

TÖBB MINT  
**20**  
ÉV  
TAPASZTALAT

RG-STÚDIÓ

# RG-STÚDIÓ és az internet Neked dolgozik!

Segítünk megtervezni és megvalósítani  
Online marketing stratégiádat!

MI VAGYUNK AZ **RG-STÚDIÓ**

# RG-AKADÉMIA II.

FEJLESZD V  
EREDMÉNYE

- ✓ Van-e szten
- ✓ Hogyan dönt
- szükségünk?
- ✓ Milyen eleme
- ✓ Milyen stratégi

+ **BESZÉLÜN**  
**ALAPHELYZ**  
**KELLETT – K**

Livia Müller-Vácsi

13:43 | Szakmai státusz meeting

**Tevékenységek**

**Kiemelt bővítmények**  
Teleítsen harmadik féltől származó bővítményeket, hogy még hasznosabbá tegye a Meetet

Polly Lucidspark for Google... Miro

[Továbbiak megjelenítése](#)

**Átíratok**  
A hívás rögzítése későbbi visszakeresésre

**Felvétel**  
A megbeszélések felvétele későbbi megtekintésre

**Kérdések**  
Egyszerű lehetőség mindenkinek a kérdései feltételre

**Rajztábla használata**  
Közös ötletgyűjtés és az ötletek felvázolása

**Szavazás**  
A közönség véleményének gyors megismerése

**Szekciósobák**  
Kisebb csoportmegbeszélések kialakítása

Tedd fel a kérdéseidet a webinarium közben (akár anonim módon is), a végén válaszolunk!

# TÉNYLEG MINDEN ÚT RÓMÁBA VEZET?

AZ ONLINE MARKETINGBEN LEHETNEK TÉVUTAK.

- ✓ Nem mindegy honnan indulunk, mi az első lépésünk.
- ✓ Nem mindegy hány lépést kell megtennünk Rómáig.
- ✓ Nem mindegy milyen csatornákat, eszközöket, lépéseket iktatunk be.
- ✓ Nem minden út nekünk való

**Sok út vezet Rómába, de mind mindegy hogy melyiket választjuk.**



All roads ~~lead~~ to rome

# HOGYAN DÖNTHETJÜK EL, HOGY MILYEN STRATÉGIA KELL?

TERMÉK ÉS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK DÖNTIK EL?

- ✓ Mennyire ismert a termék?
- ✓ Mennyire keresik a terméket?
- ✓ Hogy és hol vásárol a célközönség?
- ✓ Mennyi meggyőzés kell?
- ✓ Van újravásárlás?



# MENNYIRE ISMERT A TERMÉK?

## HOGYAN TÉRKÉPEZHETJÜK FEL?

- ✓ Google Ads kulcsszótervező eszköz
- ✓ Google Trends
- ✓ Egyszerű keresés
- ✓ Piackutatás
- ✓ Termékinformációk (pl.: új termék)



# ÜGYFÉLSZINTEK ÉS MEGFELELŐ CSATORNÁK

ELÉRÉS TÍPUS SZERINT



## KERESŐ

Tudatos és akar

### Mi kell ide?

Keresési hirdetések  
Keresőoptimalizálás



## BÖNGÉSZŐ

Tudatos, de nem akar

### Mi kell ide?

Display hirdetések  
Blog  
Közösségi média  
Hírlevelek



## IMPULZÍV

Nem tudatos, de akar

### Mi kell ide?

Közösségi média  
hirdetések  
Hírlevelek



## INSPIRÁLÓDÓ

Nem tudatos, nem akar

### Mi kell ide?

Közösségi média  
kommunikáció, aktivitás  
Hírlevelek

# Direkt igény, aktív keresés



- ✓ Pontosán tudja, hogy mit szeretne vásárolni
- ✓ Megelőzte egy kutatás
- ✓ Ismeri az alternatívákat
- ✓ Azonnali megoldásokat keres

**KERESŐ**

Tudatos és akar



# Oktass és uralkodj!



- ✓ Érdeklődik, kutakodik, de még nincs vásárlási szándéka
- ✓ Tanul, ezért edukálható, meggyőzhető
- ✓ Írott és videós tartalmat is fogyaszt

**BÖNGÉSZŐ**

Tudatos, de nem akar





# Kell, kell, kell



## IMPULZÍV

Nem tudatos, de  
akar

- ✓ Nincs vásárlási szándék, de a pillanat dönt
- ✓ Könnyen befolyásolható
- ✓ A jó ajánlat fontosabb, mint az előrelátó utánajárás



# Közösségépítés



- ✓ „Csak nézelődik”
- ✓ Szórakoztatásra keresi fel a közösségi médiát
- ✓ Át kell formálni a ámulatot vággyá

**INSPIRÁLÓDÓ**

Nem tudatos, nem akar



# Hogyan határozzuk meg a célcsoportunkhoz a csatornát?



## **Célcsoport megismerése**

Határozd meg a buyer personat!



## **Hol érhető el?**

Keressd meg a csatornát!



## **Mik a szándékai?**

Hogyan kell vele kommunikálnom!

