



WEB BUSINESS, WEB MARKETING

Tarcsi Ádám

Témafelvetés, bevezetés

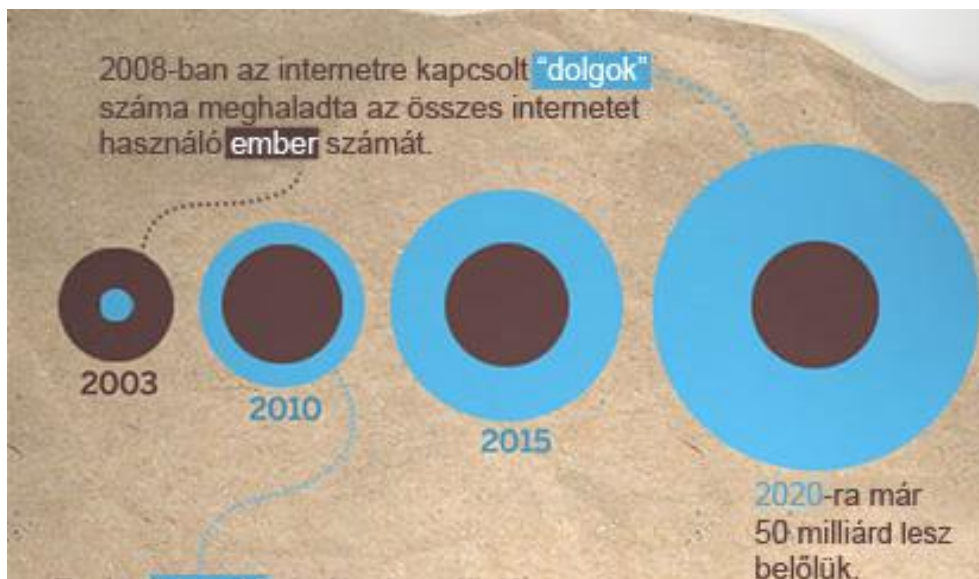
- ▣ Miért éri / érte meg a Youtube-ot üzemeltetni, ha az veszteséges?
- ▣ Twitter reklámok nélkül miért volt jó a fejlesztőknek, üzemeltetőknek?
- ▣ Milyen reklámstratégiát kövessek ha készítek egy alkalmazást?
- ▣ Hogy keressek pénzt az Interneten?
- ▣ Hogyan értékesítsek az Interneten?
- ▣ Webes üzleti modellek vs. Web marketing

Trendek



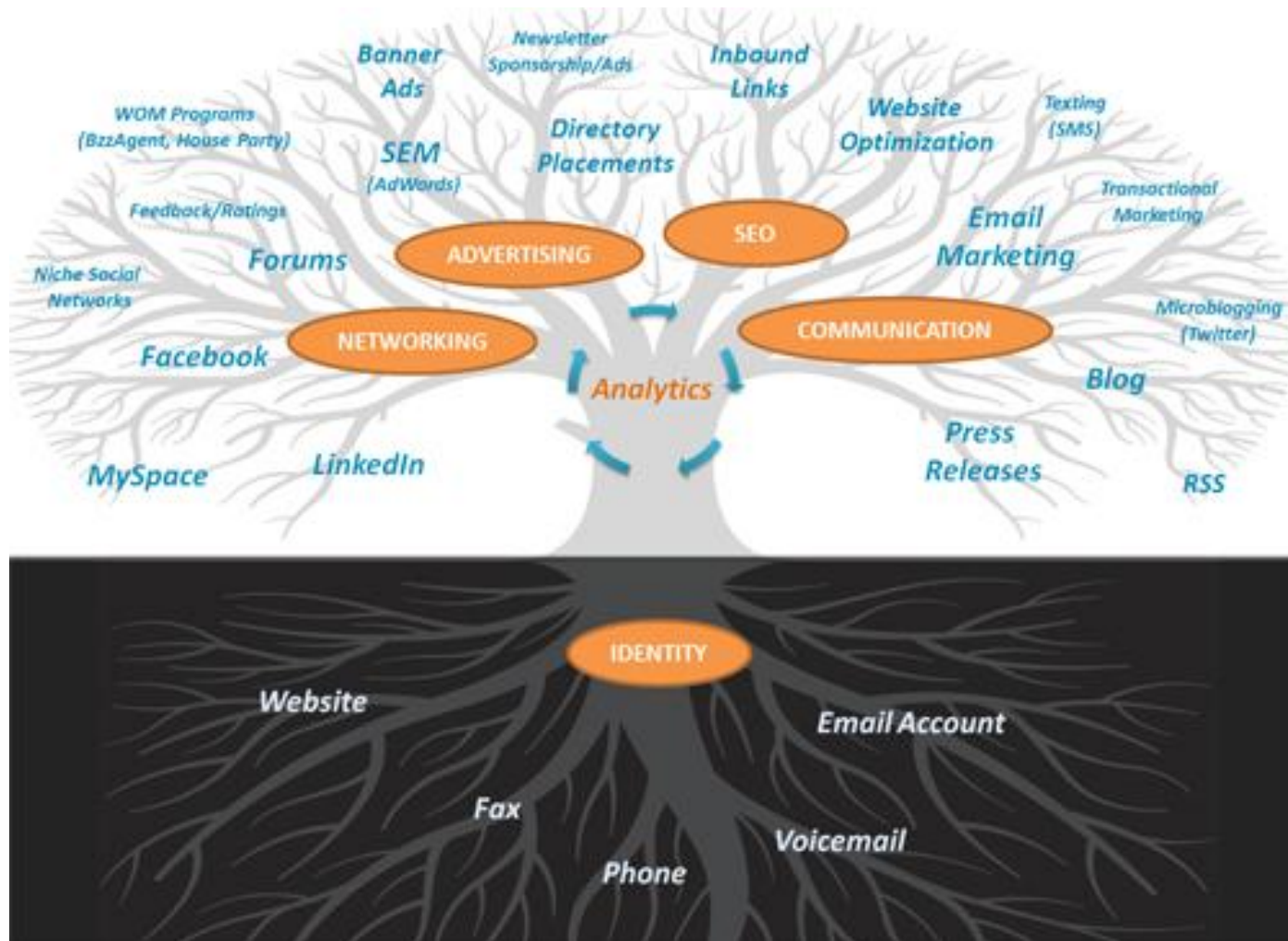
- Szabványosítás: HTML5 (még 3 év, 77 nap)
- Asztali funkcionalitás + offline web alkalmazások (HTML5)
- Internet of Things
- Cloud computing
- **Mobilitás:** Gartner előrejelzése szerint 2015-ben a jelenlegi natív alkalmazások fele már web alapú applikáció lesz.
- Kontextus alapú alkalmazások + Augmented Reality
- Üzleti social networking alkalmazások erősödése
- In-memory computing + nagy mennyiségű adatok feldolgozása (évente 3 terabájtnyi adatot gyártunk fejenként)

Internet of things



Marketing, web marketing

5



Miért fontos egy programozónak?

