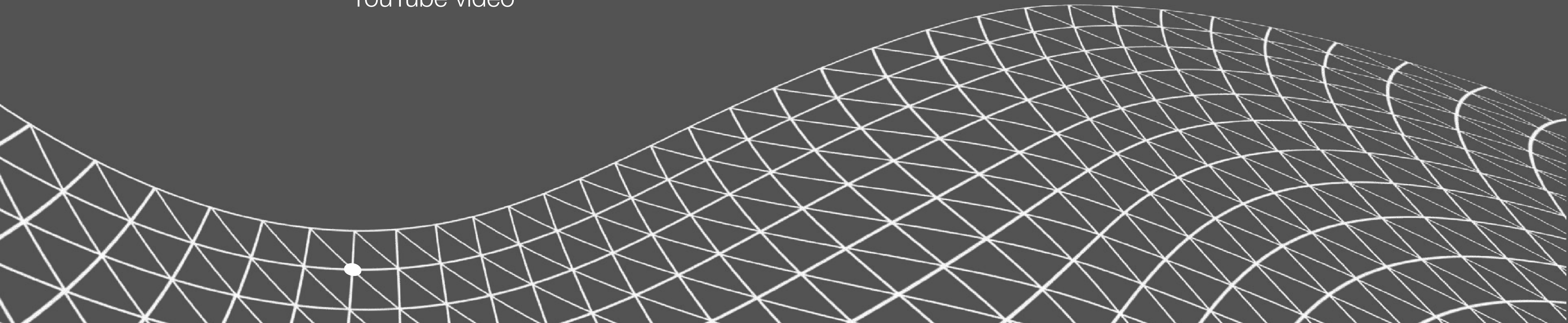
Feladat:

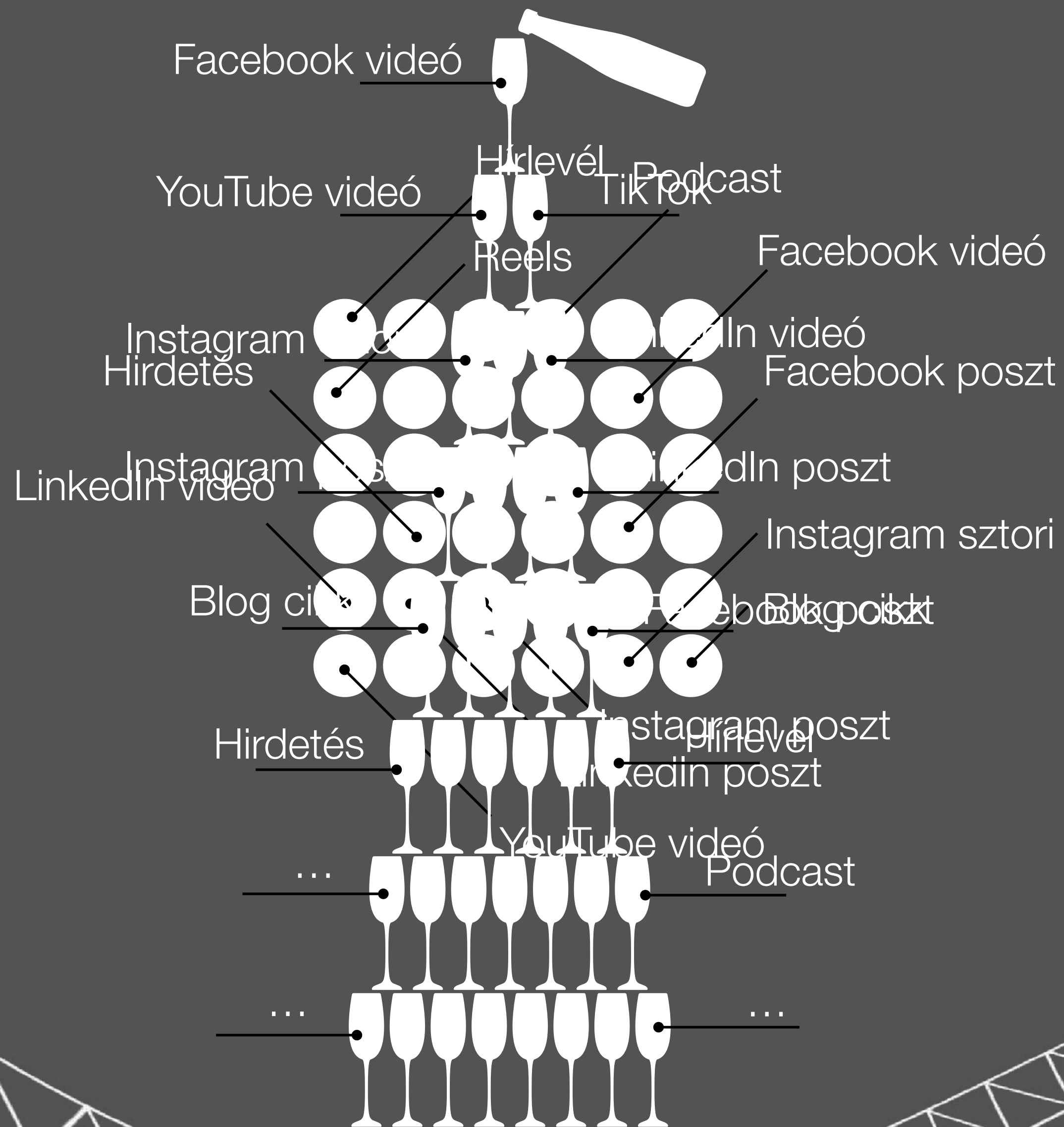
- ▶ Minden felületnek adni egyedi jelleget, egyedi tartalmat
- ▶ Keresztpromóció: felületek támogassák egymást

Tartalompíramis



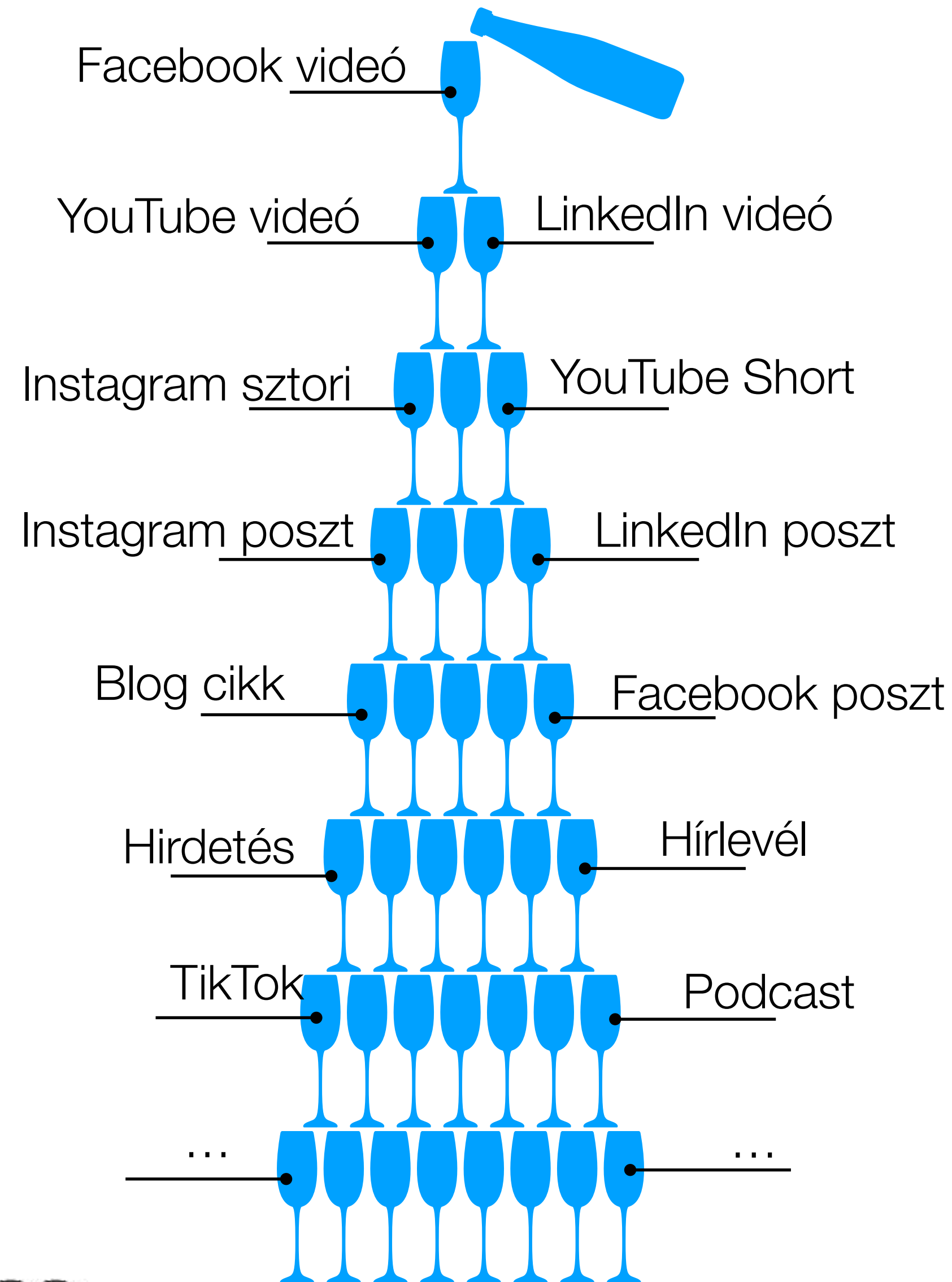
Tartalomgyártás
több platformra
általában





