

Jelen lenni a hálón...

On-line marketing
az elméletben
és a gyakorlatban

[Miért kell jelen lenni a hálón?]

- Törvényi kötelezettség (pályázatok, közhasznúsági jelentések stb.)
- Átláthatóság, transzparencia (üvegzsébtörvény)
- Partnerség, társadalmi párbeszéd, civil együttműködés
- PR-érték, lehetőség pl. a forrásgyűjtésre
- Reklámlehetőség

[Amiről szó lesz...]

- A marketingről általában
- Az on-line marketing jellemzőiről
- A honlapokról, hírlevelekről, on-line hirdetésekről
- A közösségi oldalakról
- A blogokról
- **INTERAKTÍVAN!**

Klasszikus vs. on-line hirdetések

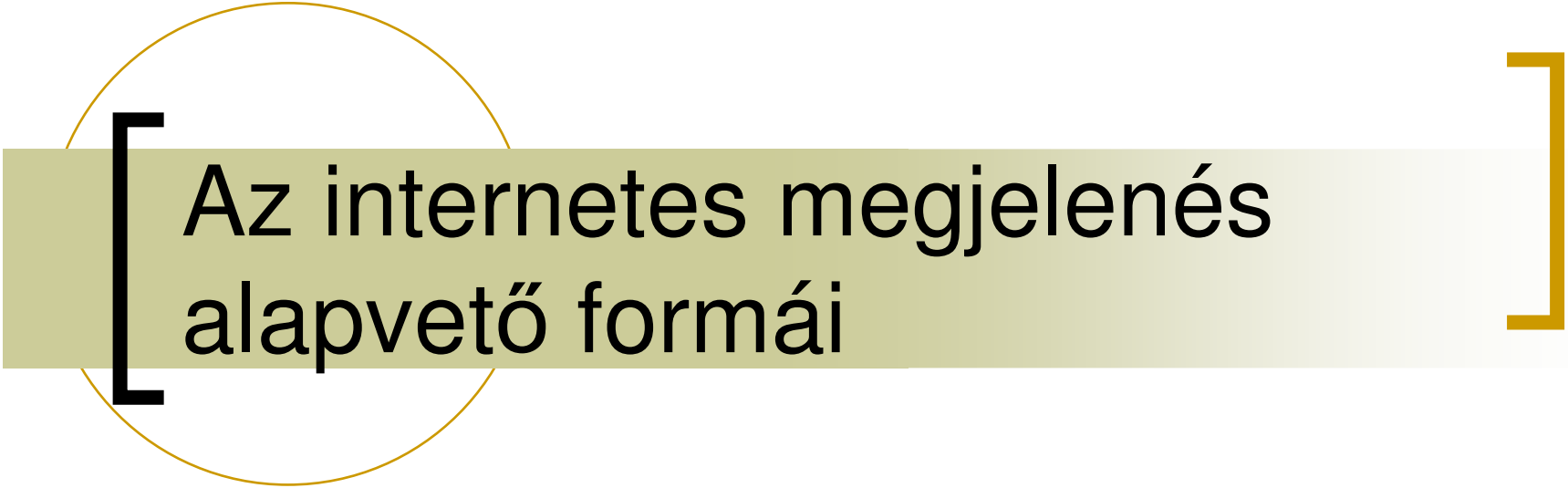
- A klasszikus hirdetési felületekkel szemben az internetes felületek sokkal pontosabb célzást tesznek lehetővé – a személyre szabott reklámot – ismerjük ugyanis az olvasó érdeklődési körét is!
- A klasszikus marketing életkor, nem és lakóhely szerint tud csoportosítani, de az internet a hobbik, az érdeklődési körök, az érzelmek szerint is lehetővé teszi ezt.
- A tömegmédia (lapok, TV, közterület) sokakhoz eljut ugyan, de rettentően drága. Márkaépítéshez, imázsformáláshoz jó csatorna, de konkrét üzenetek célba juttatásához túl nagy a szórása.
- Az on-line hirdetések az ATL és a BTL keverékei: egy kicsit klasszikus hirdetés, egy kicsit DM...

[Klasszikus vs. on-line hirdetések]

- Az internet nem egyszerűen kommunikációs csatorna, hanem az interaktivitásának köszönhetően közösségi tér.
- A hálón kommunikálni tehát nem reklámozást, hanem közösségépítést jelent.
- Tartalmat nem (csak) a marketinges hoz létre, hanem a fogyasztók is – adjunk teret nekik!
- Minden korábbinál fontosabb a párbeszéd!

[Paradigmaváltás a marketingben]

- Az internetes felületek erősödése új korszakot jelent a marketingben:
 - A korábbi egyirányú, push típusú kommunikáció helyett az interaktív párbeszéd a fontos.
 - Pontosán mérhető az on-line marketing eredménye.
 - Tökéletes pozicionálás és célcsoportképzés lehetősége – reklámkerülés minimális!
 - A fogyasztó „jön helybe” az őt érdeklő reklámért!



Az internetes megjelenés alapvető formái

...avagy miként
legyünk jelen
a hálón

[Az internetes megjelenés formái]

- Honlapok
- Hírlevelek
- On-line sajtókapcsolatok
- Hirdetések
- Linktárak
- Közösségi oldalak
- Blogok



Honlapok

[Honlapok]

- Milyen egy jó honlap?
 - Szép
 - Keresőbarát
 - Ott tartja és továbbolvasásra ösztönzi a látogatót
 - Struktúrája és dizájnya jól áttekinthető és következetes
 - Irányítja a tekintetet (balról jobbra, fentről lefele olvasható...)

