Minden, amit a

WEBSHOP MARKETINGRŐL 1. tudnod kell

Müller-Váczi Lívia

BELEOLVASÓ · AZ ELSŐ 16 OLDAL
A teljes könyv: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

Szerző: Müller-Váczi Lívia

Megjelent a BOOKSHIP , a szakértő vállalkozók könyvkiadójának gondozásában. – bookship.hu
Kiadóvezető: Mészáros Róbert könyvalkotó mentor
Projektvezetők: Rácskai Ági, Kompák János
Szöveggondozás: Tenner Anna
Borító, grafika: Somodi András
Tördelés, nyomdai előkészítés: Hajnal Hédi

Kiadja: RG-STÚDIÓ Kft.
Első kiadás, 2026
ISBN 978-615-5795-04-6

© Minden jog fenntartva! Jelen könyv bármilyen formában történő másolása, sokszorosítása, közlése, illetve adatfeldolgozó rendszerben történő tárolása a szerző előzetes írásbeli hozzájárulása nélkül nem engedélyezett. A szerző előzetes engedélye nélkül a könyv, illetve részletei nem használhatóak fel kiadványokban, internetes felületen, tanfolyamokon, hangoskönyvekben vagy előadásokon.

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

RG MARK MÓDSZER

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

TARTALOMJEGYZÉK

Előszó 6

1. Az RG-MARK Módszer 9

2. Egy webáruház életútja 19

0. szakasz: Az ötlet 20

1. szakasz: Az indulás – Az alapok lefektetése 21

2. szakasz: Finom gázfröccs és tesztvezetés 23

3. szakasz: Növekedés – A gázpedál lenyomása 25

3. A webáruház a tervezéssel kezdődik 31

Igényfelmérés: Kulcsszókutatás és versenytárselemzés 35

Mitől lesz különleges a terméked? 45

Mit tudsz te jobban? – Az első, amit a marketingesed kérdezni fog tőled 47

Milyen webáruházat válassz? 57

Az RG-MARK módszer a tervezés szakaszában 71

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

4. A stratégia tervezése 75

Célcsoport – Buyer Persona 80

Mikrocélok, mérföldkövek az értékesítés felé 98

Hogyan épül fel egy folyamat? 105

Különböző terméktípusok – különböző utak 114

Az RG-MARK módszer a célcsoport-meghatározás szakaszában 125

5. Marketingbarát weboldal 129

Ügyfélbarát weboldal, Google-barát webshop 130

Menüstruktúra tervezése 132

Termékoldalak információtartalma 138

Képek 139

Paraméterek, attribútumok 143

Termékelnevezések 148

Az RG-MARK módszer a webáruházad funkcióinak felépítésében 152

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

ELŐSZÓ

... avagy miért ne hagyd ki ezeket a könyveket akkor sem, ha nem vagy marketinges. Vagy inkább főleg akkor ne!

Mielőtt nekiállsz két kötetünknek, vagy továbbadod a marketingesednek, tisztázzunk valamit: **a marketingstratégia (nagy) részben üzleti, pénzügyi döntés.** Hiába a technika, a rendkívül széles eszköztár, a marketing, a pszichológia és a kommunikáció, **a marketing továbbra is egy befektetés.** Ezt azért állítjuk itt mindjárt a könyvek elején, hogy egyértelmű legyen, hogy milyen szemmel olvasd el.

Nem technológiai, marketingszakmai tudást akarunk neked elsősorban átadni, hanem olyan gondolkodásmódot, amellyel **webáruház-tulajdonosként, webshopot működtető vállalkozások vezetőjeként megértheted azt, hogy milyen lehetőségek vannak az online marketingben,** mi az, amivel foglalkoznod kell, vagy mi az, amit elvárhatsz, mint alapvető javaslatokat a fejlődésre a marketingesedtől.

Ha attól tartasz, hogy ez a könyv túl szakmai lesz, nem az. Természetesen lesz benne szakmázás, nem is tudjuk elkerülni, hiszen ezek a tapasztalatok támasztják alá azokat a javaslatokat, amelyekkel ellátunk majd.