6

- A programot, magatokat, mint terméket el kell adni!
- Tervezési szempont!
- Szervezetileg a web, a honlap sok cégnél a marketing szervezeti egységhez tartozik!
 - ▣ Internet: vevőknek, partnereknek
 - ▣ Intranet: alkalmazottaknak, partnereknek
- KKV-szektorban a marketing is a web-es feladata.

Webmarketing

7

- Webmarketing $\neq$ reklám, web-reklám
- Célja a vállalati stratégia, célok megvalósításának elősegítése
- A vállalati stratégia, vállalati célok után tehát meg kell határozni a webes célokat - a teljes webes megjelenést
 - ▣ Vállalati honlap(ok)
 - ▣ Közösségi oldalak
 - ▣ Megjelenés a tartalom-aggregátorokon (keresőkben)

A honlap célja lehet

8

- A cég üzenetének eljuttatása a célközönséghez
- Termék / szolgáltatás értékesítése
- Ügyfélszolgálat, vevőtájékoztatás
 - ▣ Kapcsolattartás a régi vevőkkel
 - ▣ Új ügyfelek szerzése
- Kapcsolattartás a partnerekkel
- Látogató szerzés, megtartás, visszatérő közönség kialakítása
- → szolgáltatás, tartalom igazodjon a célhoz

Webmarketing elemei

9

- Honlap
- Webes reklámok
 - ▣ Banner hirdetések
 - ▣ Link kampányok, link csere
 - ▣ Szponzoráció
- E-mail marketing: hírlevelek, elektronikus direkt marketing (EDM)
- Keresőoptimalizálás
- Keresőmarketing
- Közösségi marketing
- Inbound marketing, linkszaporítás
- Webáruház, direkt értékesítés
- Webanalitika, webstatisztika → marketing tevékenység mérése

Látogatottság / sikeresség

10

- ha a felhasználók rendszeresen visszatérnek
- Miért?
 - ▣ Minőségi tartalom
 - ▣ Gyakran frissített
 - ▣ Gyors letöltési sebesség
 - ▣ Egyszerű használhatóság
 - ▣ On-line média előnyeit jól használja ki

Szolgáltatások a weboldalon

11

- Hírek, sajtóközlemények, archívum, RSS
- Kapcsolatfelvétel, interaktivitás
 - ▣ Fórum
 - ▣ Blog
 - ▣ GylK (Gyakran Ismételt Kérdések, FAQ)
 - ▣ Kapcsolat oldal, elérhetőség
- Wiki

12

Keresőoptimalizálás

Keresőoptimalizálás

13

- Technikailag az első látogató a kereső → a "barátainak" majd ő meséli el, mit látott.
- Rangsorolás alapján ajánlanak tartalmat, oldalakat a keresett kifejezésre
- Linkgyűjtemények szerepe
 - ▣ lap.hu, lapozz.hu, linkfarm, stb.
 - ▣ Dmoz.org
- SEO – Keresőoptimalizálás
- SEM – Keresőmarketing

Rangsorolás alapja

14

- Tartalom
- Oldal fontossága
 - ▣ Látogatottság,
 - ▣ Megbízhatóság,
 - ▣ A linkhálózatban betöltött szerepe,
 - ▣ Szponzoráció,
 - ▣ Frissesség,
 - ▣ Tartalom eredetisége,
 - ▣ Egyéb szempontok,

