

ONLINE MARKETING TRÉNING

FMCG ÉS AZ ONLINE



WEBMA ANALITIKUS MARKETING

2005 óta
foglalkozunk
Google
kampányokkal és
összetett online
marketing
megoldásokkal

Tényekre és
adatokra
alapozott
döntések

Hazai és
nemzetközi
kampányok

Kiemelt
kompetenciák

- FMCG
- Retail
- Turizmus
- IT/B2b

A marketing vezetők sokszor
nincsenek a megfelelő információk
birtokában a tudatos és jó döntéshez



PROBLÉMÁK

**Nincs hiteles
információ**

**Nem ismerjük
az eszközöket**

**Nincs
módszertanunk**

**Nem ismerjük
az online piacot**



Következmények?



Kidobott idő, pénz



Elszalasztott lehetőségek

A JÓ DÖNTÉSHEZ A LÉNYEGET KELL ÉRTENÜNK

Hogyan segíti az online marketing üzleti céljaim megvalósulását? Mit kell tudnom DÖNTÉSHOZÓKÉNT?

- Melyek a VALÓS CÉLJAIM?
- HONNAN INDULOK?
- Melyek a VALÓS LEHETŐSÉGEIM?
- Hogyan MÉRJEM AZ EREDMÉNYEKET?
- Milyen ESZKÖZÖKET használjak?
- Milyen BÜDZSÉVEL és IDŐ ráfordítással tervezzek?
- Házon belül vagy outsourcing?



MIT GONDOLUNK AZ ONLINE MARKETINGÜNKRŐL?



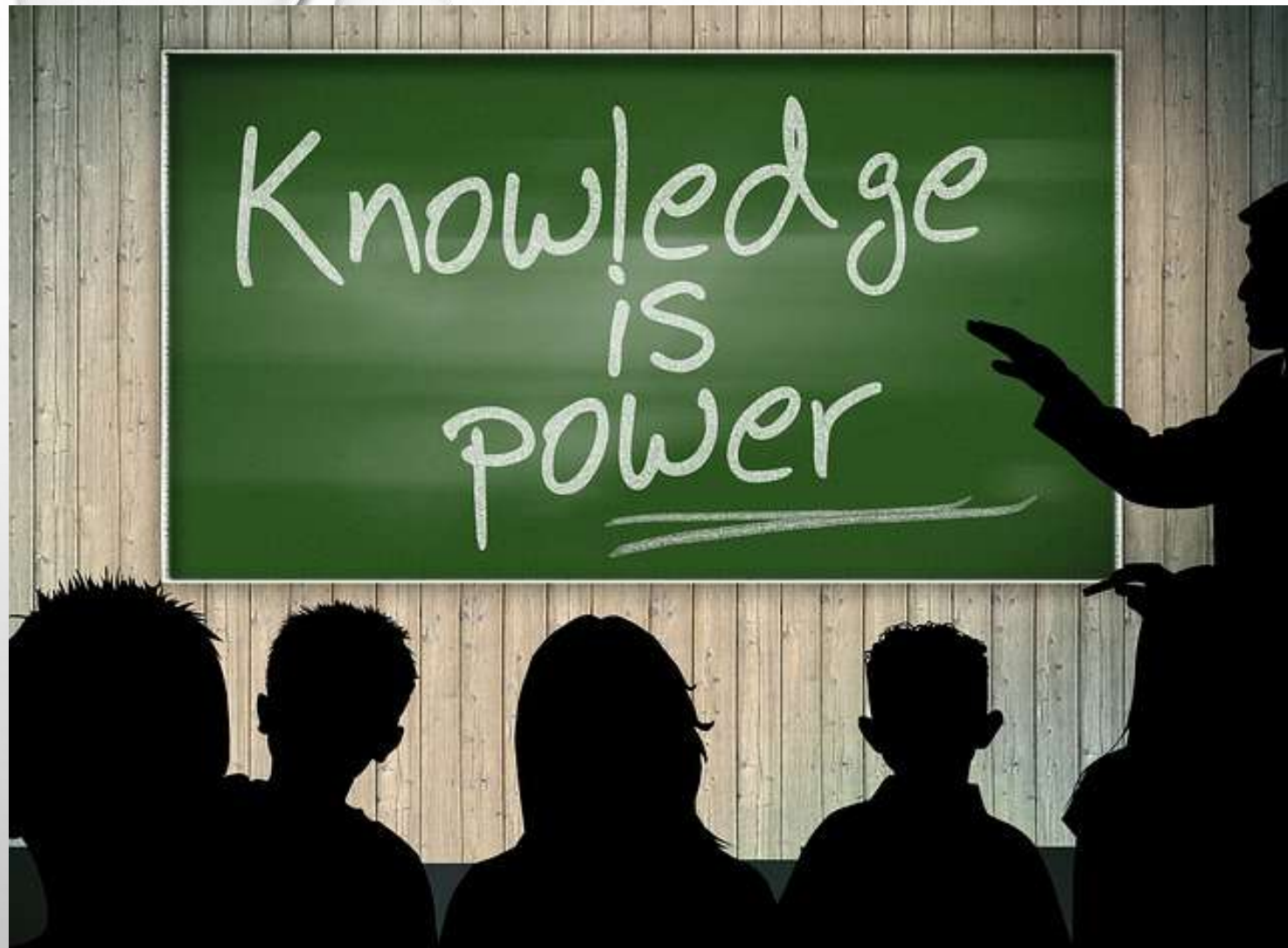
DE MILYEN VALÓJÁBAN?