[Honlapok]

- Milyen egy jó honlap?
 - Kerüli a túl nagy kontrasztokat (fekete háttéren fehér betű kerülendő)
 - Kerüli a túl nagy és látványos elemeket
 - Következétesen használja a linkek jelölését
 - Egyértelműen mutatja, hol vagyunk
 - A főoldalt ízelítőnek szánja

[Webergonómia]

- A webergonómia az ergonómia speciálisan az internetes világra értelmezett formája, amely a weblapok használhatóságával és ennek kapcsán az internet felhasználók szokásainak vizsgálatával foglalkozik. Célja a látogatók elégedettségének, hatékonyságának a növelése, a kezelhetőség egyszerűsítése mellett.
- Jakob Nielsen: *„A web a figyelem iparága, ahol a fő fizetőeszköz a felhasználó ideje. Mit néznek meg, hajlandók elidőzni, és hova fognak később visszatérni?”*

[Webergonómia]

- A webergonómia azt vizsgálja, hogy:
 - Mennyire használható egy honlap,
 - Mennyire könnyen lehet megtalálni,
 - Mennyire könnyen lehet megtalálni a honlapon, amit keresek.
- A cél tehát az, hogy felhasználóbarát honlapot készítsünk, megkönnyítve a látogató tájékozódását és jól kihasználva a felhasználónak a honlapon töltött idejét.

[Webergonómia]

- Fontos az első benyomás egy látogatóban:
 - tetszetős-e az adott oldal
 - kellemesek-e a színei
 - áttekinthető-e vagy túlzsúfolt.
- Tartalmi stratégia:
 - milyen információkat
 - milyen mennyiségben,
 - hol és miképp jelenítünk meg.

[MESEJOO oldalak]

- A MESEJOO mozaikszó és azokat az irányelveket tartalmazza, amik segítségével, olyan weboldalak készíthetők, melyeket a felhasználók szívesen használnak és rendszeresen visszatérnek rá.

M - *minőségi tartalom*

E - *elég gyakori frissítés*

S - *sebesség*

E - *egyszerű használhatóság*

J - *jól megfelel a felhasználóknak*

O - *online-média előnyeit kihasználja*

O - *online vállalati kultúra*

[MESEJOO oldalak]

- **Minőségi tartalom** – rossz, hiteltelen, téves tartalmak esetén senki nem fog sok időt eltölteni az oldalon és senki sem fog visszatérni.
- **Elég gyakori frissítés** – fontos, hogy a weboldal aktualizálva legyen, érdemes tehát sűrűn (oldaltól függően természetesen) változtatni a kezdő tartalmat, hogy látogatóink mindig találjanak valami újdonságot.
- **Sebesség** – tapasztalatok szerint 10 másodpercnél hosszabb válaszidő a felhasználó figyelmének elvesztéséhez vezet, ráadásul egy weboldalon a felhasználók átlagosan 2–4 percet időznek – ezért nem érdemes az oldalt lassító látványelemeket, túl nagy képeket és alkalmazásokat futtatni.
- **Egyszerű használhatóság** – ne várjuk el a felhasználóktól, hogy elolvassák a kezelési útmutatót vagy a help-et...
- **Online-média előnyei** – az internet egy interaktív média a többi egyéb médiummal szemben, ezért kifejezetten szükség van az ebben rejlő lehetőségek kihasználására: linkek, háttérinformációk lehetősége, valamint interaktivitás!

[A honlaptervezés szempontjai]

■ **Egyszerűség, átláthatóság**

- A monitorok felbontása nem éri el egy a nyomtatott kiadvány minőségét, ezért nehezebb olvasni
- statisztikák szerint az emberek monitorról huszonöt százalékkal lassabban olvasnak, mint papírról
- a hosszú szövegek fáradtságos olvasása helyett a felhasználók az ilyen adatokat csak átfutják, kulcsszavakat, kulcsmondatokat, vagy érdekes bekezdéseket keresve
- érdemes, tehát lényegre törő, rövid, tagolt formában, egyszer nyelvezettel közölni a mondanivalónkat

■ **Nézőpont**

- A weboldalat az átlag felhasználó szemszögéből érdemes felépíteni – így lesz számukra jól kezelhető, átlátható és felhasználóbarát. Gyakori hiba, hogy a weboldal ehelyett a vállalat felépítését tükrözi

[A honlaptervezés szempontjai]

- Az első benyomás fontossága: tudjam, hol vagyok, hová mehetek tovább és hol jártam már...
- Figyeljünk a linkek egységes és konzekvens színezésére (eredendően kék-padlizsán)!
- A keresőprogramok gyakran közvetlenül a belső oldalakra visznek – ekkor is tudni kell, hogy hol vagyok, hová mehetek tovább – vagyis a nyitólapot és a fontosabb menüpontokat a belső oldalakról is el kell tudni érni.
- Breadcrumb (navigációs csík) – Jancsi és Juliska meséje

[A honlaptervezés szempontjai]

- Megjelenés: legyen szép, de számoljunk a böngészők különbözőségével (ami Explorerben jó, az a Firefoxban széteshet és fordítva) és a monitorok különböző felbontásával
- A dizájn ne terhelje és ne lassítsa az oldalt (fotók: általában 72dpi, minimális animáció – bár a technológia fejlődésével és a növekvő sávszélességgel ez se gond)
- Nagyméretű, letölthető fájloknál a fájl méret és a kiterjesztés megadása
- A fotóknál képleírás megadása (egérrel ráállva kiírja és olvasni tudják a vakbarát alkalmazások)
- Fontos a helyesírás – a helyesírási hibáktól hemzsegő oldalak rontják a hitelességünket, rontja az oldal és a szervezet megítélését.