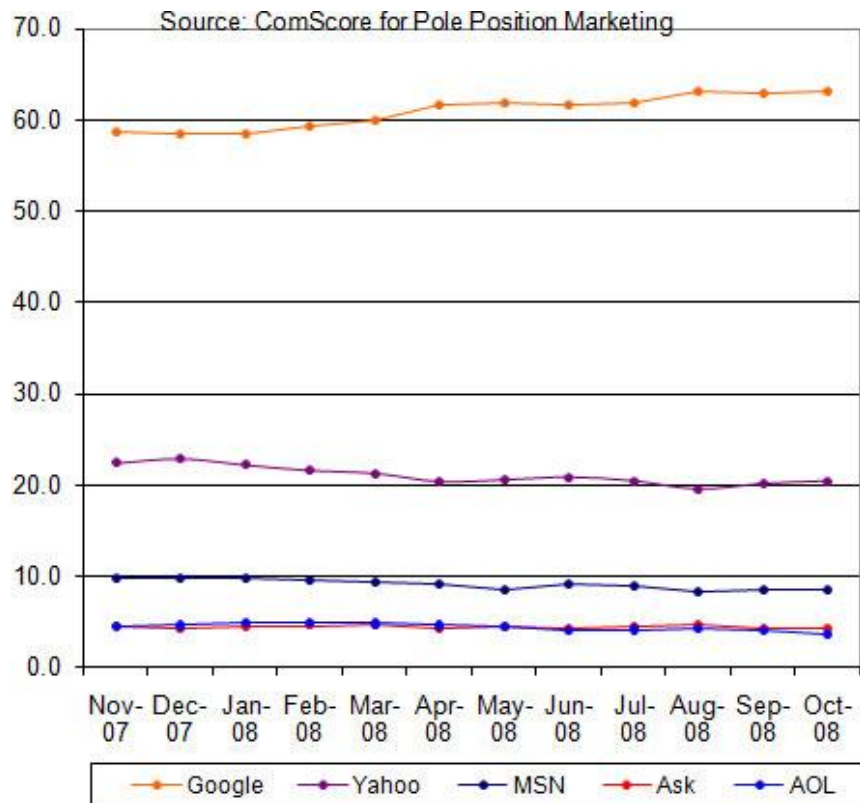
Top 30 probléma

15

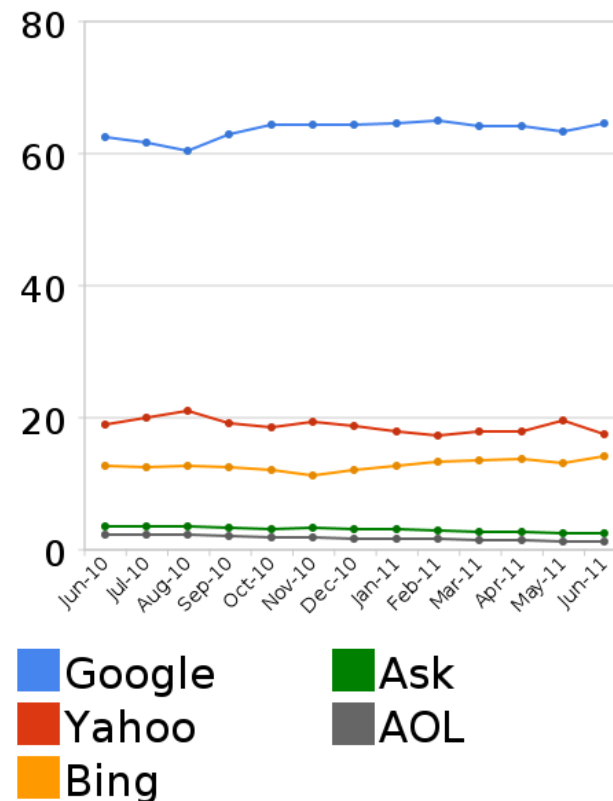
- A kutatások szerint a keresési lista első 30 helyezettjét nézi át a felhasználók többsége
- Egy cégnek létfontosságú lehet a Top 30-ba bekerülés (és bentmaradás)

Keresők piaca: trend

16



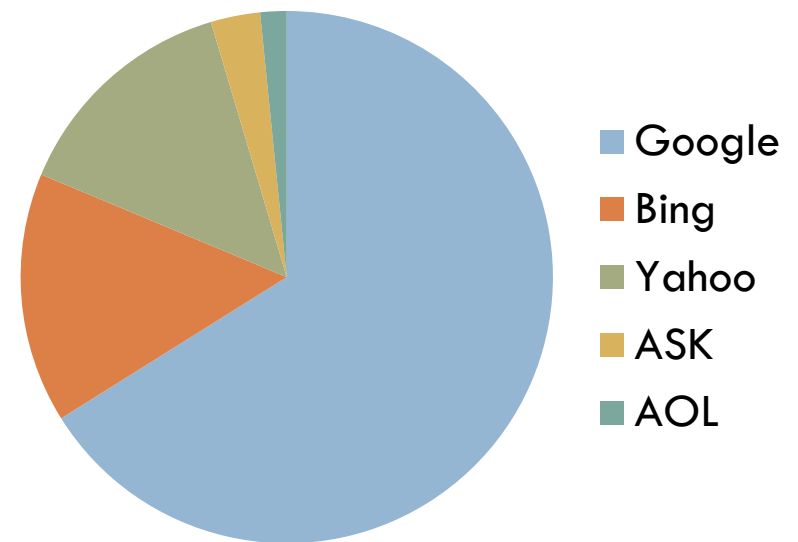
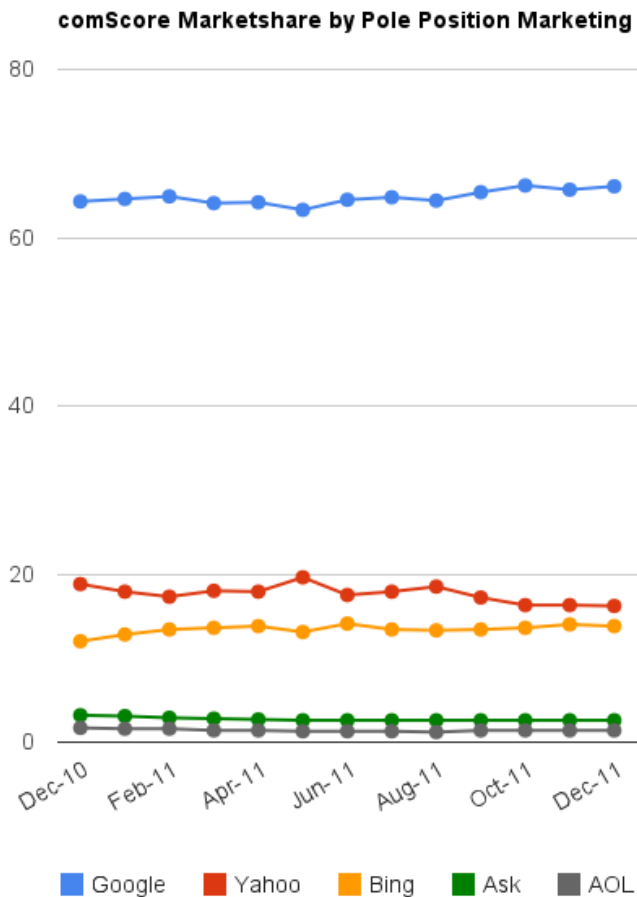
comScore Marketshare by Pole Position Marketing