EZZEL NEM FOG MENNI...

A MAI CÉLUNK...







by Scott Brinker @chiefmartec <http://chiefmartec.com>

ONLINE SZAKÉRTŐ – MIBEN?



NINCS INGYEN EBÉD...



CSAK KEMÉNY MUNKA...



EGY KIS MOTIVÁCIÓ ☺ - JÁTÉK



AGENDA

Honnan indulunk?
Áttekintés

Trendek -
adatok

Fogalmak

A PÁRHUZAMOS ONLINE UNIVERZUM

AZ ONLINE ÉS OFFLINE VILÁG
EGYÜTTMŰKÖDÉSE

A digitális világ az életünk minden pontján és pillanatában jelen van

Nem lehet különválasztani az online és offline univerzumot



Online: nem csak egy a médiák közül -- egy teljes "párhuzamos univerzum"



Ismertség

Megfontolás

Kipróbálás

Újbóli vásárlás/hűség

Offline média



TV



Nyomtatott



Rádió



Szabadtéri



Postai levél



Üzleten belüli



Üzleten belüli

Internetes média



Képes hirdetések



Videohirdetések

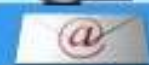


Modulhirdetések

WEBOLDALAK, FÓRUMOK, BLOGOK



Webhelyek



E-mail

Google Adwords

EGY EGYSZERŰ PÉLDA...



A VÁSÁRLÓK IS MEGVÁLTOZTAK..



Régi vásárló

Korlátozott információ

„Broadcast” –
egyirányú
kommunikáció

Reklámokkal
befolyásolható



Új, digitális vásárló

Hozzáférhető az
információ

Többcsatornás
kommunikáció

Közösségi média

Sokkal informáltabb és
tudatosabb vásárlók

A TUDATOS VÁSÁRLÓK OLYAN KÉRDÉSEKET IS FELTESZNEK, AMIKRE SOHA NEM VÁGYUNK VÁLASZTANI

A kérdés



A Tatár Pékség leveles tésztája (gyorsfagyasztott) sós vagy édes tészta?

🕒 2012-12-20 17:23

✉ [Privát üzenet](#)

f [Tetszik](#)

A kérdés



A babkonzerveket kell sütni mielőtt megeszem vagy nyitás után már lehet fogyasztani?

ha kell hőkezelné kb mennyi ideig milyen fokon?

🕒 2014-09-28 13:53

✉ [Privát üzenet](#)

f [Tetszik](#)

A kérdés



A Mizó top kupakban lévő ködot hova kell küldeni? Mit jelent az oldalán a pont?

🕒 2014-08-13 14:17

✉ [Privát üzenet](#)

f [Tetszik](#)

A kérdés



Kenőmájast lehet fagyasztani?

🕒 2011-10-26 19:45

✉ [Privát üzenet](#)

f [Tetszik](#)

A TUDATOS VÁSÁRLÓK OLYAN KÉRDÉSEKET IS FELTESZNEK, AMIKRE SOHA NEM GONDOLNÁNK

A kérdés



Vélemény a Detki Zab Álom kekszről?

Keress kérdéseket hasonló témában: [keksz](#)

🕒 2014-09-04 17:18

✉ [Privát üzenet](#)

[Tetszik](#)

A válaszok



Nagyon finom. :3



Hogy van a mizo tej reklama?

🕒 2013-05-30 16:48

✉ [Privát üzenet](#)

[Tetszik](#)

A válasz



Van itt a közelben egy hely
Ahol mindig selymes és friss a tej.

Ott látom a bajuszodon,
s ha el nem felejttem.
Elmondom titkát, miután megfejttem

Mert ezen a farmon boldogok a bocik
Fincsi tejjel telnek meg mind a boci pocik

Úgy mint bögrék, mert a felnőtt és a gyerek
Szereti a tápláló, finom MIZO tejet

És honnan ez a sok jó? Ha nem jöttél rá eddig,
A Mizo Csodafarmról utolsó cseppig.