[A honlaptervezés szempontjai]

- Használjunk kontrasztos színeket a szövegek megjelenítésére – javasolt a fehér alapon fekete szöveg, ez javítja az olvashatóságot (kisebb kontrasztú szövegek esetében lassul az olvasás sebessége, fekete háttéren fehér szöveg lassabban olvasható).
- Háttérnek lehetőleg egyszínűt használjuk, esetleg nagyon finom mintájút, mert az erős hátterek jelentősen rontják az olvashatóságot.
- Kerülendő a mozgó szövegek használata: ezek legtöbbször olvashatatlanok és zavaróak.
- A betűk típusa és mérete is fontos - kimondottan monitorról olvasásra való font a Verdana, a betűszélessége miatt kevésbé fárasztja a szemet (a szűkebb betűtávolsággal rendelkező fontok olvasása jóval nehezebb, mivel a betűk nem különülnek el élesen egymástól, felismerhetőségük romlik).

Mi hol legyen egy honlapon?

Logó  **EDELÉNYI kastélysziget**

Nyelvválasztás + kereső 

Főmenüsor KEZDŐLAP | KASTÉLY | FELÚJTÁS | SZOLGÁLTATÁSOK | AKTUÁLIS | GALÉRIA

Látványelemek 

Az edelényi kastélysziget

LÁTOGATÓI INFORMÁCIÓK

Az Edelényi Kastélysziget a felújítási munkák miatt jelenleg nem látogatható. A kastély várhatóan 2012 első felében nyitja meg kapuit a nagyközönség előtt. Kérjük, addig is látogasson el rendszeresen honlapunkra, ahol a kastéllyal kapcsolatos aktuális információkat és érdekességeket folyamatosan frissítjük.

Aktuális + ízelítő

AKTUÁLIS  **LÁTNIVALÓK**  **GALÉRIA** 

A keleti toronyszoba elfalazott vártablakának kiemelésakor, két falféreg között előkerült egy olyan ábrák, ami bizonyíthatóan 1820 előtt készült, tehát a kastély fénykorából való.

Információk Edelény, az Edelényi kistérség, Borsod-Abaúj-Zemplén megye és az Észak-magyarországi régió természeti, építészeti és kulturális örökségéről, látnivalóiról.

Az edelényi kastély, a kastélysziget, a park és a páratlan rokokó freskók képeiben.

Szolgáltatások stb.

Küldjön e-képeslapot!



Mémemlékek Nemzeti Gondnoksága

Kapcsolat | Oldaltérkép | Impresszum

 **MAGYARORSZÁG MEGÚJUL**

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap társfinanszírozásával valósul meg.

24 / 24 - vágólap
Az elem a vágólapra másolva.

Internet 70%

[Interaktív eszközök]

- Az internet legnagyobb előnye az interaktivitás – éljünk vele!
- A honlapon lehetőleg legyen:
 - e-mail-hivatkozás (feltétlenül)
 - vendégkönyv (opcionális)
 - fórum (opcionális) – moderálni kell!
 - szavazás (opcionális) – frissíteni kell!
- Érdekesség: a multimédiás eszközök (podcastok, on-line – akár élő – előadások, konferenciák, videóanyagok stb. – lásd: www.beszegeltnikell.hu; www.szabadsuli.hu)

[Interaktív eszközök]

- Az internetes felületek a társadalmi párbeszéd és a partnerség kiváló (és olcsó) eszközei
- Jogalkotási törvény előírásai
- Országos Fejlesztéspolitikai Konceptió, Új Magyarország Fejlesztési Terv – jó példák az on-line partnerségre
- Önkormányzatok közzétételi/egyeztetési kötelezettsége

[Domainnév-választás]

- Minden országnak van egy kétbetűs azonosítója (tartománykód), melyek alá tartozó domainek kiosztásáról rendelkezhet. Magyarország esetében ez a „.hu”. Az Európai Unió kódja „.eu”, de vannak világszerte használt tartománykódok, pl. a „.com” és az „.org”
- A név kiválasztása nem egyszerű: lehet a cég/szervezet neve, a termék/szolgáltatás neve, egy keresőmotorban fontos kulcsszó stb.
- Lehetőleg minél rövidebb domaint válasszunk a későbbi hirdetések vagy esetleg lebetűzések miatt.
- 2004 májusától magyar ékezetes magánhangzókat tartalmazó domainnevek is regisztrálhatók – nem javaslom.
- Akkor jó a domain, ha az már magában is sokat elmond rólunk vagy az oldalunkról.

[Domainregisztráció]

- Fontos, hogy az általunk kiválasztott domainnév legyen szabad – a legjobbakat sajnos már mind lefoglalták...
- Ellenőrzés: www.domain.hu
- Regisztrálás: regisztrátorokon keresztül
- Költsége:
 - .hu végződésnél bruttó 3.000,- Ft két évre
 - .eu végződésnél bruttó 2.200,- Ft/év
 - .com, .org, .net végződésnél bruttó 2.800,- Ft/év

[Keresőoptimalizálás]

- Attól még, hogy van egy honlapunk meg van egy domain-nevünk, nem lesz látogatónk. Be kell kerülni a keresőkbe (Google, Yahoo, Bing), méghozzá minél előkelőbb helyre, hogy ránk találjanak.
- A keresés eredményei közül legfeljebb az első 10–20 találatot nézik meg az internetezők, tehát ha 25 ezer találatból a 912. helyen hoz fel minket a Google, az arányaiban szép teljesítmény ugyan, de gyakorlatilag semmit sem ér...