Keresők piaca: trend

17

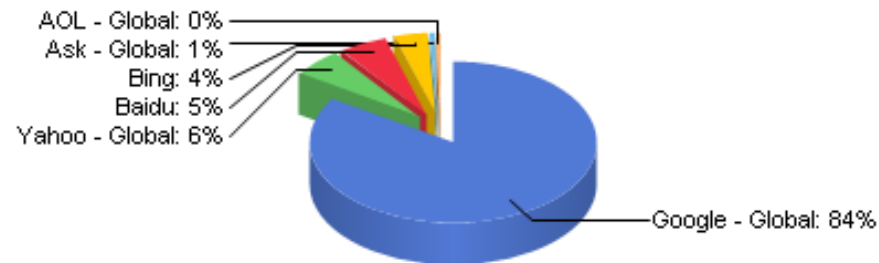
2012 Jan, US



**comScore January 2012 U.S.
Search Engine Rankings**

Globális keresőpiac

18

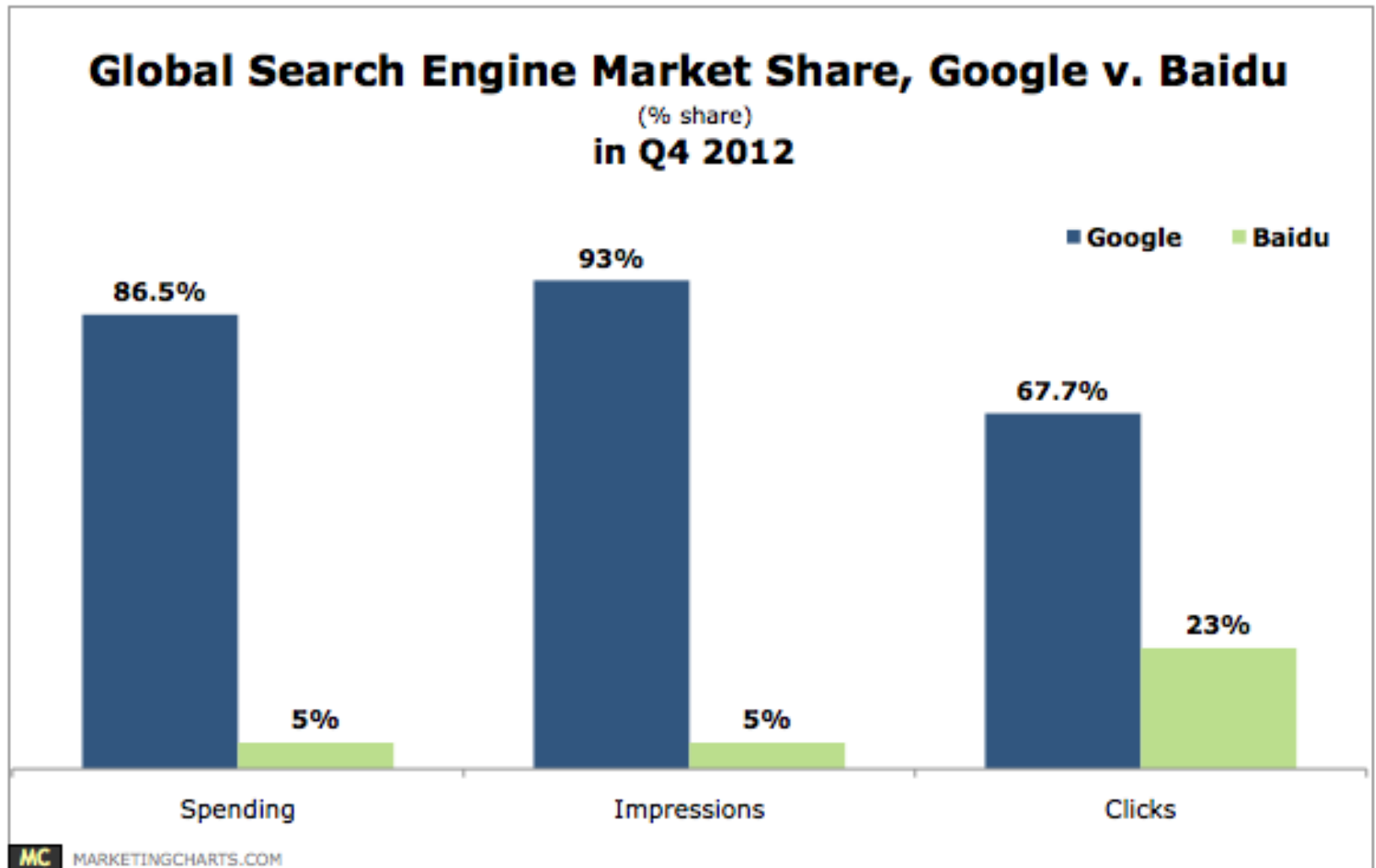


Search Engine ▼	Total Market Share ▼
☒ Google - Global	83.43%
☒ Yahoo - Global	5.82%
☒ Baidu	5.35%
☒ Bing	3.66%
☒ Ask - Global	0.54%
☒ AOL - Global	0.35%
☒ Excite - Global	0.03%
☒ Lycos - Global	0.00%

<http://marketshare.hitslink.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4>