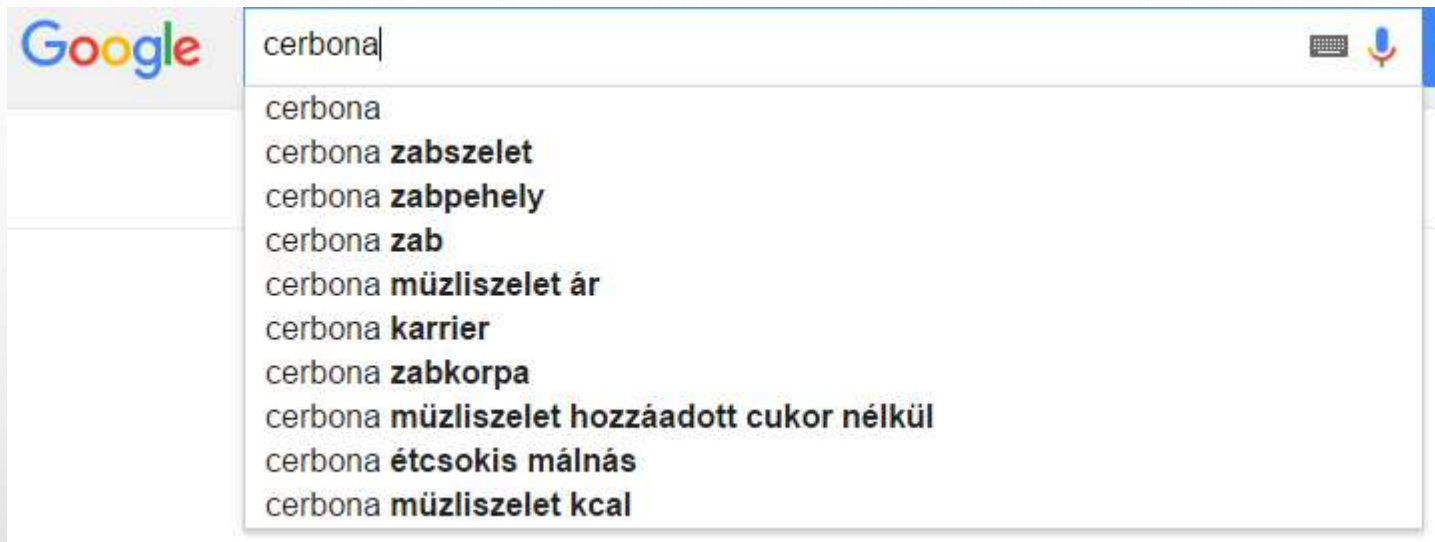
TUDJUK MEG, HOGY MI ÉRDEKLI ŐKET!

?	<u>Adtok kenőmájast a babátoknak? Ha igen, mikor kezdtétek el?</u>	5 válasz
	Kategória: <u>Gyerekvállalás, nevelés</u> » <u>Egyéb kérdések</u>	
?	<u>Okozott már kiütést valaki gyerekénél a kenőmájas?</u>	2 válasz
	Kategória: <u>Gyerekvállalás, nevelés</u> » <u>Babák</u>	
?	<u>Mikor adtál babádnak, májkrémet, kenőmájast először?</u>	11 válasz
	Kategória: <u>Gyerekvállalás, nevelés</u> » <u>Babák</u>	
?	<u>Kenőmájast vagy májkrémet mikor adtatok a babátoknak? Milyet?</u>	2 válasz
	Kategória: <u>Gyerekvállalás, nevelés</u> » <u>Babák</u>	
?	<u>Kenőmájas mikortól adható a babának?</u>	4 válasz
	Kategória: <u>Gyerekvállalás, nevelés</u> » <u>Babák</u>	



?	<u>Lönchús konzervből mit lehet készíteni?</u>	
	Kategória: <u>Ételek, italok</u> » <u>Sütés, főzés</u>	
?	<u>Konzerv darált húsból/lönchúsból is el lehet készíteni a rántott húsos palacsintát?</u>	6 válasz
	Kategória: <u>Ételek, italok</u> » <u>Sütés, főzés</u>	
?	<u>Fasirtban helyettesíthetem a darált húst, konzerv lönchússal?</u>	22 válasz
	Kategória: <u>Ételek, italok</u> » <u>Sütés, főzés</u>	
?	<u>Miből készül a lönchús?</u>	14 válasz
	Kategória: <u>Ételek, italok</u> » <u>Egyéb kérdések</u>	

TUDJUK MEG, HOGY MI ÉRDEKLI ŐKET!



konzerv kapcsolódó keresései

konzerv **készételek** konzerv **csicseriborsó**
konzerv **bab** konzerv **csicseriborsó elkészítése**
konzerv **kinyitása** konzerv **kukorica ár**
konzerv **kukorica** konzerv **bab főzelék**

gyermelyi tészta kapcsolódó keresései

gyermelyi tészta **árak** gyermekelyi tészta **szénhidráttartalma**
gyermelyi tészta **fajták** gyermekelyi tészta **reklám**
gyermelyi tészta **haszon nyertesek** gyermekelyi tészta **nyereményjáték 2015**
gyermelyi **tésztagyár** gyermekelyi tészta **nyereményjáték**