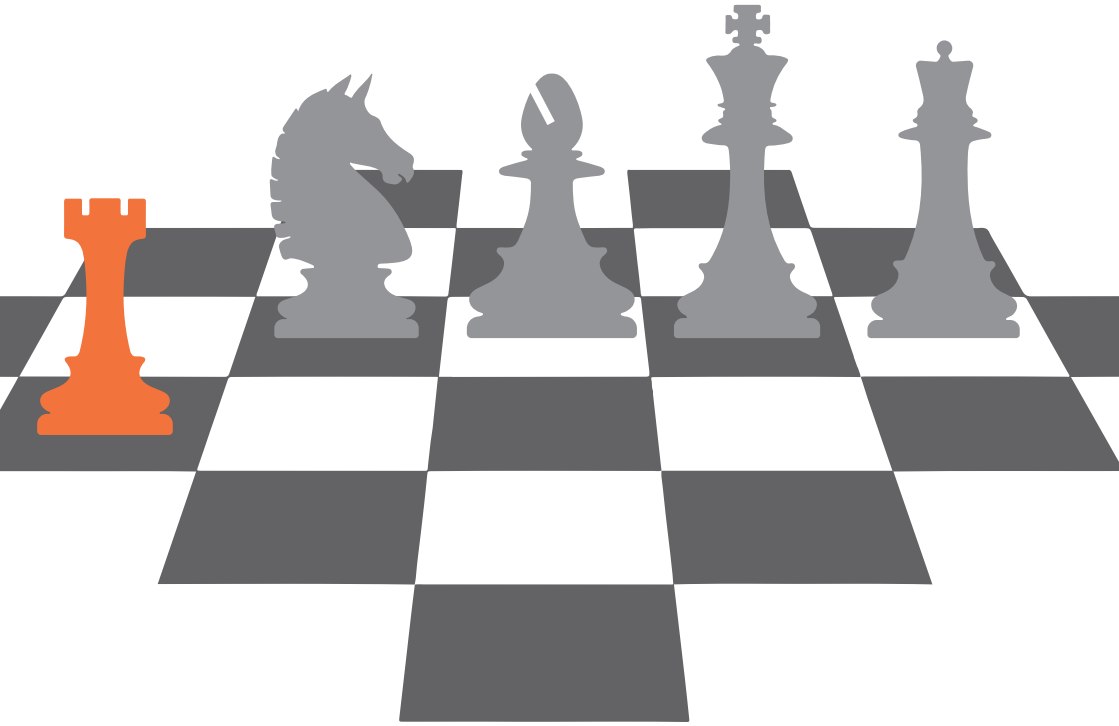
A fő célunk és vállalásunk az, hogy te és a marketingesed (vagy csak te, ha mind a kettő te vagy) egy lapra kerüljetek azzal kapcsolatban, hogy milyen új módszerekre és eszközökre van szükségetek ahhoz, hogy **magasabb szintre emeljétek az értékesítéstámogatást és több bevételt tudjatok realizálni a webáruházatokból.** És persze az is, hogy

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

ugyanazt a nyelvet beszéljétek akkor is, ha különböző szempontok alapján gondolkodtok.

Tulajdonosi, ügyvezetői szemmel a befektetési, fejlesztési lehetőségeket látod majd meg benne, vagyis azt, hogy mit hozhatsz ki még a webshopból, mit várhatsz és remélhetsz még, mi az, amit eddig kihagytál, amire nem is gondoltál és ahhoz milyen változásokra lesz szükség. Lehet, hogy ebben lesz szervezetfejlesztés, portfóliófejlesztés is, és szükséged lesz új partneri együttműködésekre is. Röviden, ezt a kérdést tudod feltenni majd a marketingesednek: *ezt mi is így csináljuk?*

Marketingesként pedig az ehhez az új, tudatosabb és várhatóan eredményesebb működéshez szükséges eszközöket, folyamatokat és praktikákat tanulod meg. Amivel ezt tudod válaszolni a webáruház-tulajdonos kérdésére: *még mindent nem, de ezekre bizonyosan szükségem van ahhoz, hogy működjön. És nem is akárhogy.*



A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

1.