Globális keresőpiac

19

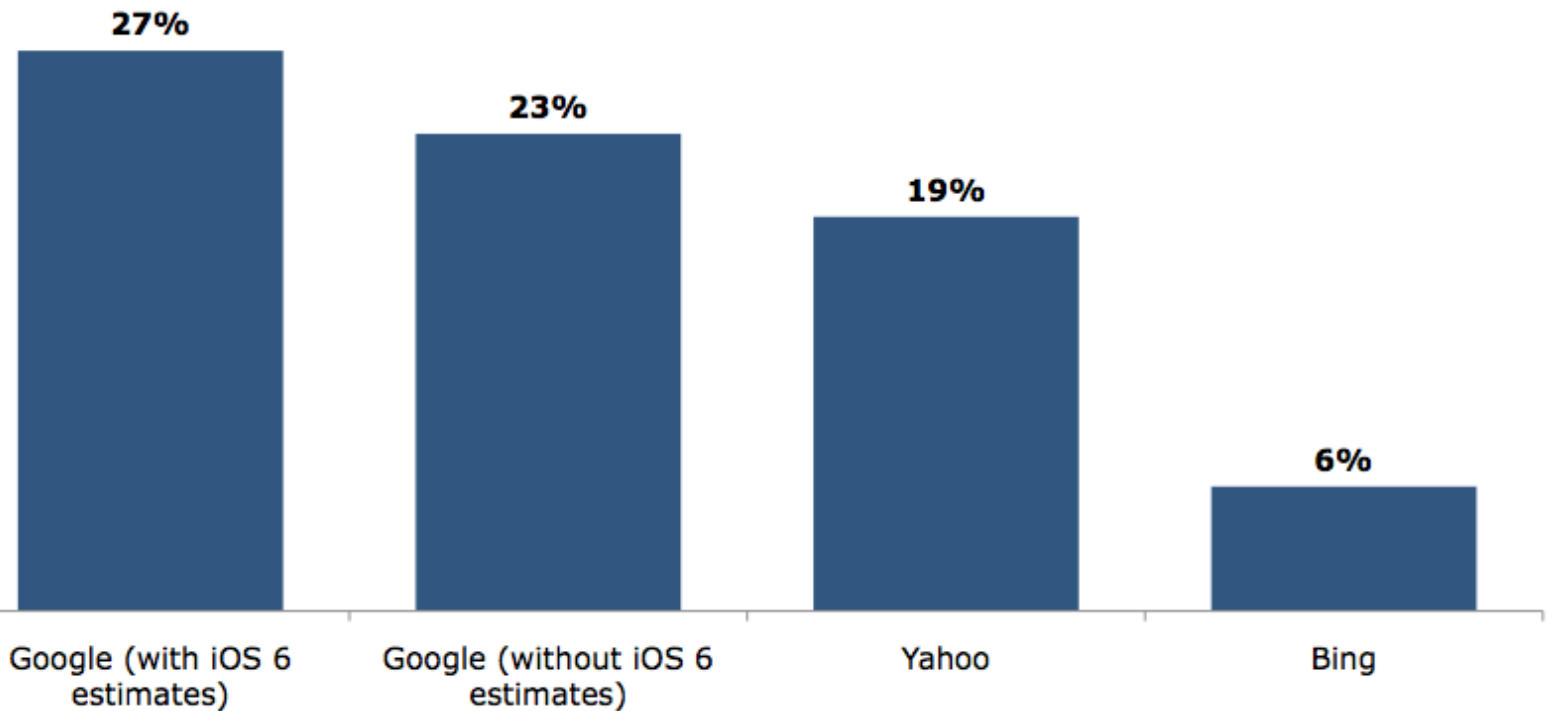


Source: Covario

Mobil keresés

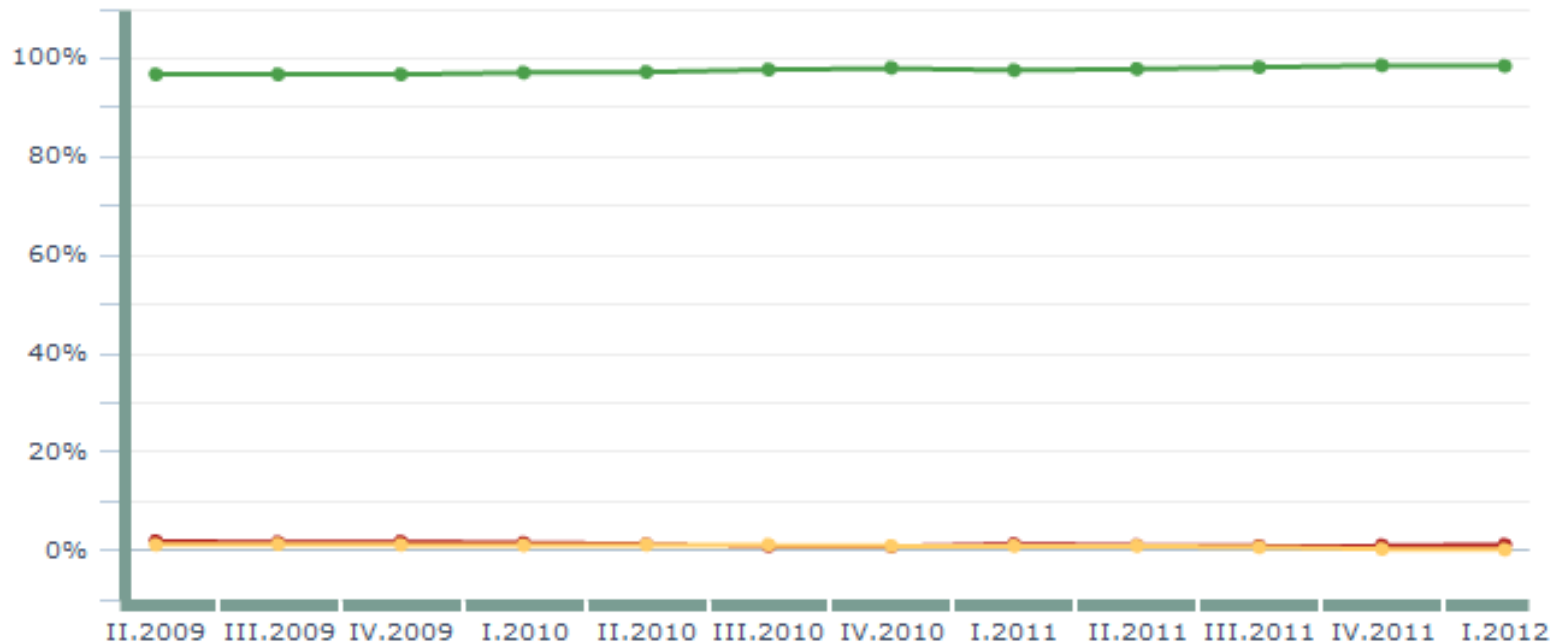
20

Mobile Share of Search Engine Traffic (% share of searches, by engine) in Q4 2012