Goooooooooooooogle >

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Következő

GOOGLE KERESÉSI TRENDDEK

Összehasonlítás Keresési kifejezések ▾

szalvéta

Keresett kifejezés

rágógumi

Keresett kifejezés

takarítás

Keresett kifejezés

pelenka

Keresett kifejezés

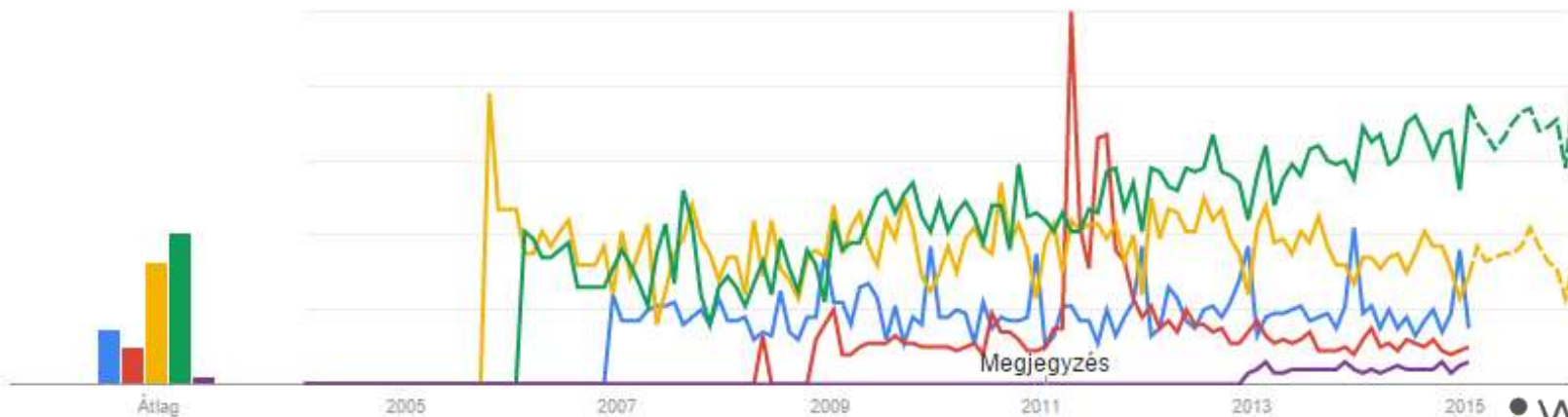
légfrissítő

Keresett kifejezés

Érdeklődés idő szerint ?

☐ Hírek címsorai

☒ Előrejelzés



A VÁSÁRLÓINK NEM FELTÉTLENÜL UGYANÚGY HÍVJÁK, MINT MI..

Összehasonlítás

Keresési kifejezések ▾

illatosító

Keresett kifejezés

légfrissítő

Keresett kifejezés

szagtalanító

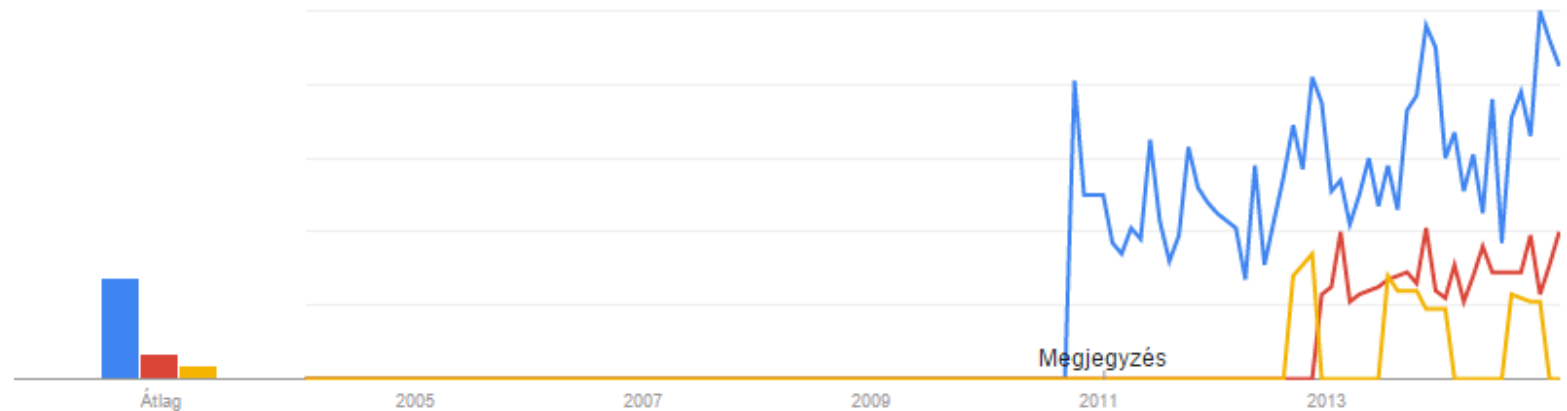
Keresett kifejezés

+ Kifejezés hozzáadása

Érdeklődés idő szerint ?

☐ Hírek címsorai

☐ Előrejelzés ?



