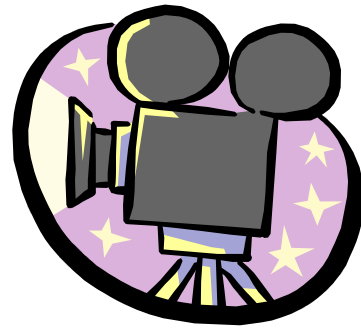


**VARIO 98**  
**Oktató és Szolgáltató Betéti Társaság**  
**1096 Budapest, Haller u. 32.**

Telefon: 215-4187  
Mobil: 20/977-5547  
e-mail: [vario98@beltav.hu](mailto:vario98@beltav.hu)



---

## **Internetmarketing, E-marketing, Online marketing**

### **Mi is az INTERNETMARKETING?**

Sok olyan legális internetes módszer létezik, amivel növelhető egy weboldal látogatottsága, vagy a rajta keresztül érkező megrendelések száma.

**Az Internetmarketing egy gyűjtőfogalom. Az Internet csatornákat használó marketing eszközök és módszerek összessége.** Ezek alkalmazhatóak külön-külön vagy mixben, illetve a hagyományos marketing eszközök kölcsönös támogatásával.



Fontos tény!

Az internetezők 90% -a vásárlás előtt a termékről, szolgáltatásról információt gyűjt. Az írott sajtó mellett felnőtt az elektronikus sajtó és tartalomszolgáltatás, naponta több millió ember olvassa ezeket a tartalmakat már Magyarországon is.

(Ezek a számok várhatóan az elkövetkező években csak nőni

fognak)

Szabad e egy felelősen gondolkodó vállalkozónak ezeket a tényeket figyelmen kívül hagynia és a konkurenciát előzékenyen, maga elé engednie?

Elegendő e a XXI. században "csak" szórólapozni, prospektust gyártani, nyomtatott újságokban hirdetni?

### **Mit tud nyújtani az internetmarketing?**

- Sebészi pontosságot a célközönség megtalálásában. (csak a témára kíváncsiaknak jelenik meg)
- A hagyományos hirdetésekhez képest, megfelelő eszközökkel jól mérhető a kampány eredményessége. (meglehet mondani hányan látták és hányan reagáltak üzenetünkre)
- Széles körű tájékoztatást tesz lehetővé (tudás anyagot is el tudunk juttatni a célközönségnek).
- Látványos, egyedi grafikai megoldások.
- Interaktív (a potenciáli ügyfeleinkkel élő kapcsolatot teremthetünk)
- Kampány elindulása után is gond nélkül be lehet avatkozni, változtatni. (egy kiadott újság, tv, rádió kampány nem változtatható, főleg elindulás után)

- Potenciális és meglévő ügyfeleinkben bizalom és hiteleség növelésre alkalmazhatjuk.
- Nagyfokú költséghatékonyság. (Ha bármilyen hagyományos kampányt veszünk alapul ugyanaz az eredmény internetmarketing kampánnyal töredék összegből kivitelezhető. Persze ez függ a célközönség Internetezési szokásaitól)
- Egyaránt vannak ingyenes és fizetős marketing megoldások.

Képzeld el, hogy valaki el szeretne utazni, pihenni egy kicsit. Ehhez szállást kell keresnie. Tudja hogy interneten sok szállás megtalálható. A legvalószínűbb, hogy valamelyik keresőben kezdi a keresést (ha előtte a kedvenc hír oldalain nem találkozott, már egy figyelem felkeltő hirdetéssel). Mire keres? Megpróbál "szállás", "szálláshely" vagy pl. "Balaton" kulcsszavakra keresni, mivel ezekre valószínűsíti a legjobb találatokat, az ŐT ÉRDEKLŐ témakörben. Természetesen a kereső ad egy találati listát amit egy bizonyos szempontrendszer alapján rangsorol illetve ad egy fizetett hirdetés oszlopot is.

Miért érdekes ez egy szálláshely számára és hogyan tudja kihasználni?