[Keresőoptimalizálás]

- Egyedi tartalom kell – lerágott csonttal nehéz előre jutni a találati listán.
- Kell, hogy mások hivatkozzanak ránk, főleg releváns és nagy látogatottságú oldalak – de erről később!
- Kell egy jó domain-név.
- Kellenek jó kulcsszavak és metatagek (fehérkalapos és feketekalapos optimalizálás).
- Vagy fizetett módon, hirdetésként, fizetett találatokkal.

[Tárhelyek – pénzért és ingyen]

- Ha már van egy honlapunk, van domainnevünk, kell neki egy tárhely is.
- Internet-előfizetéssel szoktak adni, igaz, korlátozottat, keveset.
- Tárhelyet bérelni nem olyan drága...
- ...és bizonyos feltételekkel lehet ingyenesen is!

[Honlapot ingyen, házilag]

- Több olyan oldal van idehaza és külföldön is, ahol **ingyen** lehet honlapot készíteni, percek alatt, több száz sablon használatával, egyszerű és könnyen kezelhető (word-szerű) szerkesztőrendszerrel, korlátozott tárhellyel. Cserébe el kell viselnünk mások hirdetéseit...
 - www.wix.com
 - <http://www.5mp.eu>
 - <http://weblap.net>
 - <http://www.sokoldal.hu>
 - <http://www.nethu.net>
 - <http://www.oldal.biz>
 - <http://www.eoldal.hu>

[Az elektronikus hírlevelek]

- A klasszikus direktmarketing (lásd: Readers Digest és társai) on-line megfelelője. Előnyei:
 - Nincs nyomdai és postaköltség – tehát olcsó
 - Pontosan célba talál, közvetlenül a fogyasztó személyes postafiókjába
 - Aki kapja, az nyilván feliratkozott, tehát ő kéri, nem érzi erőszakos nyomulásnak vagy kéretlen reklámnak

[Hírlevelek]

- Hogyan nézzen ki – legyen tömör, adjon ízelítőt a mögötte álló honlap aktualitásaiból
- Felépítés és dizájn: legyen könnyen áttekinthető, jól strukturált, megszólítással
- Lehet szöveges (txt) és honlap-szerű (html) is – utóbbi szebb és dizájnosabb, előbbit bármelyik e-mailrendszer képes megjeleníteni
- Linkek - vezessenek át a mögötte álló honlap részletes tartalmára
- Rendszeresség – az a honlap frissítésétől függ. Álláskereső portál naponta, utazási iroda hetente stb.
- Kinek szóljon – a téma iránt érdeklődőknek
- A végén legyen lehetőség a leiratkozásra!

Hírlevél : Az Oregano Étterem heti ajánlata 2011_0404_0408 - Üzenet (HTML)

Fájl Szerkesztés Nézet Beszúrás Formátum Eszközök Műveletek Súgó

Válasz | Válasz mindenkinek | Továbbítás |            

Feladó: oregano@oreganokifozde.hu
Címzett: nagy.gabor.miklos@gmail.com
Másolatot kap:
Tárgy: Hírlevél : Az Oregano Étterem heti ajánlata 2011_0404_0408

	CSIKOK	Ft
	Császármorzsa áfonyalekvárral	410 Ft

Az ételek ára nem tartalmazza a hőtárolós csomagolás költségét !
www.oreganokifozde.hu

Egykattintásos lehetőség a leiratkozásra!

Amennyiben le szeretne iratkozni hírlevelünkről, kattintson a következő linkre :

<http://www.oreganokifozde.hu/mail/unsubscribe.php?email=nagy.gabor.miklos@gmail.com&listid=6>

Köszönjük, hogy igénybe vette szolgáltatásainkat !

Oregano Oregano Kft.
Telefon: (+36) 1 202 18 69
Fax:
URL: www.oreganokifozde.hu

[A címlista kezelése]

- A hírlevelek működtetéséhez mindenképp e-mailes címlistára van szükségünk. Címlistát szerezhethetünk:
 - Vásárlással – ez megbízható, pontos, de költséges
 - Készíthetünk saját címlistát toborzással, a honlapon keresztül (feliratkozás hírlevélre) vagy más marketingakciók, játékok, promóciók keretében
 - A címlista érték – ne adjuk ki senkinek!
- Adatkezelés – lehet egyszerű excel-tábla is, de szigorú adatvédelmi szabályokkal
- A spamek problémája
 - A vírusirtók kiszűrik – nem jut célba
 - Az olvasó zaklatásnak érzi – imidzsromboló
 - Letilthatnak miatta az internetről!
- Leiratkozás – mindig lehetőséget kell rá adni, lehetőleg egyetlen kattintással

[A hirdetések]

- Az on-line hirdetések előnyei
 - A lehető legjobban célba érnek – a célcsoportképzés és a pozicionálás pontos: a megfelelő embernek a megfelelő csatornán a megfelelő üzenet mehet
 - Az átkattintásokban tökéletesen mérhető az eredmény (egy óriásplakátnál, de még egy TV-reklámnál is csak becsülni lehet, hogy hányan látták és fogadták be, az on-line hirdetéseknel ez pontosan regisztrált).