AZ RG-MARK MÓDSZER

TANULD MEG A TÖBB SZÁZ ÜGYFÉLEN KIPRÓBÁLT STRATÉGIAALKOTÁSI GONDOLKODÁST!

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

Mi, az RG-STÚDIÓ csapata azt valljuk, hogy a fejlődés kulcsa a tisztánlátás.

Azt, hogy a marketingstratégia egyszerre legyen szakmai és üzleti döntés, ahol mind a két fél tudja, hogy mire adja (vagy kapja) a pénzt, milyen eredményeket várhat tőle. Ezért javasoljuk, hogy ha nálatok az üzleti és marketingszakmai döntéseket két különböző személy hozza, akkor mindketten olvassátok el a könyvet. Hasznos lesz. Ha egy személyben te vagy a marketinges és tulajdonos is, egyszerűbb a dolgod, de több feladatod lesz majd. Mi szóltunk.

Figyelj majd a könyvben a jelzésekre, mert az RG-MARK betűin keresztül végig fogunk vezetni azon, hogy az egyes tervezési lépések során hogyan jelenik meg a módszertan. Az egyes betűk a módszertan szemléletmódját, a legfontosabb elemeit rövidítik.

R mint **RELEVANCIA**

A módszer célja, hogy a márka üzenete ne csak eljusson a célcsoporthoz, hanem valódi választ adjon az aktuális igényeikre. Minden alcsoport, ügyfélszint számára azt a tartalmat kínáljuk, ami a saját szintjén hiteles és meggyőző.

G mint **GÓLORIENTÁLTSÁG**

Minden elemnek célja van. Az RG-MARK szerint a stratégia nem elméleti síkon mozog: minden folyamatot és eszközt a végső üzleti sikernek, azaz a Gólnak rendelünk alá. Ha egy eszköz nem tudja támogatni a vásárlást direkt vagy indirekt módon, akkor nincs helye a stratégiában, még akkor sem, ha mindenki más használja.

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

M mint **MOTIVÁCIÓ**

A módszertan titkos összetevője. Nemcsak vázoljuk a célcsoportokat, de mélyfúrást végzünk: feltárjuk, mi mozgatja az egyes ügyfélszinteket, mik a valós félelmeik és vágyaik. Ebből értjük meg, hogy kihez, mikor és milyen hangvételben kell szólnunk a figyelem elnyeréséhez.

A mint **ADATVEZÉRELT SZEGMENTÁLÁS**

Az intuíciót adatokkal igazoljuk és adatok alapján vezetjük a közönségünket. Az adatok alapján ismerjük meg őket, és ez is biztosítja, hogy mindig minden tartalom testreszabott legyen, így a vásárló azt érezze, hogy minden tartalom és ajánlat neki szól.

R mint **RENDSZERSZEMLÉLET**

A holisztikus szemlélet mit sem ér gyakorlati megvalósítás nélkül. Az RG-MARK módszertan szerint nincsenek elszigetelt kampányok, eseti akciók, az összes marketingmegoldást egyetlen, összehangolt gépezetté gyúrjuk, ahol az elemek szinergiában dolgoznak és erősítik egymást.

K mint **KONVERZIÓS ÚT**

A látogató tudatos vezetése elengedhetetlen része a konverzió szempontjából fontos pillanatok megragadásának. Logikai folyamatokba rendezzük a megoldásokat, biztosítva a zökkenőmentes átmenetet az első kattintástól a bizalomépítésen (blog, szakmai anyagok) át a végső vásárlásig (termékoldalak, ajánlatkérés).

Könyveinkben nemcsak stratégiát szeretnénk tanítani neked, hanem átadjuk azt a módszertant is, amivel mi az RG-STÚDIÓ-nál már évek óta dolgozunk, és amit több száz onlinemarketing-projekt tapasztalata alapján építettünk fel.