Keresőmotorok - Magyarország

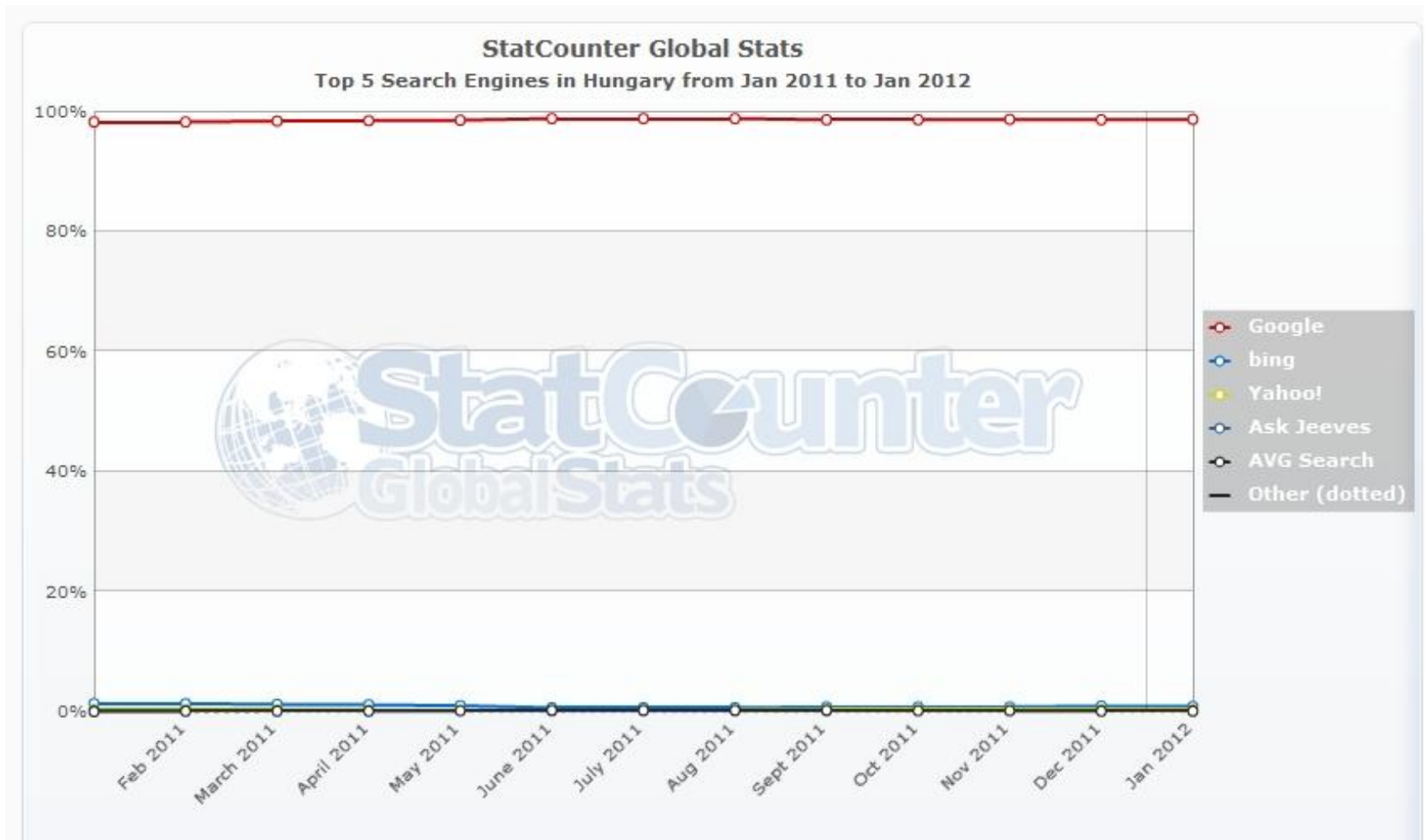
21



Sz.		Név	30.01-05.02.2012 ▾	23.01-29.01.2012 ▾	16.01-22.01.2012 ▾
1	■	Google	98.67%	98.60%	98.37%
2	■	MSN	1.01%	0.98%	1.22%
3	■	Yahoo	0.16%	0.28%	0.20%
4	■	AskJeeves	0.13%	0.11%	0.13%