A hirdetések

- Ha sok pénzünk van rá és márkát szeretnénk építeni, lehet **bannerkampányt** indítani a nagy portálokon – ehhez érdemes médiaügynökség segítségét kérni. Ilyenkor ezer megjelenés (ad view) után fizetünk.
- Gazdaságosabb az a hirdetési mód, amikor a kattintás után fizetünk (pl. **Google Ads** – nem túl drága és a keresésekre jól pozícionált hirdetések)
- A leginkább eredménycentrikus, ha az átkattintás után megkötött üzletekre jutalékot fizetünk (ilyenek a partnerprogramok vagy **affiliate-programok** – on-line könyvárúházak, szoftverárúházak és utazási irodák csinálnak ilyet, például az Amazon.com, vagy Magyarországon a Libri on-line könyvárúháza vagy az Adriatica utazási iroda)

[A Google-reklámok]

Web Képek Térkép Hírek Fordító Tudós Gmail továbbiak ▾

Internetes előzmények | Keresési beállítások | Bejelentkezés



notebook



Keresés

Nagyjából 430 000 000 találat (0,08 másodperc)

Speciális keresés

Minden

Képek

Videók

Hírek

Helyek

Egyebek

Budapest

Hely módosítása

Web

Magyar nyelvű oldalak

Oldalak innen:

Magyarország

Lefordított idegen

nyelvű oldalak

Bármikor

Legfrissebb

Az elmúlt 24 órában

Az elmúlt 3 napban

Elmúlt héten

Az elmúlt hónapban

Notebook Árak, Akciók - 600 webshop ajánlatai egy helyen ✓

Hirdetés

Notebook árak, képek, vélemények.

www.arukereso.hu/Notebook

notebook .hu ISO9001 (+36)1 238-0106: Különleges notebook ... ✓ 🔍

notebook.hu ISO9001 (+36)1 238-0106: Különleges notebook ajánlatok! Nagy-és kiskereskedés! üzleteink: BP XIII. Váci út 83, Mammut-1, Allee (szo-vasárnap is!

Akciók - DELL - Árlisták - Toshiba

www.notebook.hu/ - Tárolt változat - Hasonló

Notebook, Netbook, Desktop, PDA, PNA, HP, HPQ, Lenovo, Dell ... ✓ 🔍

HP, HPQ, Lenovo, Dell, Toshiba, Asus, Acer, Apple notebook, netbook, desktop és kiegészítők forgalmazása, HP márkaszervíz. Több, mint 150 fajta notebook.

www.notebookstore.hu/ - Tárolt változat - Hasonló

Laptop.hu ✓ 🔍

Acer notebook - Asus notebook - Dell notebook - Fujitsu notebook - HP notebook - Lenovo notebook - Sony notebook - Toshiba notebook. Laptop.hu Notebook ...

Dell - Laptopkereső - Használt laptop - Netbook

www.laptop.hu/ - Tárolt változat - Hasonló

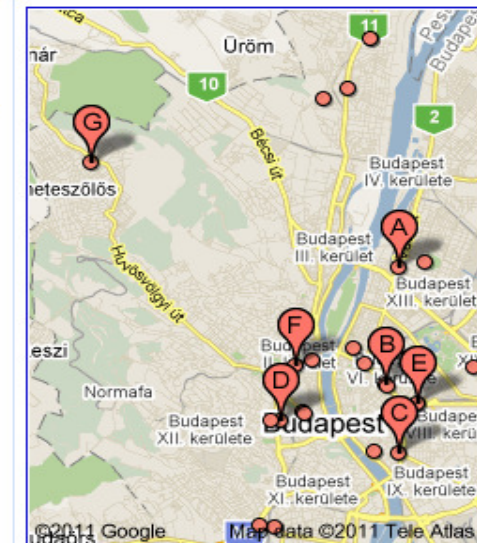
Budapest közeli helyek a(z) notebook kifejezésre ✓

Notebook Pont Hungary Kft. ✓ 🔍 - 3 vélemény - Helyoldal

www.notebook.hu - Budapest, XIII. Váci út 83. - 06 1 238-0106



Macropolis Notebook Computer Kft. ✓ 🔍 - Helyoldal



Hirdetések

DELLnotebook N5010 AKCIÓ ✓

Core i5-480 2.93GHz, 8GB RAM

Radeon HD 5650 1GB VGA, 194.990 Ft!

www.pc-outlet.hu

Notebook ✓

Start

Beérkezett üzenete...

Microsoft PowerPoi...

notebook - Google ...

Névtelen - Jegyzett...

nero SEARCH

22:26

[Regisztráció linktárakban]

- A linktárak emberek által szerkesztett, tematizált gyűjtőoldalak – kezdetben pontosabb találatokat adtak, mint az algoritmikus keresők. Ma már a Google teljesebb. Klasszikusan ilyen a Yahoo!, illetve ilyen az Origó linktára (<http://www.ok.hu/linktar/index.html>) és a Startlap-csoport (<http://www.startlap.hu/lapkatalogus> - ez utóbbi naponta 1,1 millió látogatót és 7 millió oldalletöltést jelent) is.
- A linktárakba kerülés ingyenes, a szerkesztőnek e-mailen vagy egy űrlapot kitöltve kell linket ajánlani.
- Érdeemes benne lenni, aki tematikusan keres, így ránk találhat.
- Ajánljuk magunkat!

[Jelenlét a közösségi oldalakon]

- A modern marketing nem az egyirányú üzenetközvetítésről, hanem sokkal inkább a közösségépítésről szól.
- Éppen ezért aki komolyan veszi a marketinget, komolyan veszi a közösségi oldalakat is.
- Közösségi oldalak pl. az iWiW, a Facebook, a MySpace, a Twitter, a fotó- és videómegosztók – valamiért mindegyiken érdemes ott lenni!