“Automatizált”
tartalom piramis

Tervezés: tartalom elosztás több platformra



Építsünk “automatizált”
tartalom piramist!!

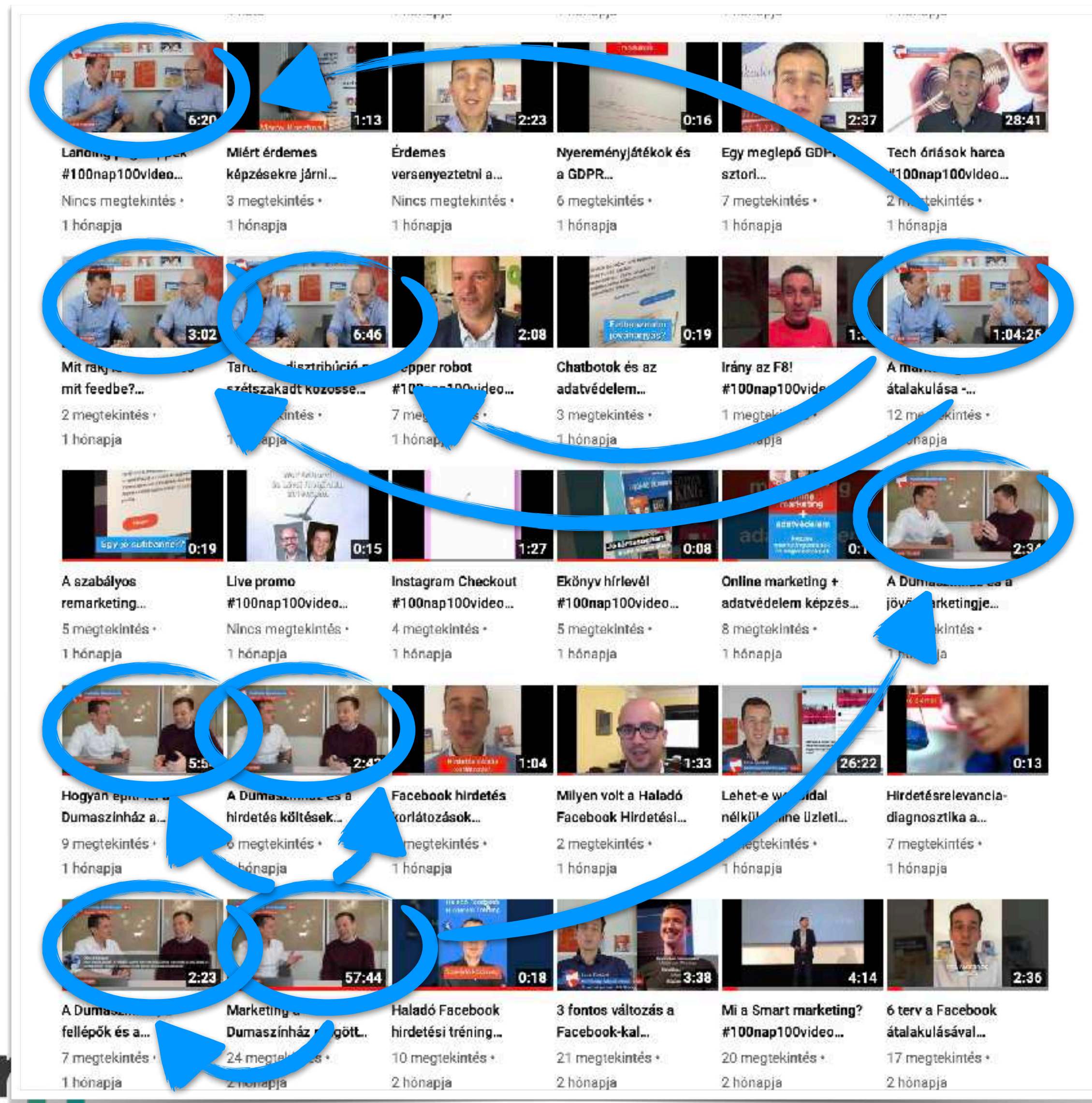
- ▶ Munkatársak
- ▶ Virtuális asszisztens
- ▶ Gyakornok
- ▶ Ügynökség
- ▶ Automatizált szoftverek