Ha röviden össze kellene foglalni az RG-MARK módszertan lényegét, akkor azt mondanám, hogy a szíve-lelke ennek a metódusnak a potenciális vásárló gondos megismerése. Itt biztosan felkapod a fejed, hogy „Hát nem erről szól minden onlinemarketing-oktatóanyag?".

De, erről kellene szólnia, azonban azt láttuk, hogy a célcsoport-meghatározások, amelyekkel dolgoznunk kellett korábban, általában kimerültek abban, hogy belőjük a Buyer Personánk demográfiai jellemzőit és maximum az érdeklődését. Ezek a paraméterek az offline marketingeszközökhöz éppen elegendőek, hiszen amikor kiválasztunk egy újsághirdetési felületet vagy egy óriásplakát-helyszínt még talán ilyen célcsoport pontosításra sincsen lehetőség.

Az online felületeket azonban ezerféle módon használják az emberek.

Gondold csak végig, hogy te mennyiféleképpen kapcsolódtál a legutóbbi internetes vásárlásodhoz?

- Rákerestél a Google-n?
- Kaptál róla hírlevelet?
- Megnézted a véleményeket vagy tesztvideókat?
- Láttál róla Facebookon hirdetést?
- Olvastál róla blogcikket?
- Rákerestél áruösszehasonlítókon?

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

Ha ezek közül legalább kettő megvolt, akkor az is biztos igaz, hogy teljesen más szándékkal és tudatossággal álltál hozzá a vásárlási döntést megelőző kutatásnak más-más platformokon. Tehát, annak ellenére, hogy te, mint adat, végig ugyanazokkal a paraméterekkel rendelkeztél egy célcsoport tagjaként, mégis nagyon más módon kellett célozni az egyes lépéseknél, hogy elérjenek.

És végül mi győzött meg, hogy megvedd azt a terméket? Az, hogy a megfelelő pillanatban, a megfelelő választ kaptad az éppen felmerült kérdésedre. Ráugrottál volna egy árakcióra, ha éppen azt akartad kideríteni, hogy kompatibilis-e a megvásárolni kívánt kiegészítő egy eszközöddel? Valószínűleg nem, mert gondolatban még nem ott tartottál. Az is felesleges lett volna, ha a vásárlást megelőző pillanatban nem jó ajánlattal, kedvezménnyel keres meg a hirdető, hanem egy újabb terméktesztet akar neked megmutatni. Mert ott már nem az a feladat, hogy győzködjenek téged a kiváló paraméterekről, hanem az, hogy megteremtődjön az a pillanat, amikor már nem tudsz ellenállni a vásárlásnak.

Ez az RG-MARK módszer lényege: a megfelelő válasz a megfelelő kérdésre, a megfelelő időpontban, a megfelelő platformon, adatalapú gondolatolvasással.

Arra akarlak megtanítani, hogy ne csak demográfiai adatként, durván körülrajzolt buyer personaként tekints a potenciális vásárlóidra, hanem gondolj arra is, hogy mindenki egyéniség, de érdeklődése általában csak nagyon kicsit, adatai pedig nem változnak, tehát hagyományos értelemben célközönséged marad, egészen kis léptékű ügyfélszakaszokon megy keresztül, amíg elér a vásárlásig.

Szóval van egy webáruházad...

... vagy esetleg tervezel egyet? Bárhogy is van, köteteink nagy segítségedre lesznek abban, hogy miként alakítsd ki úgy a webshopodat és a hozzá kapcsolódó eszköztáradat, hogy az maximálisan onlinemarketing-kompatibilis legyen és ne szabjon felső határt a bevételeidnek.

Az RG-STÚDIÓ marketingstratégiai tanácsadójaként sajnos szomorúan kellett látnom azt, hogy bár a webáruházak úgy nőnek ki a földből, mint a gombák (nem ez a szomorú rész), de a hozzá kapcsolódó tudást csak nagyon kevés weboldal-tulajdonos sajátítja el.