# HOL ÉS HOGY VÁSÁROL A CÉLKÖZÖNSÉG?

HOL LEGYEN A KONVERZIÓS HIRDETÉS?  
HONNAN VÁRJUK A KONVERZIÓT?

Keresés

Remarketing

**Népszerű, keresett  
termék**

- ✓ Nem kell megtanítani a célcsoportnak a használatot
- ✓ Ismerik a termékkategóriát
- ✓ Vannak versenytársak
- ✓ Keresik az alternatívákat
- ✓ Meg kell találni a különbségeket

# HOL ÉS HOGY VÁSÁROL A CÉLKÖZÖNSÉG?

HOL LEGYEN A KONVERZIÓS HIRDETÉS?  
HONNAN VÁRJUK A KONVERZIÓT?

## Adatbázis felépítése

- ✓ Hírlevél
- ✓ Remarketing lista
- ✓ Rajongótábor

## Edukálás

- ✓ Hírlevelezés
- ✓ Kommunikáció
- ✓ Blogolás

## Remarketing

**Speciális (vagy új)  
termék vagy iparág**

- ✓ Nincs közvetlen igény a vásárlásra
- ✓ Nem ismerik a terméket, szolgáltatást
- ✓ Nincs könnyen célozható célcsoportja
- ✓ Magyarázatot igényel
- ✓ Újdonság a piacon vagy piaci rést tölt be

# HOL ÉS HOGY VÁSÁROL A CÉLKÖZÖNSÉG?

HOL LEGYEN A KONVERZIÓS HIRDETÉS?  
HONNAN VÁRJUK A KONVERZIÓT?

## Csalianyag letöltés

- ✓ Termékminta
- ✓ Demo
- ✓ Kipróbálási lehetőség

## Edukálás

- ✓ Hírlevél folyamat
- ✓ Kommunikáció
- ✓ Blogolás

## Csalianyag remarketing

- ✓ Nagy értékű vagy nagy elkötelezettséget kíván
- ✓ Hosszú döntési folyamat előzi meg
- ✓ Alapos mérlegelésre van szükség
- ✓ A hitelesség, a minőség felderítése előzetesen nagyon fontos

**Nagy értékű termék /  
szolgáltatás**

# UTÓKÖVETÉS, UPSELL

HOGYAN HOZZUK VISSZA?

- ✓ Upsell hirdetések
- ✓ SAPI folyamatok
- ✓ Törzsvásárlói rendszer



# NINCS DOBOZOS MEGOLDÁS

## A MOZGATÓRUGÓ A REMARKETING

- ✓ Kell a pontos mérés
- ✓ Kell a célzás, folyamatok felépítése
- ✓ Mindig a megfelelő üzenettel kell megjelenni a megfelelő csatornán
- ✓ Automatizált folyamatokkal megvalósítható

## HIBALEHETŐSÉGEK

- ✓ Adatok hiánya, mérések hiánya
- ✓ Rosszul megválasztott csatornák
- ✓ Rosszul egymásra épített folyamatok
- ✓ Nincs lendületben tartva a rendszer



# ESETTANULMÁNY |

## AHOL A MÁRKAÉRTÉK HÚZZA AZ ÉRTÉKESÍTÉST

AKCIÓ FELKÉSZÜLT KÖZÖNSÉGNEK

### LÁMPA WEBSHOP

#### MEGALAPOZOTT AKCIÓK

- ✓ Saját adatbázis építése
- ✓ Akciók előkészítése
- ✓ Nem a termékkategóriát keresi, hanem a márkát
- ✓ Kihívás: át kell hidalni a szakadékot a vásárlási szándék és az akció időtartama között.



# ESETTANULMÁNY II.

## AHOL A SHOPPING NEM MŰKÖDIK

MI A GOOGLE SHOPPING HIÁNYOSSÁGA?

## PRÉMIUM MUNKARUHÁZATI TERMÉKEK WEBÁRUHÁZ

### NEM AZ ÁR SZÁMÍT

- ✓ A legjobb eredményekkel kecsegetető kampánytípus nem működik
- ✓ Edukálással is lehet keresletet növelni



# ESETTANULMÁNY III.

## AZ OLIVAOLAJ PARADOXON

AMIKOR AZ ÁRÖSSZHASONLÍTÁS NEGATÍV

### PRÉMIUM WEBÁRUHÁZ

NEM ÍGY KERES A CÉLKÖZÖNSÉG

- ✓ Keresési hirdetésekkel több infót adunk
- ✓ Márkaépítés
- ✓ Vizuálisan vonzóbb hirdetések kellene



# Felkeltettük érdeklődésed?

ÖRÖMMEL VESSZÜK MEGKERESÉSED  
ELÉRHETŐSÉGEINKEN.



[rgstudio.hu](http://rgstudio.hu)



[info@rgstudio.hu](mailto:info@rgstudio.hu)



[facebook.com/rgstudiohu](https://facebook.com/rgstudiohu)



[rgstudiohu](https://www.instagram.com/rgstudiohu)



[m.me/rgstudiohu](https://m.me/rgstudiohu)

TÖBB MINT  
**20**  
ÉV  
TAPASZTALAT

**RG** **RG-STÚDIÓ**  
Bízd ránk az online  
marketingedet!