Tartalompiramis

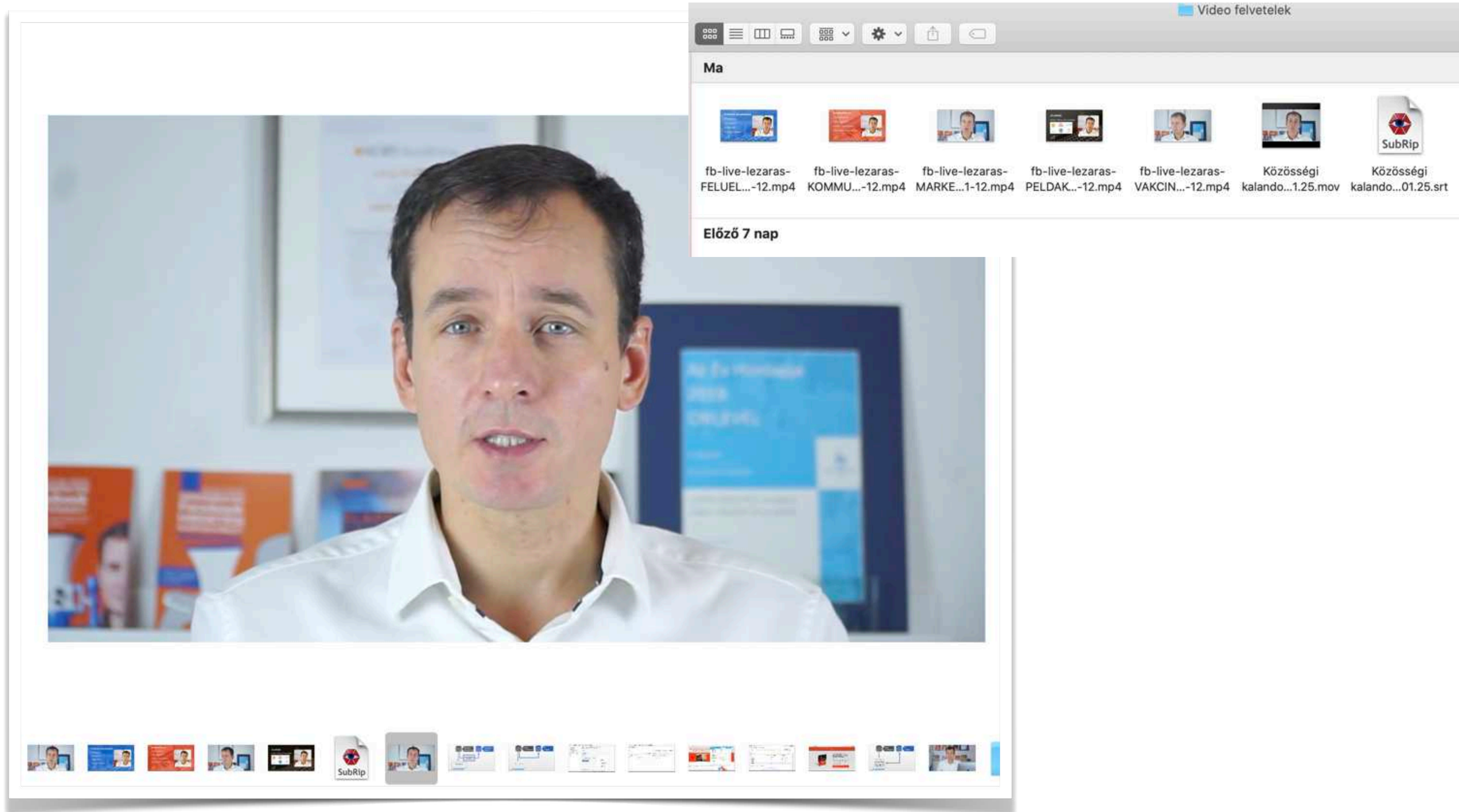
- ▶ Melyik kommunikáció típust lehet/érdeemes megosztani?
- ▶ Mi segíti az üzleti célokat?
- ▶ Mi az újramegosztás igazi nyeresége (több ember, újraelérés, stb.)
- ▶ Melyik lesz az elsődleges platform?
- ▶ Melyik platformokra osztjuk tovább?
- ▶ Kik segítenek?
- ▶ Milyen szoftver?
- ▶ Kinek a feladata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