</>

GOOGLE KERESÉSI TRENDEK

Regionális érdeklődés

szalvéta rágógumi takarítás **pelenka** légfrissítő

Világszerte > Magyarország



Alrégió | Város

Vác	100	
Szigetszentmiklós	91	
Miskolc	79	
Eger	78	
Budapest	77	
Székesfehérvár	76	
Dunaújváros	75	

szalvéta rágógumi takarítás **pelenka** légfrissítő

Alrégió | Város

Pécs	100	
Miskolc	98	
Budapest	97	
Debrecen	90	
Székesfehérvár	79	
Szeged	75	

HOGYAN INFORMÁLÓDUNK?

HONNAN HALLOTT ELŐSZÖR A TERMÉKRŐL, AMIT MEGVÁSÁROLT?

How did people first hear about the product / offer they bought?

Tip: Filter by product category to make the most of Smart Shopper insights. ✕

Previous experiences



Hide

Discussions with other people



Hide

Pre-purchase research



Hide

Through advertising



Hide

None of these



Hide

22 % saját maga
végzett előzetes
kutatást

12% reklámokon
keresztül

HA REKLÁMON KERESZTÜL HALLOTT ELŐSZÖR A TERMÉKRŐL, MILYEN CSATORNÁN?

Háztartási termékek, Magyarország

HU x

Home appliances x

How did people first hear about the product / offer from advertising?



Tip: Filter by product category to make the most of Smart Shopper Insights. x

Online



19% Low base

Hide

Television



19% Low base

Hide

Poster



2% Low base

Hide

Magazine / newspaper



18% Low base

Hide

Mail



1% Low base

Hide

In store ads



22% Low base

Hide

TV és online egyforma
erős 19%

Üzleten belüli
hirdetések 22%

MILYEN FORRÁSBÓL GYŰJTIK AZ INFORMÁCIÓT VÁSÁRLÁS ELŐTT?

HU x

Home appliances x

Did people do any online or offline research prior to their recent purchase?



Tip: Filter by product category to make the most of Smart Shopper Insights. x

90% informálódik

Any Research

Hide



Online

Hide



Offline

Hide



Online research only

Hide



Offline research only

Hide



Both online & offline research

Hide



Jellemzően online és offline is EGYÜTT

HA ONLINE INFORMÁLÓDIK MILYEN FORRÁSBÓL?

HU x Home appliances x

What online sources did people use to make a purchase decision?

! Tip: Filter by product category to make the most of Smart Shopper Insights. x

Online research: on brand websites



27% a brand weboldaláról

Online research: on retailer websites



34% kereskedői oldalról

Social networks



11% online videóból

Online video sites



18% összehasonlító

Brand pages on social network sites



oldalak vagy blogok,

Advice sites / review sites / forums / blogs



fórumok

AZ INFORMÁCIÓ HOZZÁFÉRHETŐSÉGE MEGVÁLTOZTATTA A VÁSÁRLÁSI SZOKÁSAINKAT



A vásárlók átlagosan

10.4

Forrásból tájékozódnak
vásárlás előtt. Ez a szám
egy év alatt
megduplázódott!!!

A TV MÁR NEM KÖTI LE 100%-BAN A FIGYELMÜNKET...KÖZBEN NETEZÜNK

TV NO LONGER COMMANDS OUR FULL ATTENTION

77%

Tévézés közben az emberek 77%-a kezében ott van a laptop, tablet, telefon...



Base: Total Respondents (1611). Q. Which of the following did you use? Q. What else did you use at the same time?

