

I. évfolyam, 1. szám

# KÖZÖSSÉGI MÉDIA *mindenkinek*

3 elképesztő  
mesterséges  
intelligencia és  
automatizálási  
trend 2019-ben

HAMISÍTANAK AZ  
INFLUENCEREK?

Mekkora a  
digitális  
lábnyomod?

Insta  
tippek

ASMR

9 dolog, amit  
kerülj, ha hirdetni  
kezdesz

TELEFON,  
TELEFON  
MINDENÜTT...

# ÚJ FEJEZET

*Kedves Olvasónk az első magazinunkat tartja a kezében. Annak ellenére, hogy közösségi médiával foglalkozunk, a digitális tér mellett fontos számunkra a kézzelfoghatóság - eredményekben, kommunikációban, célzásokban, mérésében, szaktudásban no meg a kézzel megfogható, nyomdaillatú könyvekben és egyéb megjelenésekben. Emiatt hoztuk létre Közösségi média mindenkinek című magazinunkat, amely a közösségi média minden területéhez kapcsolódva kíván egy olvasmányos, akár női táskába is belopózó kiadvány lenni...*

*S hogy mit kínálunk ebben a kiadványban? Szó lesz a legújabb Facebook, Instagram és egyéb közösségi média platformok technikai mellett az adataink, védelméről, a manapság oly' trendinek számító influencer éráról, de olvashatnak rövid esettanulmányokat és érdekességeket is.*

*Jó olvasást kívánunk!*



**Klausz Melinda**  
kozossegi-media.com  
socialmediaacademy.net





## TIPPEK MESSENGER BOTOD KOMMUNIKÁCIÓJÁNAK NÖVELÉSÉHEZ

2019-ben a Messenger botok fénykorukat élik, nincs is jobb módja annak, hogy olyan kapcsolatot hozzunk létre ügyfeleink és chatbotunk között, mely valódi konverziót eredményez. Fontos azonban figyelembe venni néhány tényezőt, hiszen chatbot és chatbot között óriási különbségek vannak. Ebben a cikkben vezető Messenger szakértők legjobb tippeit szeretnénk megosztani.

### Alakíts ki egy karaktert a Messenger botnak!

Ne feledjük, hogy egy chatbot mindenképpen csak egy bot, és ne is próbáljuk valós embernek beállítani, ezért célszerű már a beszélgetés elején egyértelművé tenni felhasználóink számára: robottal beszélgetnek.

Egyértelmű, hogy a chatbotokat a gyorsaság és a szórakoztatás miatt használjuk, arról nem is beszélve, hogy egyedülállóan hiteles módon szolgálják az ügyfeleinket. Így minél szórakoztatóbb és színesebb a chatbotunk, annál inkább vált ki interakciót a felhasználókból.

Célszerű tehát egy olyan karaktert megformálnod chatbotod személyében, mely képviseli a márkádat, és úgy használja ezt a kreált személyiségét, hogy egyre több ügyfelet szerez a cégednek.

Úgy kommunikáljon a Messenger botod, mintha valóban chatelne az ügyfelekkel

A legfontosabb a bot létrehozásakor, hogy utánozza a valódi beszélgetést. Ne akard a hírlevélben kiküldött információkat egy az egyben átmásolni a botodba! Egészen hosszú szövegeket egybe elküldeni pedig még nagyobb vétek!

A Messengerben folytatott kommunikáció lényege, hogy egyszerre csak néhány sor információt közöljünk a felhasználóval, s közben minél több lehetőséget adjunk neki is a reagálásra.

# Te is függsz a telefonodtól?

Egy átlagos felnőtt, naponta 6 órát tölt a közösségi média böngészésével, és naponta több mint 50 alkalommal nézi meg a telefonját, a fiatalok pedig akár 80 alkalommal tehetik ugyanezt.

2019-re elérkeztünk arra a pontra, amikor a technológiával való kapcsolatunkat akár problémásnak is lehetne definiálni, pedig a cél az lenne, hogy egészséges viszonyt alakítsunk ki a technológiával és úgy élvezzük annak előnyeit, hogy nem engedjük ki kezünkől az irányítást.

A probléma azonban az, hogy gyakran alábecsüljük, hogy mennyi időt töltünk online. Ez azért lehetséges, mert nem tudatos a jelenlétünk, a legtöbbször inkább már "csak" megszokás.

Ráadásul sokan hiszik azt, hogy egyszerre több dologra tudnak koncentrálni, ám sajnos a multitasking csak egy mítosz. Kutatások ugyanis bebizonyították, hogy a kognitív képességeink jelentősen csökkennek, amikor egyik képernyőről a másikra ugrálunk.

Hinnéd, hogy akár 25 percre is szükséged van ahhoz, hogy újra arra a feladatra összpontosíts, amivel az online zavarás előtt foglalkoztál?!