Tervezés: tartalom elosztás több platformra

Egy tartalom, több verzió
ugyanazon a felületen

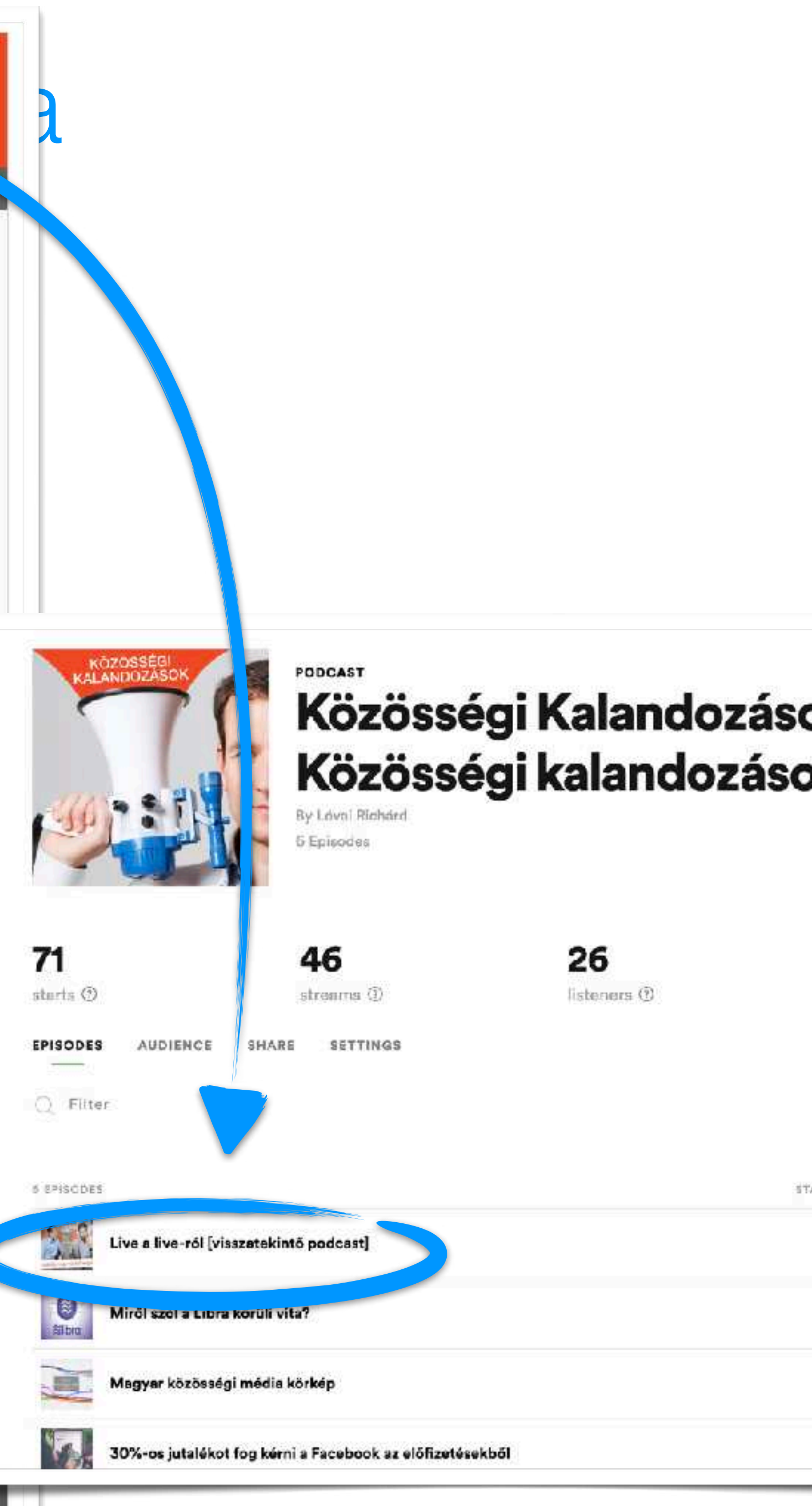
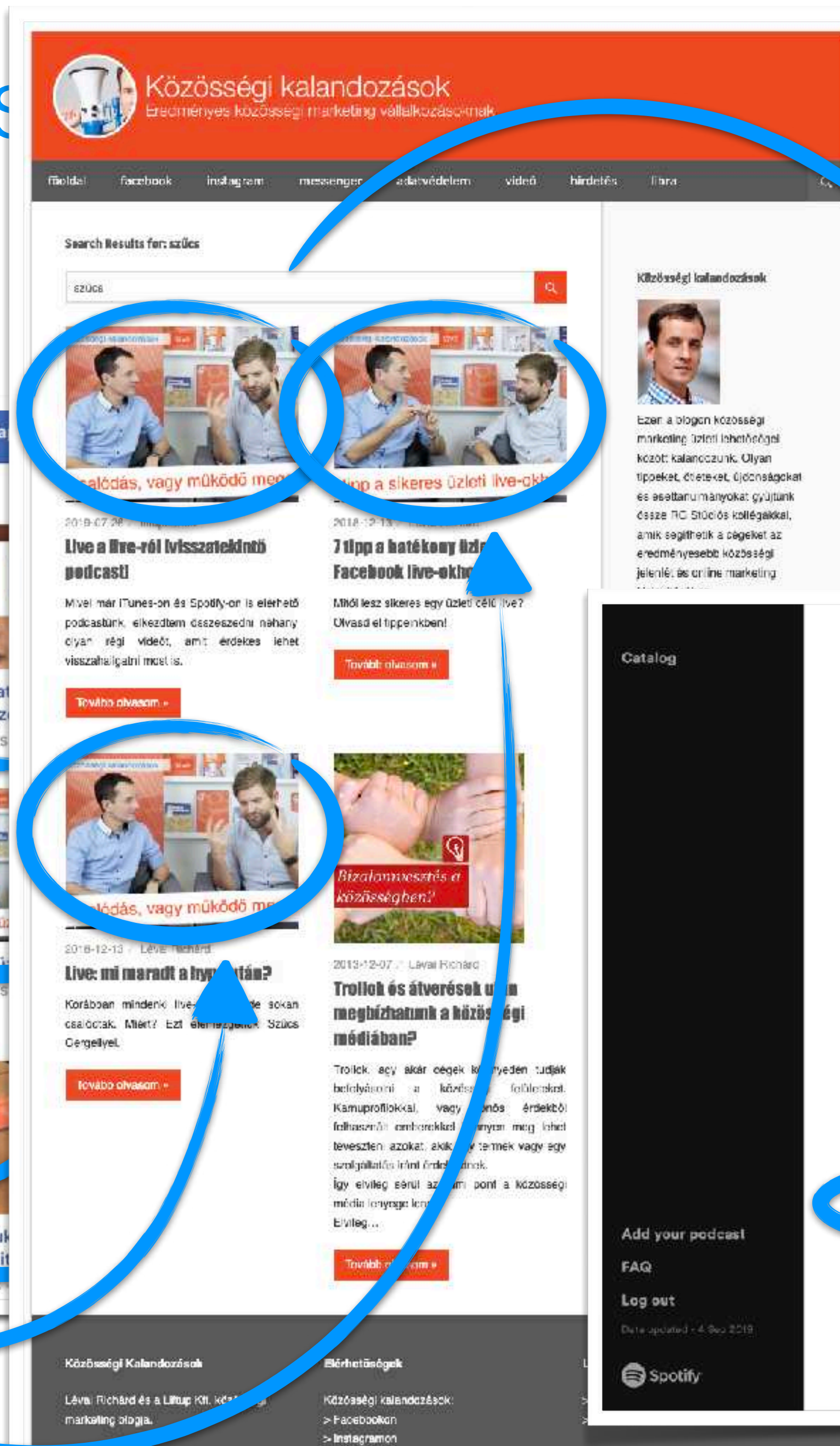
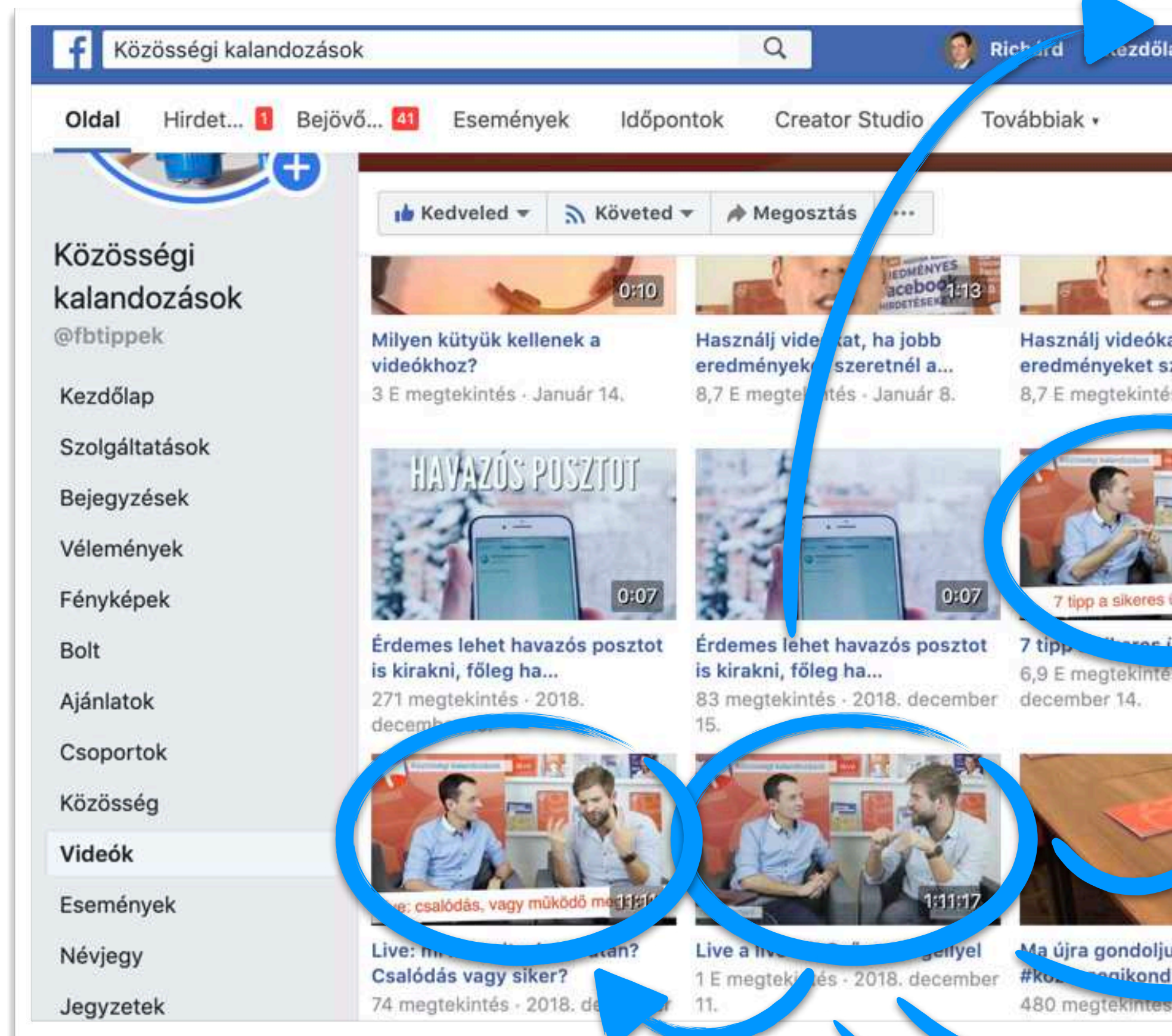