NÉHÁNY PÉLDA A SZIMULTÁN ESZKÖZHASZNÁLATRA

**TV reklám
felkelti a
figyelmet**



**Rákeresek a
termékre az
interneten**

**Rákattintok
egy bannere a
mobilon**



**PC-ről
alaposabban
utána nézek**

ONLINE KAMPÁNY HATÁSA A KERESÉSRE

Compare Search terms ▾

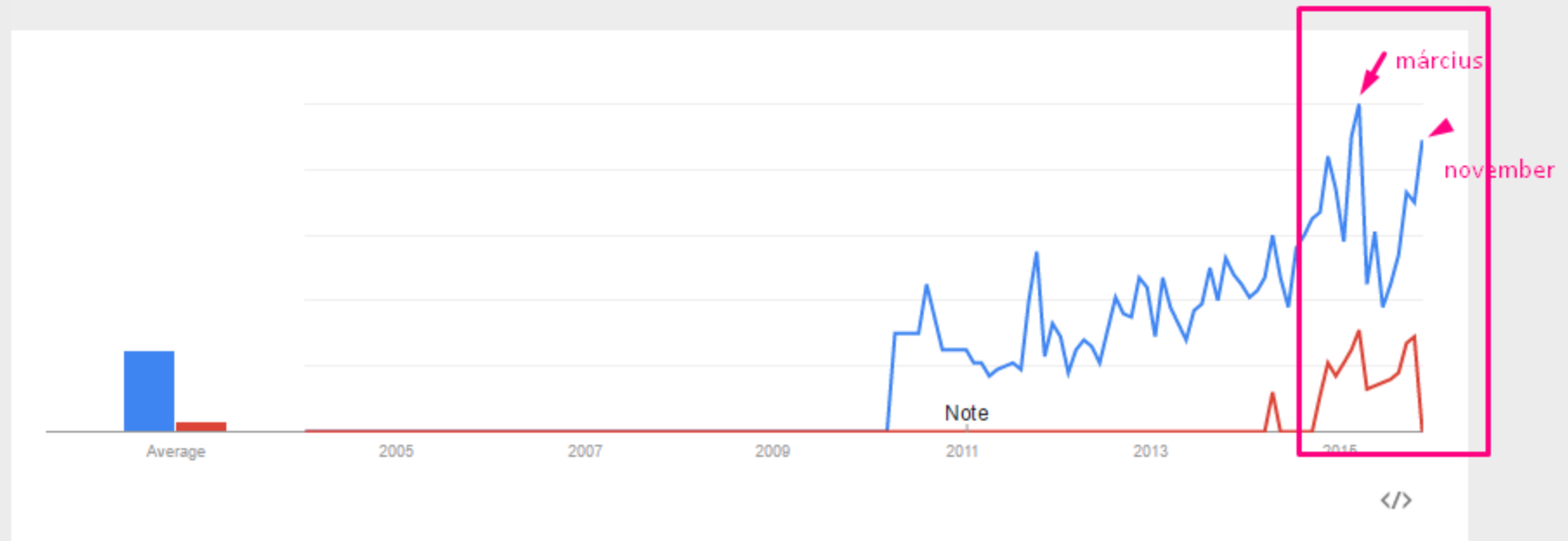
vileda
Search term

vileda felmosó
Search term

+ Add term

Interest over time ?

☐ News headlines ☐ forecast ?



MOBIL ÉS HELYI KERESÉS

MIÉRT ILYEN FONTOS A MOBIL?

A felnőttek 92%-a napi 24 órán át „kéznyújtásnyira” tartja a mobilját

74%-uk használja helyi szolgáltatások, boltok keresésére

47%-uk örülne, ha kupont kapna a telefonjára, amikor az adott boltban, vagy a közelében van

53% még akkor is összehasonlítja az adatokat, ha már a boltban van...(USA)

MOBILE SEARCHES TRIGGER ACTIONS AND CONVERSIONS



4-ből 3 mobil keresés
konkrét cselekvést
generál!

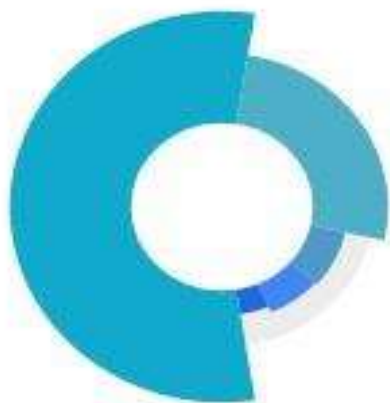
- Bolt látogatás
- Telefon hívás
- Weboldal megtekintése
- További információ gyűjtés



Source: Google/Nielsen Life360 Mobile Search Moments Q4 2012. Base: Outcome survey completes n=1,958 Q: Which of the following did you do on your smartphone? Q: Which of the following have you done on laptop/desktop/tablet? Q: What other actions did you take in person?

Source: Google Databoard for Research Insights

Mindezt nagyon gyorsan teszi....



55% less than 1 hour

26% 1-5 hours

8% 12-24 hours

7% 5-12 hours

4% 24+ hours



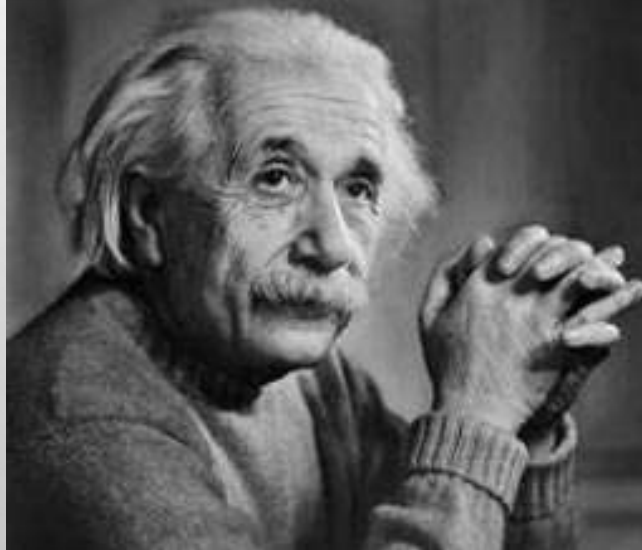
Source: Google/Nielsen Life360 Mobile Search Moments Q4 2012. Base: Searches that have non-SERP conversion outcomes (phone call, store visit, purchase), n=506. Q: How long after the search on your mobile device did you start these activities?