A Facebook a világban

- A Facebook a világ legnagyobb közösségi hálózata, tagjainak száma 2012 októberében meghaladta az egymilliárd főt.
- 2004 februárjában indult el az Egyesült Államokból – a Harvard Egyetem diákjainak közösségi hálózata volt. Az oldal jelenleg 207 országban, 37 különböző nyelven érhető el.
- Ingyenes, csatlakozni meghívás nélkül, egyszerű regisztrálással lehet, szemben a meghívásos iwiw-vel.
- A Facebook-felhasználók
 - létrehozhatnak egy személyes profilt
 - kapcsolódhatnak személyekhez és csoportokhoz
 - üzeneteket írhatnak
 - megoszthatnak oldalakat, híreket, információkat egymással

[Lájk!



- A Facebook-tagok lájkolhatnak különböző tartalmakat – a lájk gomb a Facebook „jelképe”. A „lájk” szó mára köznyelvivé vált a magyar nyelvben is.
- Tudni kell róla, hogy a gomb használatával a közösségi oldal működtető követni tudják a felhasználók szokásait, netes viselkedését – így például kifejezetten az érdeklődési körüknek megfelelő reklámokat kaphatnak.

A Facebook Magyarországon

- 2008. november 26-án elindult a Facebook magyar változata. A fordítást magyar felhasználók végezték és mára többé-kevésbé elkészült.
- 2013 végén az aktív felhasználók száma Magyarország területén elérte a 4,8 millió főt.
- Facebook a városokban: Budapest (1.260.000 fő), Debrecen (134.000), Szeged (116.000), Pécs (98.000), Miskolc (96.000), Győr (86.000), Nyíregyháza (72.000), Kecskemét (62.000), Székesfehérvár (62.000)
- Magyarországon a Facebook-felhasználók 52%-a nő, 48%-a férfi. A legtöbb felhasználó, az összes 26,67 százaléka, a 25-35 éves korosztályból kerül ki.
- Érdekes statisztikák:
<http://analytics.socialdaily.com/hu/facebook/countries/hu/>

[Facebook és marketing]

- A Facebook kiválóan alkalmas közösség építésére: önkormányzatok, civil szervezetek, cégek, blogok toborozhatnak itt követőket.
- Az interaktivitás, az ügyfelekkel folytatott párbeszéd nagyszerű PR-lehetőség – sokan élnek is vele.
- Nyereményjátékokkal, folyamatos kommunikációval (márka)hű követőket szerezhetünk.

[Kiknek *nem való* a Facebook?]

- Akiknek az ügyfelei nincsenek a Facebookon
 - A 13 év alattiakat célzó cégek (pl. Minimax) – ez az alsó korhatár
 - A 65 év felettieket célzó cégek – e korosztály aránya egyelőre csak 1% a magyar Facebookon
- Akiknek nincs folyamatos mondanivalójuk
 - A B2B-cégek (pl. autóipari beszállítók – nincsenek nagy számban közvetlen ügyfeleik)
 - Akik nem tudnak vagy félnek kommunikálni
- Akik türelmetlenek
 - A Facebook közösségépítésre és nem direkt értékesítésre való, mert a felhasználók nem szeretik az erőszakos nyomulást.

[A Wikipédia]

- A Wikipédia egy többnyelvű, nyílt tartalmú, a nyílt közösség által fejlesztett webes enciklopédia, melynek szerkesztését önkéntes közösség végzi.
- Az angol változat 2001 januárjában indult, és 2007. szeptember 9-én elérte a 2 milliós szócikkszámot, így ez lett a világ legnagyobb enciklopédikus műve.
- A 270 különböző nyelvű változatban összesen (az angollal együtt) több mint 16 millió szócikk olvasható és szerkeszthető, és több mint 24 millió felhasználó szerkeszti őket világszerte.
- Az internet tíz népszerű szolgáltatása közül az Index-olvasók a Wikipédiát 2010-ben a harmadik leginkább pótolhatatlannak választották (a Google-t és a YouTube-ot követően).

[A Wikipédia]

- A Wikipédia projekt három alapvonása:
 - A Wikipédia elsődlegesen enciklopédia, vagy célja azzá válni (kalendárium és napi hírek adatokkal bővítve);
 - a Wikipédia egy wiki, és így (néhány kivételtől eltekintve) bárki által szerkeszthető;
 - a Wikipédia nyílt tartalmú, és a Creative Commons Nevezd meg! Így add tovább! 3.0 szabályai vonatkoznak rá.
- A wikiwikiweb olyan webhely, amely lehetővé teszi azt, hogy a szerkesztők (vagy általános esetben bárki) a laphoz új tartalmakat adjanak, vagy azon tartalmat módosítsanak.

[A Wikipédia]

- A Wikipédiát világszerte több ezer önkéntes tudós, érdeklődő, diák és általában értelmes ember írja, akik rábukkantak a hálón, és látván, mi folyik itt, s milyen könnyű cikket készíteni, úgy döntöttek, tudásuk egy részét közkinccsá teszik. E résztvevők a wikipédisták.
- A Wikipédia tágra nyitottságának hátrányai
 - egyes szócikkeknel a pontosság és a pártatlanság sokszor megkérdőjelezhető – a nagy számok törvénye és a folyamatos szerkesztés alapján idővel ezek a hibák csökkennek
 - sokszor úgynevezett "vandálok" nyúlnak bele szerkesztőként a cikkekbe

[A Wikipédia]

- A Wikipédia ma a világ 240 nyelvén aktívan elérhető.
- A magyar Wikipédia a 14. legnagyobb mélységű és a 17. legnagyobb szócikkszámú Wikipédia-oldal, megelőzve a portugál, az olasz, a kínai, a japán, a finn, a svéd, az ukrán, a holland, a norvég, a katalán és a lengyel Wikipédiát.
- Fontos, hogy a Wikipédia non-profit – ennek megfelelően ne reklámot, hanem közérdekű tartalmat tegyünk fel rá!