Tervezés: tartalom elosztás több platformra



Tervezés: tartalom elos

Egy tartalom,
több platformon

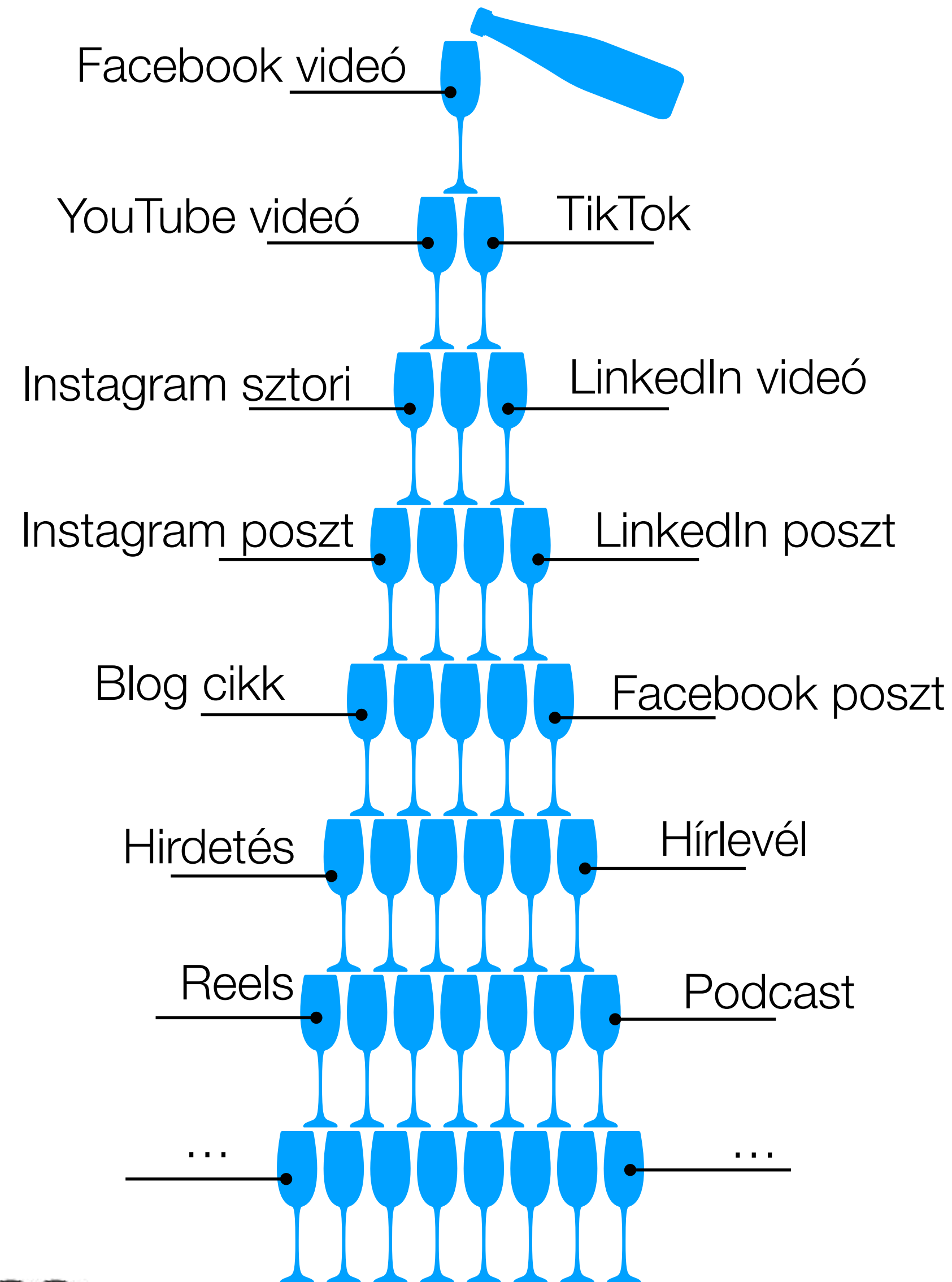


Mer



Tartalompiramis a gyakorlatban

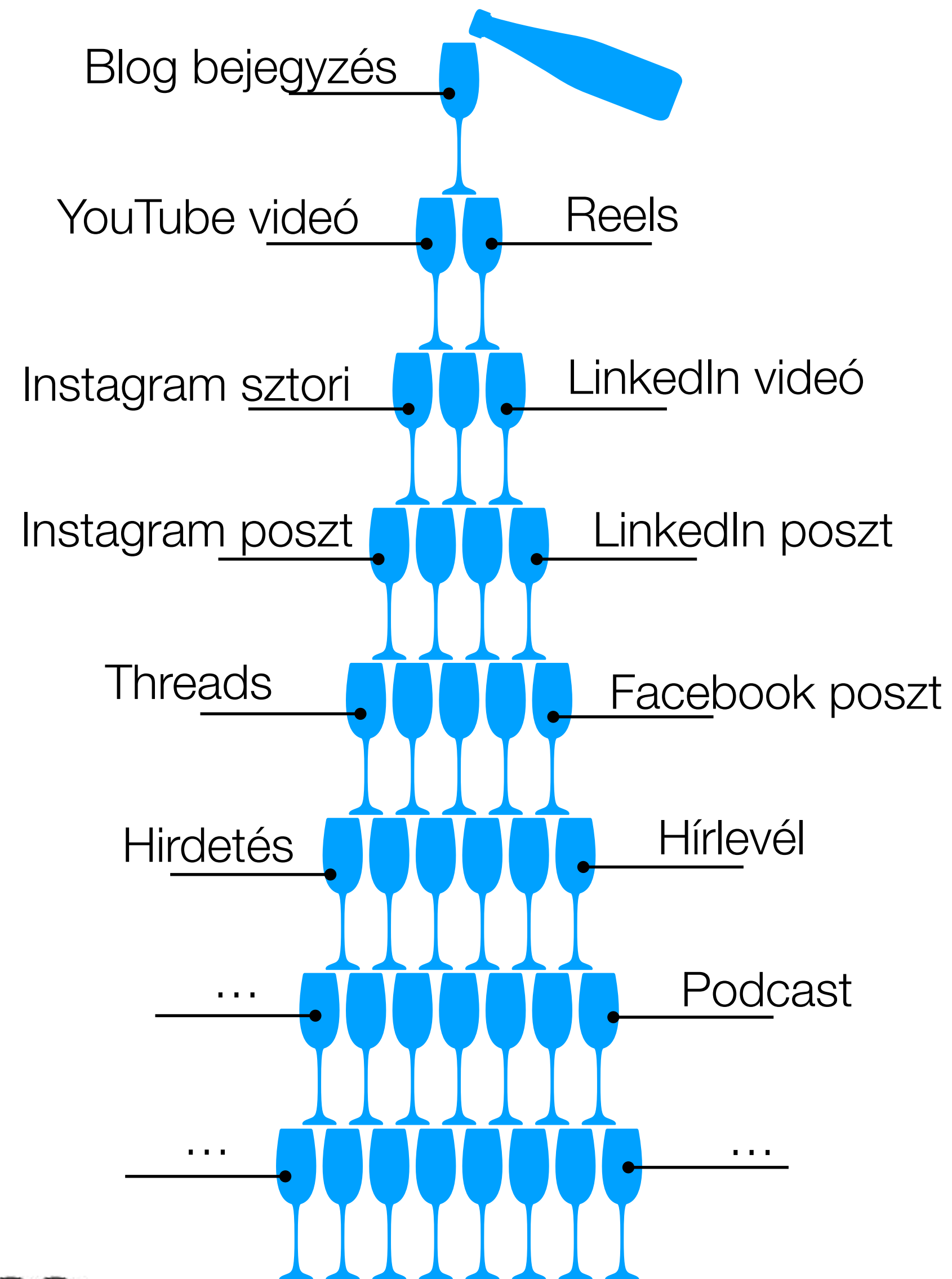
Tartalompiramis



- ▶ **Alap: videó**
- ▶ Videó publikálása: YouTube-on, LinkedInen, TikTokon
- ▶ Videó ütemezése +2-3 alkalommal
- ▶ Videóból: több, rövidebb videó részlet
- ▶ Rövidebb videó részletek publikálása YouTube-ra, Facebookra, LinkedIn-re, TikTokra
- ▶ Videó kiküldése hírlevélben