Alapvetően kétféleképpen. Optimalizálhatja weboldalát a keresőre, hogy az első 10 találatba kerülve ingyenesen jusson a potenciális érdeklődőhöz. Hirdethet a keresőben ezekre a kulcsszavakra, így is az első oldalon fog szerepelni weboldala.

Miért fontos?  
motiváltabb, potenciális  
szállás számára is fontos  
interneten, és minket talál meg  
nekünk van a legnagyobb  
szálljon meg.  
gyakorlatilag minden  
szolgáltatásra igaz.



Nehéz elképzelni annál  
szállóvendéget, aki a  
kulcsszavakra keres az  
az elsők között. Így  
esélyünk, hogy nálunk  
Ez a módszer  
témakörre, termékre,

## Mely internetmarketing eszközök a legelterjedtebbek?

- Kulcs szavas hirdetések
- E-mail marketing
- Optimalizálás keresőkre
- Apróhirdetés kampányok
- Banner reklám
- Tartalom cserék
- Link marketing
- Blog marketing
- RSS marketing
- Affiliate marketing
- Viral marketing

Egyre többet lehet hallani az internetmarketing a kifejezést, mégis a vállalkozások nem vesznek tudomásul tényeket. Melyek is ezek a tények? Az első és legfontosabb **az, hogy az internet olyan sajátságos világ, ahol a hagyományos marketing egyszerűen nem működik, jobban mondva nem úgy működik mint azt megszokhattuk az off-line világban.** A második fontos tény az, hogy **az on-line világban ugyanúgy kapcsolatok és tapasztalat szükséges a sikeres üzlethez, mint a weben kívül.** Láttam már pár olyan üzletembert, aki amúgy nagyon sikeres volt, on-line vállalkozásaik még sem hozták meg azt a sikert, amire számítottak.

## **Az internet marketing előnyei**

### 1. Gyorsaság

Az offline kommunikációval összehasonlítva az információk, üzenetek sokkal gyorsabban megjelenhetnek a weben. Az azonnali érdeklődésre előre fel is kell készülni!

### 2. Aktivitás

A közlési idő felgyorsulása mellett az érdeklődők is szinte azonnal reagálnak. Így ha adott időn belül nincsen reagálási aktivitás, már néhány órán, napon belül más ajánlattal, más nézőponttal, más üzenettel lehet megjeleníteni.

### 3. A célcsoport elérhetősége

A célcsoportok jobban szétválogathatóak (szegmentálhatóak), így célzottabban juttathatjuk el üzeneteinket online kommunikációs csatornákon. Kisebb az ún. meddőszórás jelensége.

### 4. Ár költség arány

A hagyományos médiumoknál egy reklám eredményességét szinte csak a hirdetés megjelentetésének gyakorisága és a kampány hosszassága határozza meg, vagyis ha sokat költesz, garantáltan célba érhetsz. Az online kommunikáció nagyságrendekkel olcsóbb, ezért elérhetőbb az érzékeny kkv szektor számára, mint egy-egy offline kommunikációs kampány.

### 5. Mérhetőség

Egy banner átkattintási adataiból,  
egy hírlevél olvasottsági adataiból,  
egy akcióra jelentkezők számából,  
a honlap látogatottsági adataiból...  
...közvetlenül és ellenőrizhetően  
mérhető egy üzenet hatásossága.

**Mivel is találják magukat szembe azok a marketing szakemberek, vagy cégvezetők, amelyek on-line üzletet kezdenek építeni:**