De miért fontos, hogy egészséges kapcsolatot alakíts ki a technológiával? Csak néhány érv a sok közül:

- Munka közben jobban tudsz fókuszálni és nő az aktivitásod és a hatékonyságod.
- Jobban alszol.
- Kevésbé leszel stresszes és ideges, nő a boldogság szinted.
- Jobban jelen leszel a pillanatban és a kapcsolataidban!

Ne feledd, a legnagyobb ajándék amit a másiktól adhatod az a teljes figyelem!





## SUTTOGÓ GYEREKEKET HALLGATÓ FELNŐTTEK?

ITT A LEGÚJABB YOUTUBE-ŐRÜLET!

Hallottad már a sminkecseted hangját? Néztél már suttogó videót? Vásároltál már úgy ágyneműt, hogy előtte meghallgattad, milyen hangja van, ha a kezedd el érintkezik?

A közösségi média mindig is hírhedt volt a különböző furcsa megoldásokról. Ezúttal egy olyan jelenséget hoztunk, amelyet furcsasága ellenére még nagy cégek is használnak, ez pedig az ASMR.

Mi is az ASMR?

A beszámolók általában egyfajta zibbadásához hasonló érzésként írják le a koponya hátsó részénél, ami kihathat a gerincre és a vállakra is. Ha mindenképpen valamilyen megfogható fogalmat keresünk hozzá, akkor leginkább a „kiborsózáshoz” lehet hasonlítani ezt az érzést. Különlegessége abban áll, hogy ezt a bizsergést suttogással és bizonyos hangokkal (körömdobolás különböző tárgyakon, evéshangok) idézik elő.

Az emberek egy része lazításhoz és az alvászavarok kezeléséhez használja és sokan egyfajta agyi orgazmusként írják le a külföldön eszméletlenül népszerű ASMR-t. Mivel valóban egy nagyon divatos dologról van szó, ezért sok Youtube csatornán kezdtek ASMR videókat létrehozni a nagyobb nézettség és a több követő reményében. Több cég, köztük az IKEA, Sony, McDonald's és a Toyota is hozott létre ASMR inspirálta reklámokat.

# Digitális lábnyom lista

## A rendszer tudja, mire gondolunk...

...kereséseink,  
...böngészéseink,  
...barátoknak írt üzeneteink,  
...és az általunk rákattintott hirdetések alapján

## Tudja, kikkel beszélgetünk...

...G-mail levelezésünk,  
...chateléseink alapján,  
...Youtube-hozzászólásainkból,  
...megosztott képeinkből vagy  
...Google Translate használatára  
alapján.



## Tudja, merre járunk...

...kereséseink,  
...böngészéseink,  
...barátoknak, munkatársainknak és másoknak  
írt üzeneteink,  
...Google Maps és StreetView használatunk és  
útvonaltervezésünk alapján,  
...Google Calendarba lementésre került  
repülőjegyük vagy a szállásfoglalásunk  
információja alapján vagy éppen amiatt mert  
...Waze-n autót, a Booking-on pedig szállást  
kerestünk.

## Tudja, mi érdekel minket, vagy hogyan mivel foglalkozunk...

...kereséseink,  
...böngészéseink,  
...barátoknak, munkatársainknak és másoknak  
írt üzeneteink,  
...általunk olvasott hírek,  
...közösségi média felületen megadott  
tevékenységünk, munkakörünk,  
...általunk keresett könyvek,  
...általunk szerkesztett, vagy számunkra  
hozzáadott Google Dokumentumok,  
...általunk olvasott blogok, szakmai cikkek, hírek  
...megnézett videók alapján.

*Tudod folytatni és kiegészíteni a  
felsorolásokat?*



Vannak általános hibák, amelyeket mindannyian el tudnánk kerülni, de igencsak gyakran belesünk ezekbe a hibákba - ezeket gyűjtötte össze a SocialMediaToday.

### Nincs ötlet vagy stratégia

„A győzelem szereti az előkészítést.” - tartja a mondás. Sok márka hibázik azzal, hogy nem tervez. Egy jó ötlet segít maximalizálni az elérést és több követőt is szerezhetsz, a stratégia kialakításának és tudásának megismerése segít abban, hogy növelje az elkötelezettséget és így hosszútávon tarthasson a siker.

### Nem definiált márka

Nagy hiba, ha nincs meghatározott márkaérték. Annak érdekében, hogy vonzza az embereket a vállalkozásod, meg kell határoznod, hogy mi a márkaértéked. A tartalom megtalálása mellett meg kell határozni azt is, hogy melyek a brand számára releváns tartalmak, kik tartoznak a célcsoportba, mikor és hogyan érhetjük el őket a leghízbiztosabban.

## *A leggyakoribb hibák, amiket a márkák elkövetnek*

Ha nem fejezed be a profilod leírását és kihagysz más fontos adatokat, azzal is nagy hibát követsz el. A profilod lehetővé teszi, hogy megragadd a leendő követőd figyelmét. Nézd meg, hogy a névjegy panelt rendesen kitöltötted-e, mindent beállítottál-e az oldalakon. Érdemes megadni a többi platformod elérhetőségét is minden egyes felületen és ne félj hashtag-et használni.