Tartalompiramis



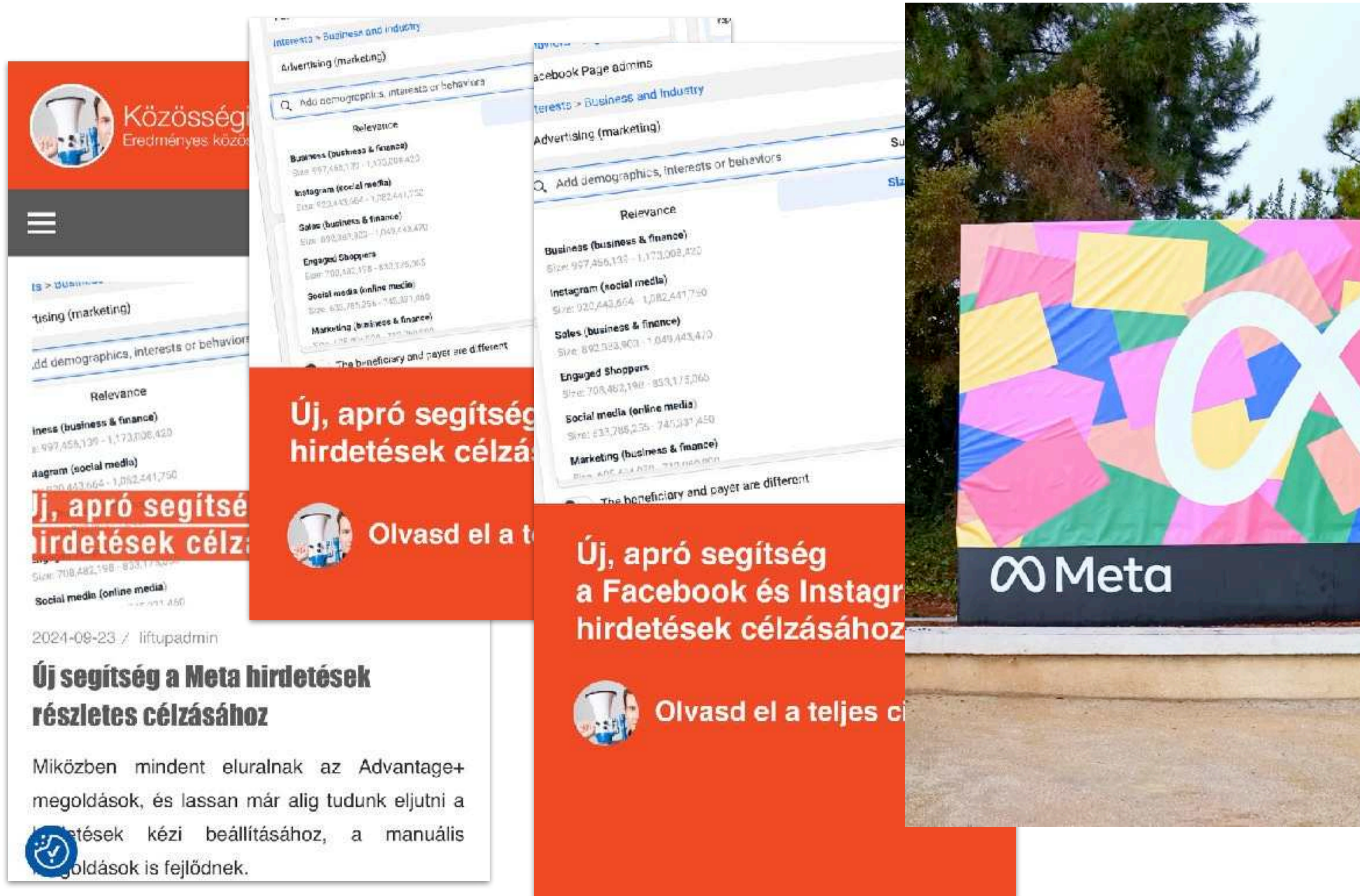
► Alap: blog bejegyzés

► Bejegyzés publikálás közösségi médiában

► Videó generálás szövegből

► Videó publikálás közösségi médiában

Tartalompiramis



- ▶ Blogbejegyzés írás
- ▶ Előnézeti képek készítése
- ▶ Posztok beütemezése
- ▶ Videó készítés

36 perc

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

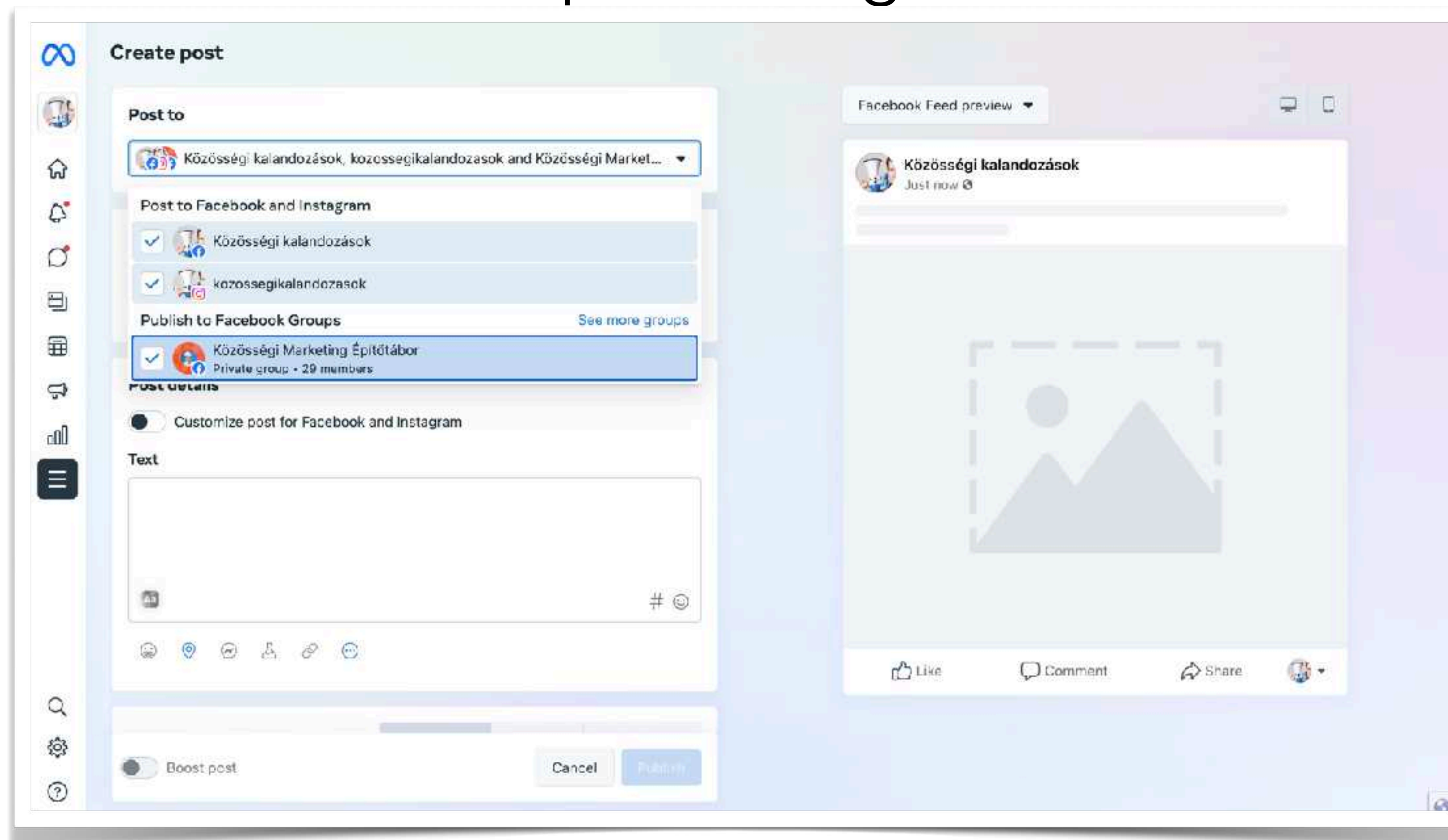
Tartalompiramis

Tartalom + elosztási terv + eszközök + automatizáció

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 2

☐



►



►



Közös

☐



►



►



 Közösségi kalandozások [insta] -> Ricsi [LinkedIn]

ON





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

Share

ON

 Action

2. Only continue if...

▼ Choose app

^ Filter setup & testing

Only continue if...