Source: Google Databoard for Research Insights

ALAP TERMINOLÓGIA ÉRTHETŐEN

If you can't explain it **simply**, you
don't understand it well enough.

– Albert Einstein



MEGJELENÉS – AV - IMPRESSION

Hányszor
jelent meg a
hirdetésünk?

Hagyomány-
os média –
AV –
Average
view

Google
impression
–
megjelenés
szám

Látható vagy nem látható megjelenés?

Mi volt a célunk?

Mikor van értelme ezért fizetni?

KATTINTÁSI KÖLTSÉG – CT - CPC

Hányszor
kattintottak a
hirdetésünkre
?

Hagyomány
os média –
**CT – Click
through**

Google -
cpc – cost
per click

Sokkal objektívebb mutató - már kifejezi az
érdeklődést, elköteleződést

Egyértelműen mérhető a weboldalon – Analytics
kód

Ellenőrizhetjük könnyen

ÁTKATTINTÁSI ARÁNY – CTR – CLICK THROUGH

100-ból hány
ember
kattintott a
hirdetésre?

Hagyomány
os média –
CTR

Google -
CTR

Nem függetleníthető a csatornától

Keresés esetében akár 10%-20% között

Bannerek esetében 0.1% - 0.5% között jellemzően

Nem mindegy, milyen alapon vásárolunk...kattintás alapon vagy idő alapon

Egy látogató 20x- 50x többbe is kerülhet...

KONVERZIÓ – CÉLOK ÉS ESEMÉNYEK

Bármilyen célt definiálhatunk

- Belekattint a részletes információkba
- Használja a termékszűrőt
- Beküldi a promóciós kódot
- Feliratkozik hírlevélre
- Eltölt 3 percet az oldalon
- Prospektust rendel



**A lényeg, hogy
valamit
mérjünk!!!!**

KONVERZIÓS ARÁNY

Hányan teljesítették az adott célt?

„puha” és „kemény”
konverziók

Láthatjuk, hogy mi működik
és mi nem



Teszteljük és optimalizáljunk!

Célzások

Üzenet

Design/navigáció

KONVERZIÓS KÖLTSÉG

Mennyit ér meg nekünk egy célteljesülés?

Kifejezhető forintban

Példák:

- Konverzió, ha valaki végignézi a 30mp-es videónkat
- Beküldi a nyereményjáték megoldását
- Feliratkozik a hírlevélre

KONVERZIÓS KÖLTSÉG – COST PER ACTION - CPA

Hogyan számoljuk?

Összes költség per összes konverzió/esemény

Pl. 100e ft költségéből 200 feliratkozó jött, akkor 500 forintba került egy feliratkozó

Ez a teljesítmény alapú, u.n. performance marketing alapja

Az analitikus, Google világban ez az alapértelmezett

Hagyományos online világban nem jellemző, mert nagyon mérhetővé teszi a teljesítményt

ÉRKEZÉSI OLDAL – LANDING PAGE

A weboldalnak az része, menüpontja, ahova a kattintás után érkezik a látogató

Kiemelten fontos

Különböző érkezési oldalakat használhatunk az egyes célcsoportoknak

Tesztelhetjük is, hogy melyik, mennyire sikeres

ÉRKEZÉSI OLDAL: MINDEGY, HONNAN JÖN A LÁTOGATÓ

Alapvetően befolyásolja a hirdetés sikerességét, hirdetés minőségétől függetlenül

- Konverziós arány – Végrehajtják-e a látogatóink az oldalon, amit szeretnénk
- Kattintási költség
- ROI - megtérülés

Legfontosabb elvárások

- Legyen gyors
- Legyen eszköz és böngészőfüggetlen
- Legyen releváns
- Legyen jól használható és navigálható
- Találja meg rajta a látogató azt az információt, amire kattintott
- Legyen hiteles

KERESÉSI HÁLÓZAT

Google

Internet Képek Videók Térkép Hírek Egyebek Keresőeszközök

Nagyjából 675 000 találat (0,37 másodperc) "organikus" - nem fizetett találatok

Tisztítószer - tesco.hu
bevasarlas.tesco.hu/tisztitoszer
Csatlakozzon a több ezer elégedett Tesco Online vásárlóhoz!

Óko magyar tisztítószer - cleaneco.hu **fizetett találatok**
www.cleaneco.hu/
Környezetbarát magyar termékek, háztartási és ipari felhasználásra

Tisztítószer OUTLET - A legjobb tisztítószer ajánlatok
akcioshigienia.unas.hu/Tisztitoszer
Még a nagyker árak is olcsóbban!
Fertőtlenítőszer - Folyékony szappan

Tisztítószer webáruház: Brilliance tisztítószer webshop
tisztitoszer.hu/
Tisztítószer webáruház - Kosár: 0 (üres) · Oldaltérkép · Kapcsolat +36 ... Használj Brilliance tisztítószereket, ahogy a profik! Mosogatás könnyén? Van megoldás!