Mert bizony, ez egy külön szakterület. Nyilván nem lehet minden vállalkozó marketingguru, nem is célom kötetekkel, hogy azzá változtassalak, de az igen, hogy átlásd, milyen feladatok várnak rád ahhoz, hogy ne korlátozd a webshopod teljesítményét, hanem ellenkezőleg: felszabadítsd a benne rejlő potenciált.

Hogy ezt majd te fogod végezni, vagy az itt tanultakat és a kérdéseket, feladatokat, amiket megfogalmazunk neked a webshopoddal kapcsolatban, majd átadod egy munkatársnak vagy egy ügynökségnek, mindegy is. A lényeg, hogy megismerd a lehetőségeidet és azokat a tapasztalatokat és tanácsokat, amiket több ezer weboldal átvizsgálásával, és több száznak a kezelésével sajátítottunk el az RG-STÚDIÓNÁL.

Hogyan használd a könyvet?

Ez a könyv nem egy technikai útmutató. Nem találsz majd benne képernyőképeket gombokról, amire rá kell kattintani,

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

viszont lesznek benne elgondolkodtató kérdések, amikkel majd biztosan lesz feladatod is.

Ötféle tartalmat fogsz látni.

Elmélet: Nyugi, nem kell semmit magolni. De kapsz egy olyan alapot, amivel egyrészt te is jobban átlátod majd a webshop marketinget – úgy egészében, elejétől a végéig –, másrészt pedig felvértezheted magad olyan tudással, amivel már magabiztosan fogsz tudsz tárgyalni a marketingeseddel, hogy közösen kialakítsátok a stratégiádat.

Tippek: többezer webshopot láttunk már, és többszázat kezeltünk is, ezért tudjuk, hogy vannak jellemző hiányosságok és problémák, amiket néha egy-egy tapasztalatból érkező jó tanács fel tud oldani. Ezeket osztjuk meg így.

Esettanulmányok, elmélet: az így kiemelt részekben olyan megtörtént eseteket mutatok be, ahol a könyvben leírt gondolkodással, eszközökkel és megoldásokkal sikerült felturbóznunk egy webshop működését, vagy megoldani egy elakadását.

Veszély: Olyan információkra figyelmeztetlek, hogy egy-egy beállítás elmaradása, eszköz kihasználatlansága, vagy helytelenül történő használata milyen károkat tud okozni neked. A károk általában anyagi kárt jelentenek bevételkiesés, vagy erőforráspazarlás miatt.

Marketing-fogalmak

Kitérünk olyan onlinemarketing-fogalmak közérthető magyarázatára is, amelyet elkerülhetetlenül ismerned kell.

Kérdések: de hogyan fogod tudni mindezt a saját webshopodra illeszteni? A kérdések, amelyeket feltehetsz magadnak és/vagy a marketingesednek, segíteni fognak abban, hogy értékeld, hogy mire is van szükséged, és mire nincs.

FELADATOK

Az egyes fejezetek végén fogsz kapni feladatokat is. Ezekkel el tudsz kezdeni gondolkodni arról, hogy hogyan vágj bele, vagy alakítsd át a webáruházad online marketingstratégiáját a tanultak alapján.

A teljes könyv megrendelhető: rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

ITT ÉR VÉGET A BELEOLVASÓ

Kíváncsi vagy a folytatásra?

Ez volt az első 16 oldal a „Minden, amit a webshop marketingről tudnod kell” első kötetéből. A teljes, kétkötetes kiadványban végigvezetünk az RG-MARK módszertanon: a tervezéstől és a célcsoport-kutatástól a marketingbarát webáruházon át a mérhető kampányokig – webshop-tulajdonosi szemmel.

MEGRENDELEM A KÖNYVET

rgstudio.hu/a-nagy-webshop-marketing-konyv

Müller-Váczi Lívia

Minden, amit a webshop marketingről tudnod kell 1–2.
Kiadja: RG-STÚDIÓ Kft. · ISBN 978-615-5795-04-6

Ez a részlet kizárólag beleolvasás céljából került közzétételre.
© RG-STÚDIÓ Kft. – Minden jog fenntartva. A tartalom másolása, továbbadása nem engedélyezett.