 1. Message

(Text) Contains

#ujcikk

×

+ And

OR continue if...

 1. Message

(Text) Contains

#cikkajanlo

×

+ And

?

!

⌚

⚙️

i

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				Közösségi kalandozások 10:50am			
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?
Árueld el anonim kutatásunkban a tapasztalataidat!
<http://liftup.link/gdprcegkutas>

GDPR és a cégek

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

Az adatokat a Liftup Kft. gyűjtötte, hogy jobban megismerje a magyar cégek adatvédelmi kapcsolatos véleményeit és problémáit. Ha kíváncsi vagy az eredményekre, a kérdőív kitöltése után lesz lehetőséged feltekintni egy másik, az adatgyűjtő felületről foglaltat oldalra.

A KÉRDŐÍV JÁRÓDOK. Válaszod bármilyen őszinte, semmilyen módon nem tudjuk hozzáadni vagy a cégedhez kapcsolni a válaszokat.

Szeretettel előre is köszönjük!

HTTP://LIFTUP.LINK/GDPRCEGKUTATAS

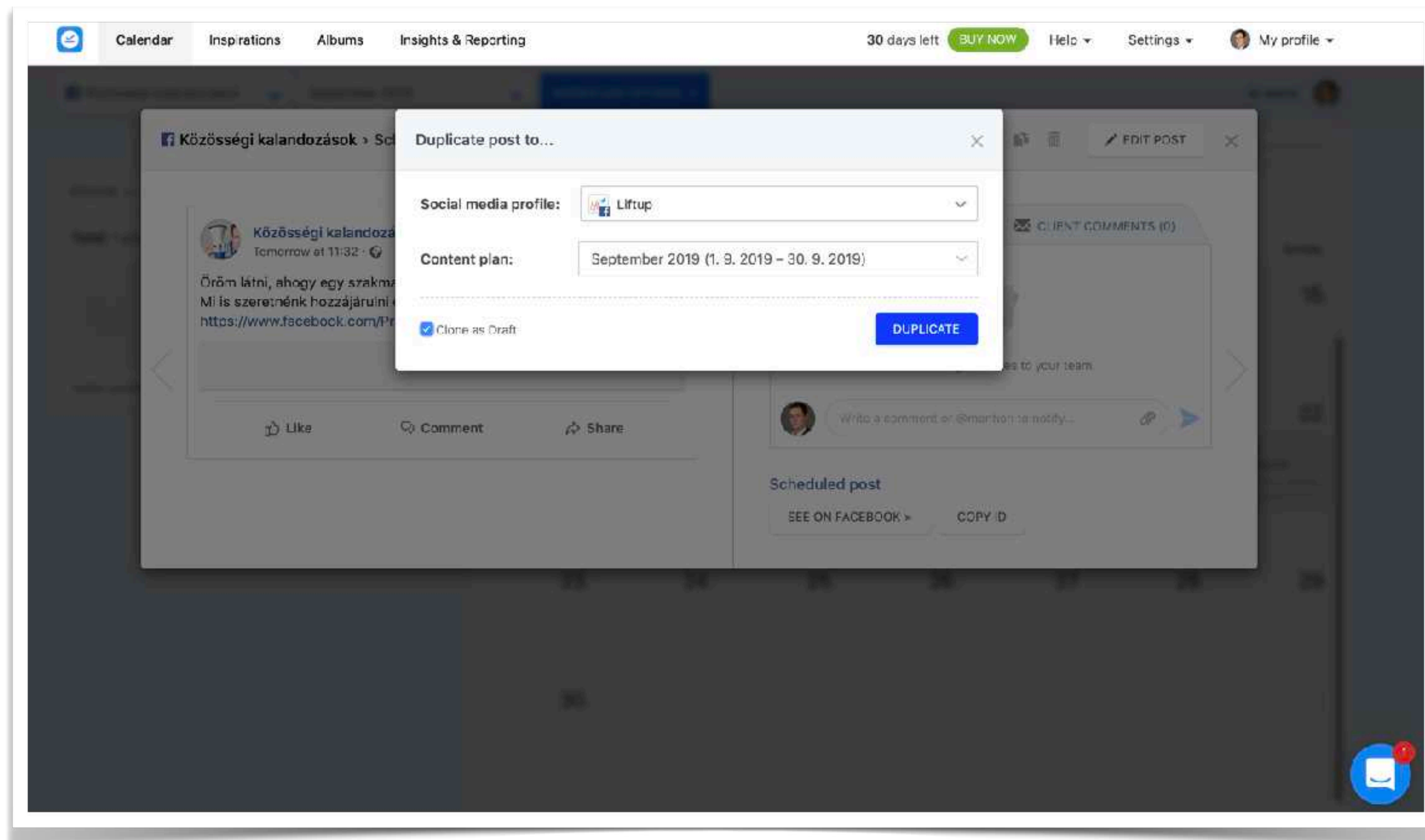
GDPR és a cégek

Majdnem másfél éve élesedett a GDPR. Kutatás...