Keresőmotorok: Magyarország

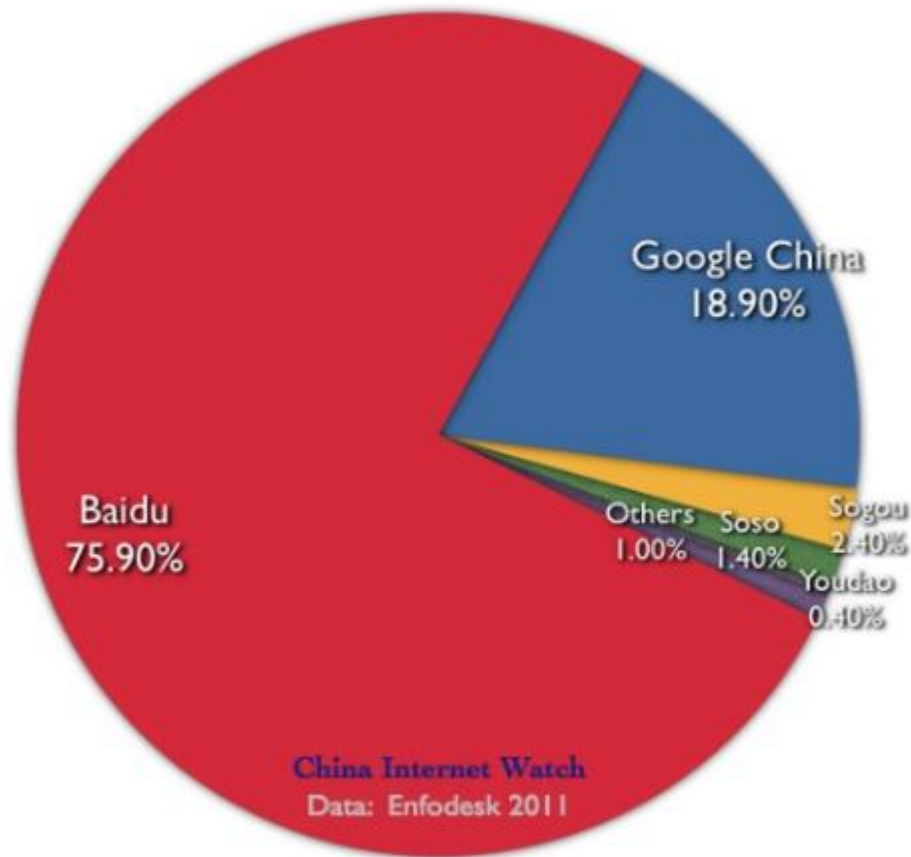
22



De nem mindenhol a Google az első: Kína

23

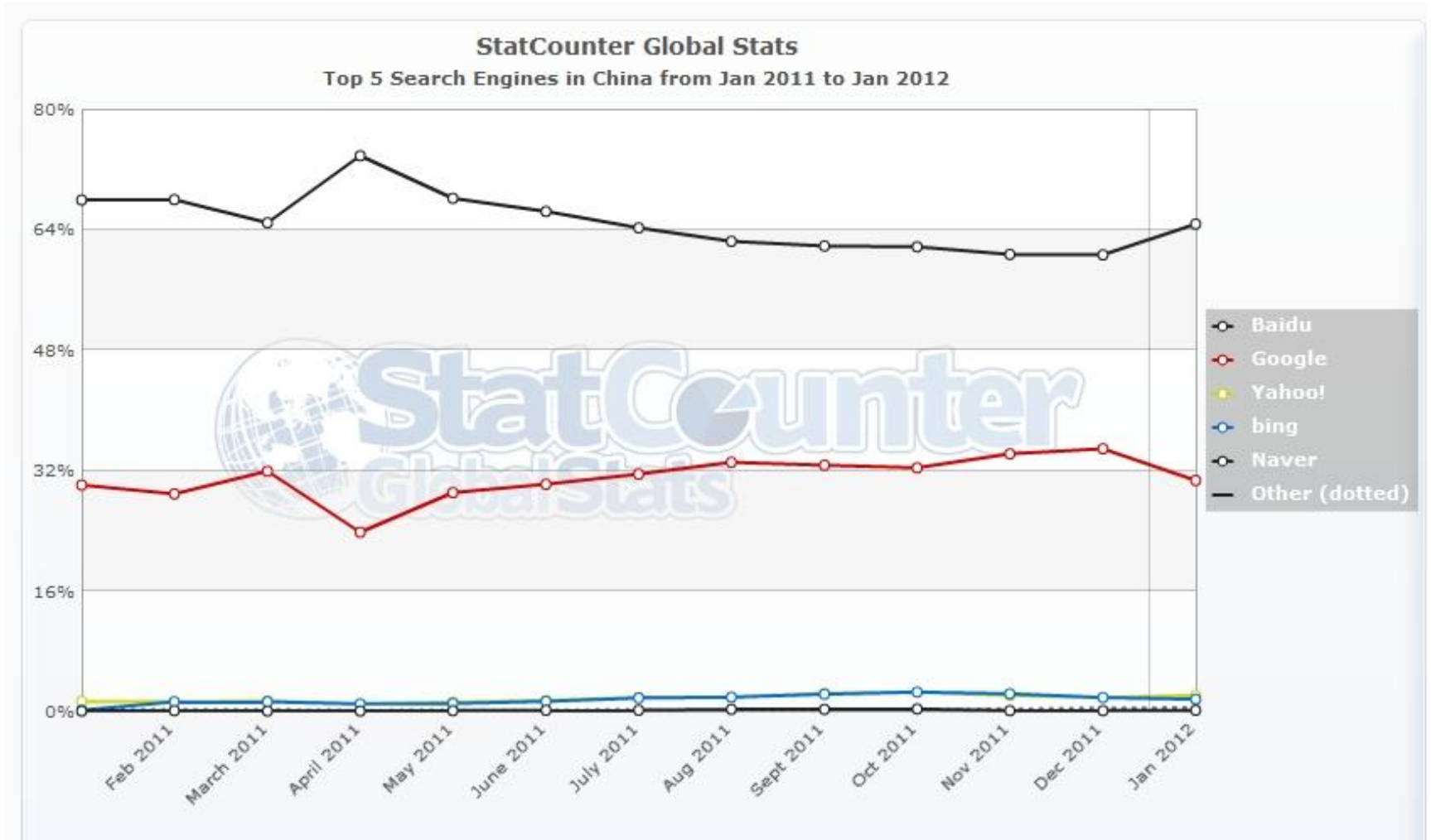
China 2011 Q2 Search Engine Market Share by Revenue