- Nem ismerik magát az internetes infrastruktúrát, illetőleg az e-kereskedelem szabályait.  
A sikeres e-marketinghez szükséges, hogy a menedzser tisztában legyen az Internet működésének alapjaival, a technológiákkal. Ha fejlesztésről van szó, mit várjon el a cégtől aki fejlesztést végzi? Hogyan talál rá a megfelelő szakemberekre? Milyen szokásokkal rendelkezik az internetes társadalom, mit vegyen figyelembe a fejlesztés során? Milyen szerepet játszanak az on-line üzletében a keresők? Mi az, hogy egy website keresőbarát?
- Nem ismerik az e-marketing eszközöket, azok használatát, előnyeit és hátrányait. Már a marketing tervezés folyamatában figyelembe kell venni az on-line eszközök használatát. Milyen médiacsatornák léteznek, ezek közül nekünk melyik lehet a legelőnyösebb. Ki a célcsoportunk, kiknek akarunk eladni és mit? Hogyan lehet egy elégedett ügyfelet megtartani, és ösztönözni az újabb vásárlásra, márkahűségre? Mit jelent egy weboldal konverziós aránya? Mire következtethetünk ebből az értékből, hogyan fejleszthetjük folyamatosan vállalkozásunkat? Mennyit költsünk reklámra és melyik reklámozási forma mennyi pénzt ér meg számunkra? Hogyan ítéljen meg egy médiafelületet, melyet reklámozásra kínálnak, honnan tudja értékes-e számára az adott felület?
- Nincsenek tisztában a webergonómia alapelveivel. Mitől érzi jól magát a látogató az oldalunkon? Mi készíti vásárlásra, vagy egyéb interakcióra? Hogyan vezethetjük végig a látogatót weboldalunkon úgy, hogy a végén vásárló váljon belőle? Milyen ösztönzőket használjunk, hogyan készítsük újabb és újabb vásárlásra, már meglévő vevőinket?
- Nincsenek ismereteik az online automatizálásról és a webanalitikai eszközök használatáról. Egyáltalán milyen folyamatokat lehet automatizálni? Hogyan lehet mérni egy honlap látogatottságát, a látogatók útvonalát, azt, hogy egy-egy oldalon mennyi időt töltenek el és merre mennek tovább? Egy e-mail kampánynál honnan tudjuk, hogy hányan nyitották ki a levelet, mennyi pattant vissza és miért?

**Nem elég egy honlapot elkészíteni, láthatóvá is tenni a keresők számára, hiszen az internetezők nagy többsége a keresőkön keresztül próbál meg információhoz jutni.** Ez számokban naponta egy-egy keresőnél több mint 1.000.000 embert jelent, akik közül sokan az Ön termékét keresik. Ha nem keresőbarát egy honlap, az olyan, mintha lenne egy üzlet kirakat és cégtábla nélkül egy eldugott kis utcában. Lehet, hogy valaki betéved, de kicsi az esélye. Az sem mindegy, hogy a keresőkben hányadik találati oldalon szerepel az oldal, hiszen - megint adatokra támaszkodva - a keresőket használók 90 %-a csak az első három találati oldalt nézi meg. Egy jól optimalizált oldallal tehát látogatókat lehet szerezni, akik potenciális vásárlók is egyben, hiszen rákerestek egy információra, és önszántukból eljöttek a weboldalunkra. Ekkor már csak egy feladat van, ott kell tartani őket, azaz megadni a keresett tartalmakat.

Szintén előny, hogy a keresők által egy új reklámcsatorna nyílik meg. Ha az információra éhes felhasználó beírja egy téma releváns kulcsszavait, és ezekre az Ön oldala jelenik meg az elsők között, szinte biztosan meg fogja látogatni az oldalt. Amennyiben meg is találja a



keresett információt, illetőleg látja, hogy az oldal tartalma folyamatosan frissül, többször is vissza fog látogatni, és potenciális vásárló válik belőle. Nem beszélve a marketing megtérülésről; a befektetett energia többszörösen kifizetődik!

Felejtsük el a régi módszereket, a rejtett szövegeket, oldalról lelógó tartalmakat, hiszen ezeket a módszereket felismerik a keresőrobotok, és büntetik, azaz rosszabb helyezést adnak az oldalnak, illetőleg el is távolítják a találati listából. Szintén rossz technológiák a flash és a frame. Az előbbinél a tartalom szinte teljes egészében animációként van jelen az oldalon, így a keresők nem találnak értékes információkat, amely egy keresőbarát honlap alapja, s amely alapján felindexelhetik az oldalt. A frame-es, azaz kereteket használó weboldalaknál az a probléma, hogy a kereső csak az első keret tartalmát találja meg, ami általában egy fejléc, vagy egy menü. A keresőrobot itt szintén nem talál értékes tartalmat.