[Képmegosztók]

- Van, aki egyszerűen szereti mutogatni a fotóit – de az előhívás drága, a megosztásban pedig a hagyományos közösségi oldalak ebben korlátot jelentenek.
- Léteznek kifejezetten fotómegosztó oldalak: a Picasa, a Flickr, az Indafotó – ezek a legnépszerűbbek.
- Amikor képmegosztót választunk, nézzük meg, ki mennyi tárhelyet ad ingyenesen, illetve milyen plusz szolgáltatásokat – pl. képszerkesztés – nyújt.
- Településmarketinghez vagy rendezvények on-line dokumentálásához kiváló lehetőség.
- A képek megosztásánál nagyon vigyázzunk a jogosultságokra – arra, hogy ki és mit nézhet meg.
- A képekhez adjunk leírást – a Google akkor talál rá.

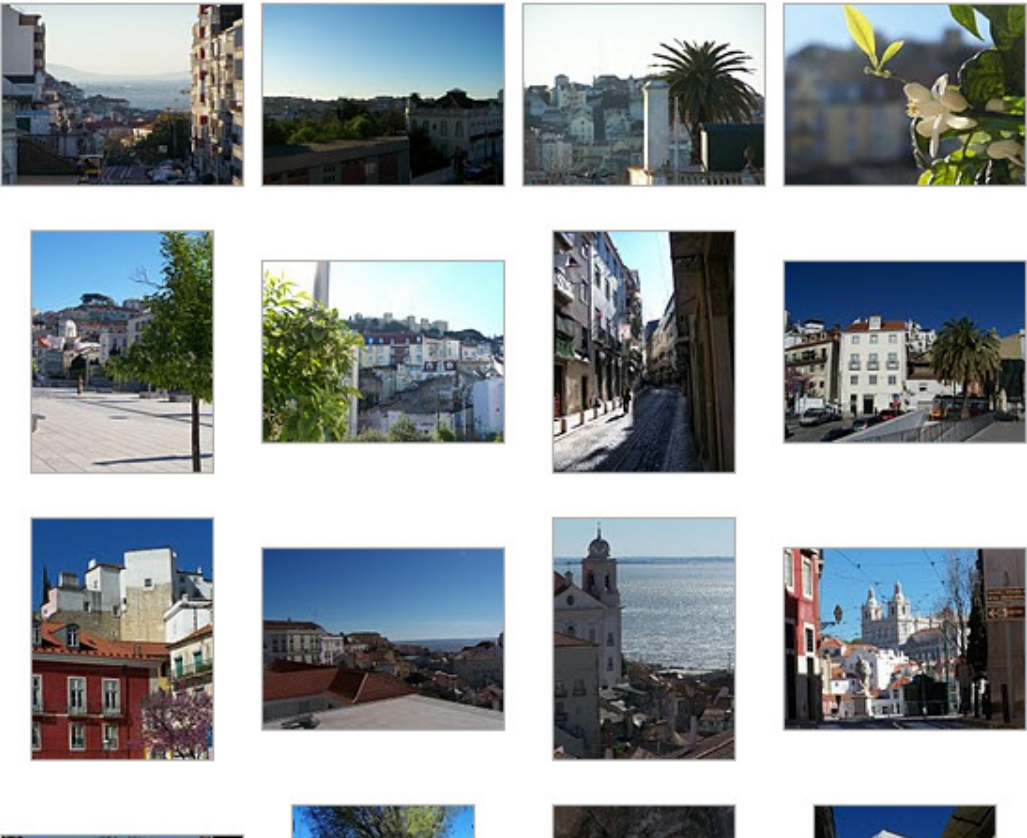
Picasa webalbum

[Gmail](#) [Naptár](#) [Dokumentumok](#) [Fényképek](#) [Webhelyek](#) [Web továbbiak](#) [Új funkciók](#) | [nagy.gabor.miklos@gmail.com](#) | [Beállítások](#) | [Súgó](#) | [Kilépés](#)

Picasa™ Webalbumok [Főoldal](#) [Saját fotók](#) [Felfedező](#) [Feltöltés](#) [Keresés](#)

Saját fotók > **Lisszabon_2007_03**

[Diavetítés](#) [Megosztás](#) [Fotók hozzáadása](#) [Letöltés](#) [Szerkesztés](#)



Gábor Miklós Nagy
Fotók | Profil

2006.01.28.
fotók száma: 76 – 25 MB
A link birtokában bárki (szerkesztés)

Ide kattintva beírhatja az album leírását

Megosztva a következőkkel:

Ezt az albumot még senkivel sem osztotta meg

[Megosztás](#)

Ezen személyek értesítése az albumba feltöltött képekről.

Közzététel a következőn: [G+](#) [e](#) [t](#)

[Link ehhez az albumhoz](#) [RSS](#)

Fotóhelyek
[Albumtérkép létrehozása](#)

Internet 100%

[Videómegosztók]

- A videomegosztó portálok olyan közösségi (ún. web 2.0-ás) weboldalak, ahol a felhasználók videoklipeket tölthetnek fel, nézhetnek és oszthatnak meg. Az egyik legnépszerűbb ilyen oldal a nemzetközi YouTube. Hazánkban ilyen például az Index.hu részeként a Indavideo.hu, vagy a Magyar Telekom szolgáltatása, a Vide.hu.
- A videók segítségével bárki megmutathatja kreativitását, humorát, egyéni látásmódját, és megnevettethet, elgondolkoztathat vagy gyönyörködtethet bárkit.
- A portálokon általában lehetőség van mások videóinak értékelésére, hozzászólások írására, saját képanyaikhoz pedig a felhasználók címet, leírást és a keresést megkönnyítő címkéket rendelhetnek.
- Az egymás számára elérhetővé tett tartalmak között a blogokhoz hasonló módon a legkülönbefélebb kategóriák, címszavak segítségével megtalálhatjuk a keresett rövidfilmet.