Tisztítószer-Depo (Vofa kft.)
tisztitoszer-depo.hu/
Óko tisztítószer akció · TORK termékek · H1 - Tork Tekercses kéztörölő ... Zöldlomb
ÓKO Ecetes Tisztítószer 1 liter. 531 Ft. Kosárba · Safeguard antibakteriális ...
Elérhetőségek · Vegyiárak · Kézápolás · Baba-mama

TISZTÍTÓSZER témában minden - ITTI >>
tisztitoszer.lap.hu/
Válogatott TISZTÍTÓSZER linkek, ajánlók, leírások – minden egy helyen! Ne keress tovább, KATTINTS a friss tartalomhoz! >>

Akciós Tisztítószer
www.tisztitoszer-depo.hu/Tisztitoszer
Már 10-30% közötti kedvezménnyel.
Szállítás 2-5 nap alatt. Rendeljen!

Tisztítószer webáruház **fizetett találatok**
www.tisztitoszerfutar.hu/
Ipari és általános tisztítószer.
Ingyenes házhozszállítás 25e.Ft-tól

Házi Mókus Webáruház
www.hazimokus.hu/index.php/webaruhaz
Szappankészítés, Óko háztartás,
natúr kozmetikumok, Vixi termékek

Csoda Szóda
www.otisbt.hu/

Térkép a(z) "tisztítószer" lekérdezéshez

Két teljesen külön világról beszélünk...nem szabad összekeverni..

Nem fizetett találatok

- SEO
- Keresőoptimalizálás
- Search engine optimization



Fizetett Találatok

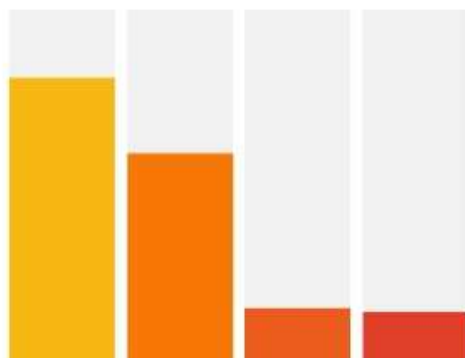
- AdWords- hirdetés
- Kattintás alapú hirdetés
- Kulcsszó alapú
- PPC – pay per click

MINDEGY MELYIKRE KATTINTUNK, A KERESÉS AZ ELSŐDLEGES INFORMÁCIÓ FORRÁS...

SEARCH IS THE PRIMARY GATEWAY FOR PRODUCT RESEARCH

82%

use search to help
research products



82% search engine

62% store websites

21% store apps

20% deal websites

Ha érdekel valami
rákeresünk

Nagy különbség ahhoz
képest, hogy „válogatás
nélkül” kapjuk a reklámot



Mítosz – hogy a keresés csak a webshopoknak generál forgalmat

A keresés az egyik legnagyobb ösztönző, hogy fizikai boltvásárlást generáljunk

4-ből 3 ember, aki helyi információk keres, sokkal valószínűbb, hogy meglátogatja a boltot

Különösen hasznos információk

- Árak a közeli boltokban
- Árukészlet- kapható-e
- Cím és pontos elérhetőség

Myth 1

Search results only send consumers to e-commerce sites.

Reality

Search results are a powerful way to drive consumers to stores.



3 in 4

who find local information in search results helpful are **more likely to visit stores**

SHOPPERS WOULD FIND THIS INFORMATION VERY HELPFUL IN SEARCH RESULTS:

 **75%**

Price of item at a nearby store

 **74%**

Item is in stock at a nearby store

 **66%**

Location of closest store with item in stock

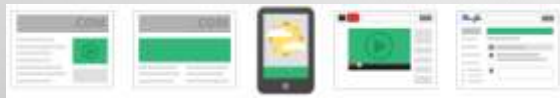
Mítosz és valóság

Milyen információkat keresnek?

HOGYAN ÉRJÜK EL A VÁSÁRLÓKAT, HA NEM KERESNEK RÁNK...?

79%

of time online is spent
outside search



across websites,
mobile, YouTube, and
Gmail



21%

of time online is spent
searching

GOOGLE TARTALMI HÁLÓZAT – AZAZ DISPLAY NETWORK



Hirdetés formátumok



The #1 Display szolgáltató globálisan



95%
Elérés

#1 in Desktop

82.7%
Elérés

#1 in Mobilon

94.5%
Elérés

#1 in Multi-
platform

Érjük a célcsoportunkat platformtól függetlenül

Hiszen ők is többféle eszközt használnak párhuzamosan



Applikációk

Google Ads Display Network



Szöveges,
képi és
banner
hirdetések

Óriási
elérés:
weboldala
k 90+%-a

Általában
kattintásér
t fizetünk

Teljesen
mérhető

Rendkívül
precízen
célozható

Költséghat
ékony

NÉHÁNY MAGYAR PÉLDA



Köszönöm a figyelmet!