Like **Comment** **Share**

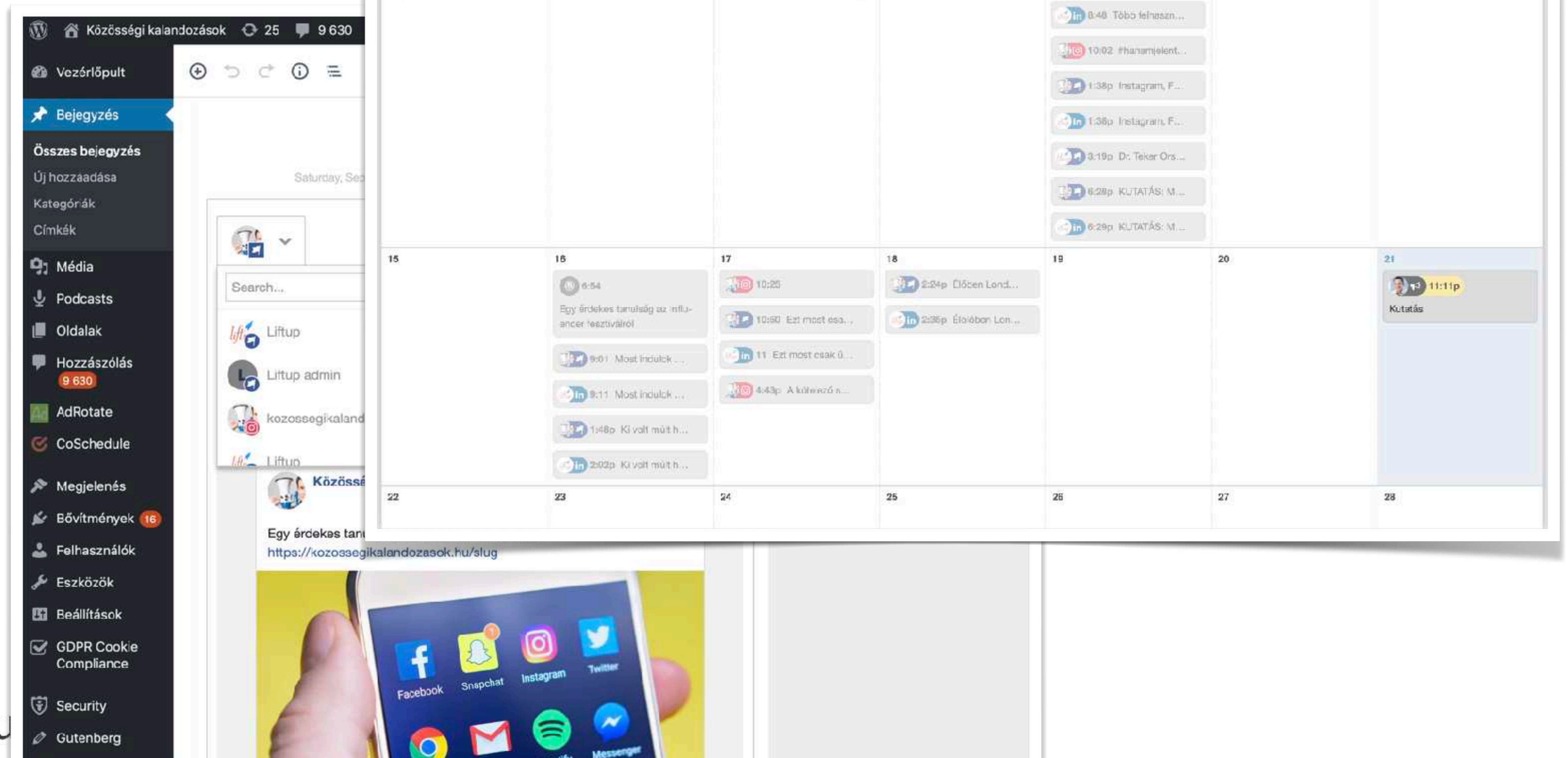
Automatizálás

► Kontentino



Automatizálás

► CoSchedule



The image displays the CoSchedule interface, which is used for social media scheduling. The main part of the interface is a calendar grid showing dates from Sunday, September 8 to Saturday, October 5, 2019. The calendar is set to 'Grid' view. On the left side, there is a sidebar with a dark background containing various navigation options and tools. The sidebar includes a 'Vezérlőpult' (Dashboard) section with a 'Bejegyzés' (Post) button and a list of 'Összes bejegyzés' (All posts) with options for 'Új hozzáadása' (Add new), 'Kategóriák' (Categories), and 'Címkék' (Tags). Below this, there are sections for 'Média' (Media), 'Podcasts', 'Oldalak' (Pages), 'Hozzászólás' (Comments) with a count of 9,630, 'AdRotate', 'CoSchedule', 'Megjelenés' (Appearance), 'Bővítmények' (Extensions) with a count of 16, 'Felhasználók' (Users), 'Eszközök' (Tools), 'Beállítások' (Settings), 'GDPR Cookie Compliance', 'Security', and 'Gutenberg'. The main calendar area shows a grid of dates with various social media posts scheduled for different times. The posts are represented by small icons and text snippets, such as 'Egy érdekes tanulság az influ-ancer fesztiválról' (An interesting lesson from the influencer festival) and 'Egy érdekes tanulság az influ-ancer fesztiválról' (An interesting lesson from the influencer festival). The interface also includes a search bar and a 'Közösségi kalandozások' (Social adventures) section at the bottom.

Automatizálás

SmarterQueue Create a Post Find Content Queue Analytics Categories

Edit Filters No timeslots hidden

ADD TIMESLOTS

1. Select a Category

Humoros képek

2. Select profiles

ALL NONE

3. Drag onto Posting Plan

Humoros képek

— OR —

Click directly in the Posting Plan to add Timeslots

Delete Visible Timeslots

Pause Mondays Tuesdays Wednesday

07:00

08:00

09:00

09:00

10:00

10:15

11:00

11:30

12:00

12:30

13:00

Újdonság videók

Újdonság blog po

Örököld videók

Örököld blog po

7 later timeslots

SmarterQueue Create a Post Find Content Queue Analytics Categories Posting Plan Profiles Engage Inbox Earn \$100-\$400

73 Queue 0 Drafts 0 Trash 0 Failed 0 Unqueued 0 Hidden Past Posts

73 posts Show 3 Empty Categories

Monday 17th Feb 2025

14:00 Cycle #1 Variation: 1 of 2

Árt az elérésnek az időzített posztolás?

Örököld videók

14:00 Cycle #1 Variation: 1 of 2

Árt az elérésnek az időzített posztolás?

Örököld videók

14:00 Cycle #1 Variation: 1 of 2

Árt az elérésnek az időzített posztolás?

Örököld videók

14:00 Cycle #1 Variation: 1 of 2

Árt az elérésnek az időzített posztolás?

Örököld videók

SEARCH

CURRENT FILTERS [SAVE]

None

FILTER BY PROFILE

17 Instagram közösségikalandozások

19 Facebook közösségi kalandozások

7 Facebook Liftup

14 LinkedIn Liftup

16 TikTok közösségi kalandozások

FILTER BY CATEGORY

Hide Inactive Categories

No Categories hidden

1 Humoros képek

4 Örököld blog posztok

30 Örököld videók

25 Promó videók

Timezone: 13:35 Europe/Berlin

Automatizálás

► Podcast

The screenshot shows the WordPress Gutenberg editor interface. On the left is a dark sidebar with navigation links: Vezérlőpult, Bejegyzés (selected), Összes bejegyzés, Új hozzáadás, Kategóriák, Címkék, Média, Podcasts, Oldalak, Hozzászólás (9 630), AdRotata, CoSchedule, Megjelenés, Bővítmények (16), Felhasználók, Eszközök, Beállítások, GDPR Cookie Compliance, Security, and Gutenberg. The main editor area has a top bar with 'Switch to Draft', 'Preview', and 'Update' buttons. The title is 'Live a live-ről (visszatekintő podcast)'. The content includes two paragraphs: '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.' and 'A hanganyagot itt éred el (és persze Spotify és iTunes csatornákon):'. Below the text is a video player with a progress bar at 0:00 / 1:11:35. Another paragraph follows: 'Persze ha a videó verziót is szeretnétek látni, azt elérhetitek itt:'. Below this is a code block containing an iframe embed code for a Facebook video. On the right is a settings sidebar with sections: Document, Block, Status & Visibility, Permalink, Kategóriák, Címkék, Podcasts (expanded, showing 'Közösségi Kalandozások Podcast' and a 'Add New Podcast' link), Kiemelt kép, Excerpt, Discussion, Bejegyzés tulajdonságok, and Mobile Preview.

Vezérlőpult

Bejegyzés

Összes bejegyzés

Új hozzáadás

Kategóriák

Címkék

Média

Podcasts

Oldalak

Hozzászólás 9 630

AdRotata

CoSchedule

Megjelenés

Bővítmények 16

Felhasználók

Eszközök

Beállítások

GDPR Cookie Compliance

Security

Gutenberg

Switch to Draft

Preview

Update

Live a live-ről (visszatekintő podcast)

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.](#)

A hanganyagot itt éred el (és persze [Spotify](#) és [iTunes](#) csatornákon):

0:00 / 1:11:35

Persze ha a videó verziót is szeretnétek látni, azt elérhetitek itt:

```
<figure><iframe src="https://www.facebook.com/plugins/video.php?href=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Ffbtipek%2Fvideos%2F281571535878085%2F&show_text=0&width=560" width="560" height="315" allowfullscreen="true"></iframe></figure>
```

Document

Block

Status & Visibility

Permalink

Kategóriák

Címkék

Podcasts

☒ Közösségi Kalandozások Podcast

[Add New Podcast](#)

Kiemelt kép

Excerpt

Discussion

Bejegyzés tulajdonságok

Mobile Preview

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!