[A YouTube]

- A YouTube egy olyan weblap, ahol a felhasználók videoklipeket tölthetnek fel és nézhetnek meg. 2005 februárjában alapította három korábbi PayPal-alkalmazott.
- 2006 novemberében a céget felvásárolta a Google 1,65 milliárd dollárért (346,5 milliárd Ft) és azóta annak leányvállalataként működik – immár 34 nyelven.
- A Time magazin megválasztotta a lapot a 2006-os év találmányának.
- Az oldal a Web 2.0-s forradalom szerves részét képezte és képezi ma is, így a megjelenő tartalmak döntő többségben egyszerű otthoni felhasználóktól származnak.
- Napi **kétmilliárd** látogató – micsoda reklámlehetőség!
- Manapság több nagyobb médiavállalatnak is van saját csatornája a YouTube rendszerében, ilyenek például a CBS és a BBC, de önálló csatornával vannak jelen a nagy lemezkiadó társaságok is.
- Az idegenforgalomban ideális marketingcsatorna!

[A blog]

- A blog egy olyan periodikusan újabb bejegyzésekkel bővülő weboldal, amely e bejegyzések sorozatából áll, függetlenül attól, hogy mi az oldal témája, formája és hogy nyilvánosan elérhető-e.
- Az eredeti „weblog” kifejezés a „web” és „log” (napló) szavak összetételéből keletkezett, ebből rövidült a mára bevetté vált blog alak.
- A bejegyzések leggyakrabban fordított időrendi sorrendben vannak.
- A blogok többsége nyilvános weblapként működik bármely internethasználó által elérhetően.

[A blogok formái]

- Közéleti és politikai blogok (Tóta W., Török Gábor, Mandiner, Piroslapok, Véleményvezér...)
- Közösségi blogok (DKVfigyelő)
- Humoros blogok (Hírcsárda)
- Civil blogok
- Tematikus (szakmai) blogok
- Személyes blogok
- Hobbiblogok (receptek, kutyák stb.)
- Fotóblogok
- Videóblogok (vlogok) stb.

[A blogok]

- A blog akkor jó, ha rendszeresen frissül – ne hagyjuk parlagon!
- Figyeljünk oda a kommentekre is – válaszoljunk, moderáljunk, ez utóbbit mértékkel!
- Mi is kommenteljük – és belinkeléssel, idézettel népszerűsítsük is – mások blogjait. Ők sem lesznek hálátlanok...
- Pénzt ne várjunk belőle – egyelőre!

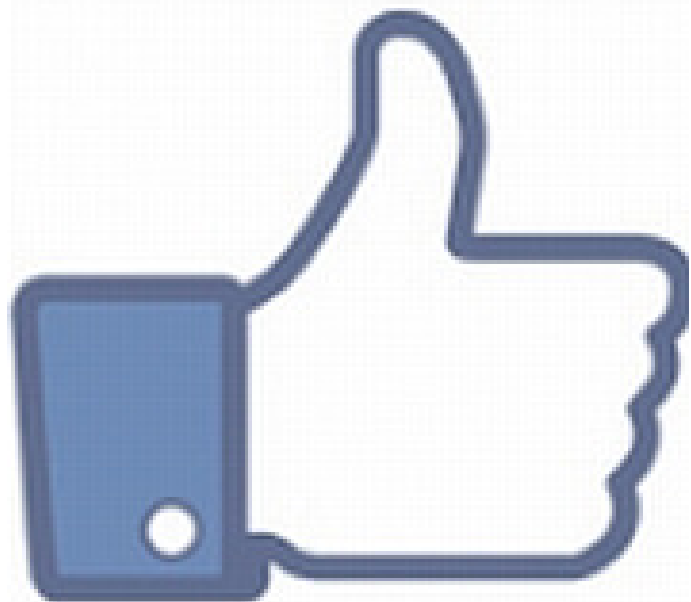
[A blogok]

- A blogolás és a civil média nagy lendületet kapott a 2001. szeptember 11-ei terrortámadás után. Az eseményeket megíró civil tudósítók, a terrorizmus elleni háború témáját megbeszélő webnaplók, és a veszteségek feldolgozásában segítő blogok komoly figyelmet kaptak.
- A blogok szerepe idehaza is hihetetlenül felértékelődött – gyakorlatilag átvette a sajtóból a publicisztika műfaját. A nyomtatott médiában ugyanis (tisztelet a kivételnek) kiveszőben van a publicisztika. Az igény pedig óriási rá.
- Az ismertebb – és az Indexen közzétett – blogok olvasottsága nagy, 10–25 ezer PI naponta!
- A blogok ereje: véleményt formál, és képes akár polgármestert is buktatni...

[Hogyan népszerűsítsük?]

- Osszuk meg közösségi oldalakon (iWiW, Facebook, Twitter, Tumblr stb.)
- Trackbackeljük – vagyis linkeljük be a témában értekező, más blogok alá
- Csináljunk a blognak közösséget egy Facebook-csoport létrehozásával

Ha tetszett mindez, kérek egy nagy...



...lájkot!