



**Szakértő:**

Szabó Edit Ditte,  
Digitális marketing szakértő

## Milyen hirdetési formákat használhatsz social oldalaid népszerűsítésére?

Az organikus elérés egyre csökken, viszont egyre több ember használja a közösségi média oldalak valamelyikét, itthon főleg a Facebookot és az Instagrammot. Mint minden marketing tevékenység esetén, a jó közösségi média hirdetések is a tudatos tervezésen múlnak.

### Kérdések, amiket tegyünk fel magunknak:

1. **Kiket szeretnénk megszólítani? Ők vajon melyik közösségi média oldalt használják leginkább?**

Érdeemes 1, maximum 2 oldalt választani a hatékonyság érdekében!

- A **Facebookon** nagyjából mindenkit elérünk, de akik biztosan aktívabbak azok a 30+-os korosztály
- Az **Instagram** akkor lehet érdekes, ha van kreatitásunk képi anyagokat szerkeszteni, és a célcsoportunk a 20-45-ös korosztály
- A **LinkedIn** inkább szakmai témákban és az üzleti célcsoport megszólításában lehet releváns
- A **Twitter** itthon bár kevésbé használt, de technológiai és hír kategóriában kiemelkedő – meglepően vegyes, de aktív célcsoportot érünk el itt
- A **YouTube-on** ma már szinte mindenki ott van – Magyarország második legnagyobb keresőmotorja, és TV helyettesítő platformja. Csak legyen kapacitásunk videókat gyártani.

- A **TikTok** a tinik csatornája, de egyre több a 30+-osokat megszólító csatorna is. Ide rengeteg szerkesztői munka és kreatív tartalom igényeltetik.
- A **Pinterest** főleg a 35+-os hölgyek körében népszerű, de ők sokan és aktívan használják a felületet.

## 2. Mit mondanánk nekik?

Fontos, hogy ne csak kérjünk – adjunk is. Edukáljunk, osszunk meg hasznos információkat, tegyünk elérhetővé letölthető anyagokat vagy érdekes videókat.

## 3. Mit szeretnénk, hogy tegyenek?

A hirdetési akkor hatékony, ha van célja. Minden hirdetési rendszer a mi egyéni elképzeléseinket támogatja. A Facebook rendszerén keresztül például a következő célok mentén hirdethetünk:

- **Márkaismertség** – ahol terméked vagy szolgáltatásod megismertetése a cél – pl. az oldalad népszerűsítése vagy bejegyzés kiemelése
- **Forgalomterelés** – több látogató szerzése a webhelyedhez
- **Konverzióra ösztönzés** – például több üzenetküldésre, hírlevél feliratkozásra vagy akár vásárlásra

## 4. Milyen anyagaink vannak hozzá?

- Használhatsz képeket szöveggel
- Képgalériát és Carousel hirdetést több kép és szöveg verzióval
- Videós hirdetést

## 5. Mennyi pénzünk van rá?

Kis költségkerettel is megéri kísérletezni, a posztok kiemelése esetén akár már 5-10.000 Forinttal is elérhetünk látványos eredményeket.

Ha valamilyen konkrét cél mentén indítanánk azonban hirdetést, kvázi teszt jelleggel, akkor érdemes úgy számolni, hogy a kampány minimum 2 hétig fusson és minimum 500, de inkább napi 1.000 Forintos költséssel, ami már alapból 14.000 Forint.

## 6. Hogyan tudjuk mérni?

Fontos, hogy választott célunk teljesülését mérjük is. Ehhez a következő rendszereket figyeljük:

- A közösségi oldal hirdetéskezelőjének riportjai
- A közösségi oldal elemzései
- A weboldal analitikája – pl. Google Analitika
- Használhatunk úgynevezett paraméterezett URL-eket az egyes hirdetésekhez
- Befűzhetünk hirdetési pixeleket az oldalunkba

**További tippeket a közösségi média hirdetések kapcsán itt találsz:**

<https://hellobiznisz.hu/facebook-google-instagram-youtube-melyiken-erdemes-hirdetni/>

**Beszélgétnél erről?**

Keress Szabó Dittét a [Telekom Hello Biznisz](#) csoportban!