2011 Q2 – forrás: <http://www.iresearch.cn/>

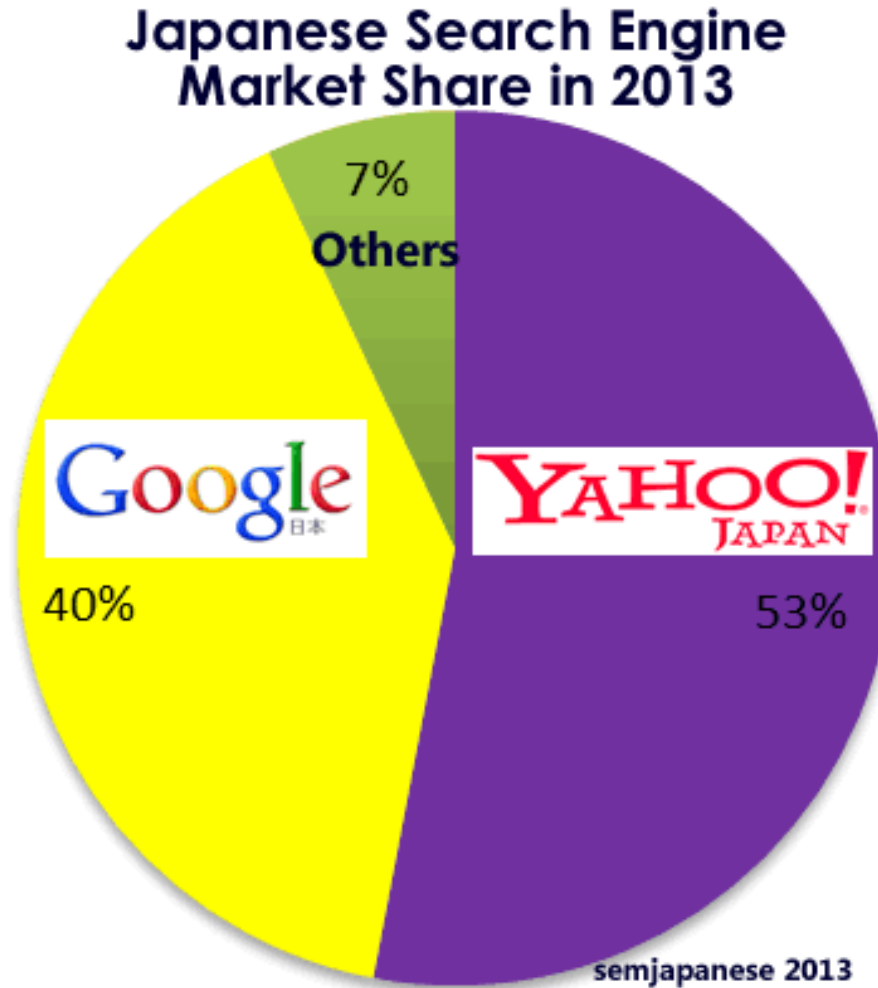
Kína

24



Japón

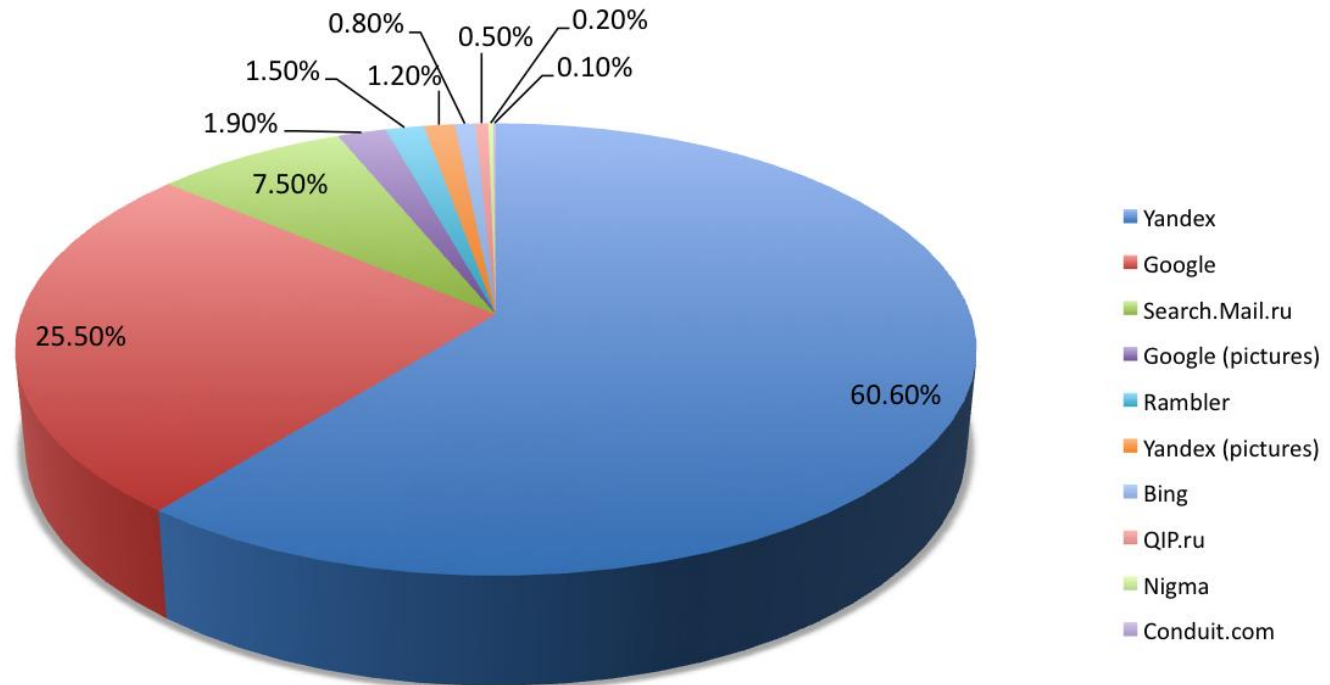
25



Oroszország: Yandex

26

Russian Search Engines Market Share In December 2011



Volt Szovjet tagállamok

27

Yandex is Replicating Success in Adjacent Markets

Share of Search Traffic in Ukraine, Kazakhstan and Belarus ¹



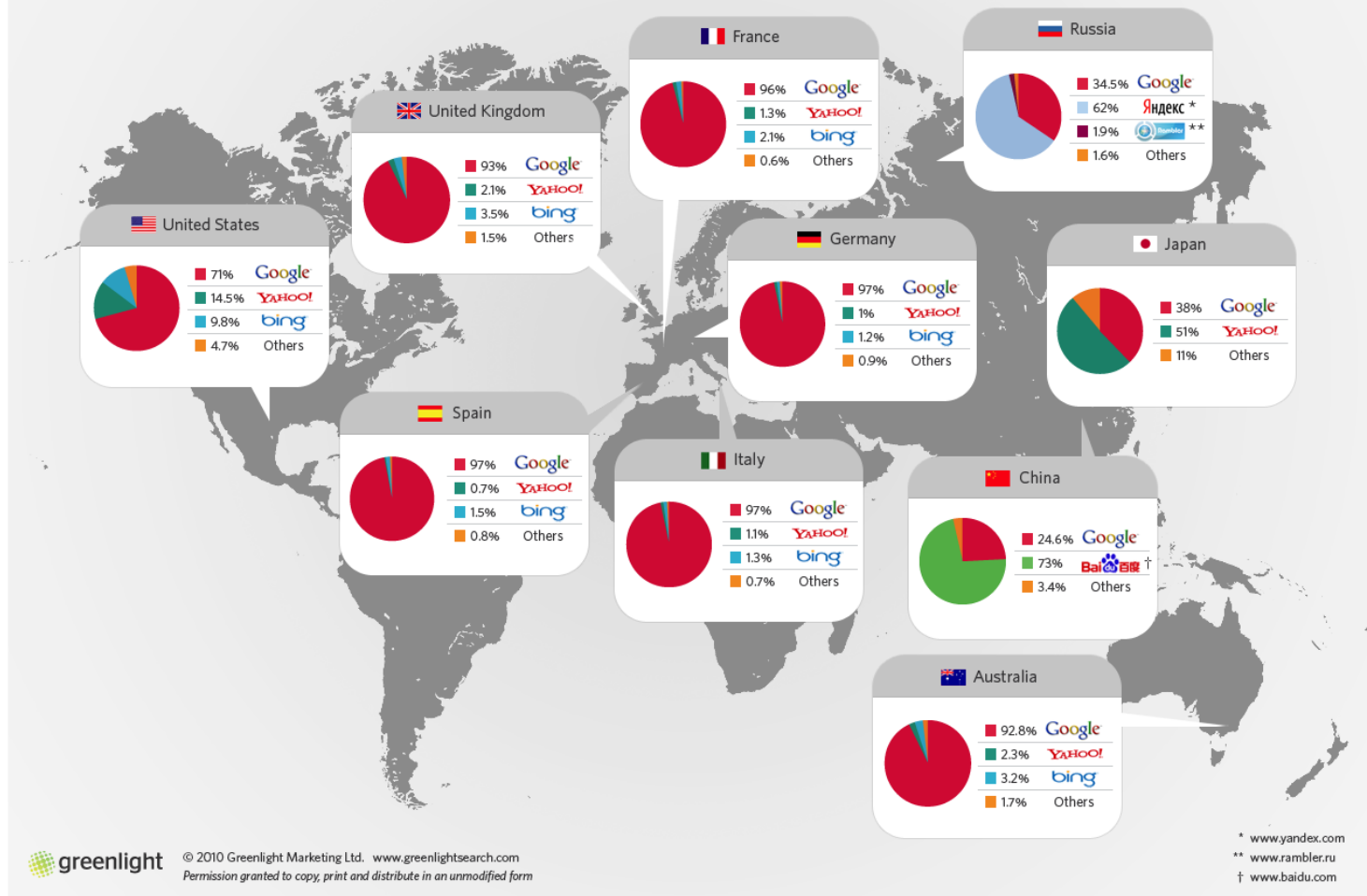
Source: LiveInternet.ru (March 2011)

1. Search traffic reflects transitions by respective country's users to local and Russian sites

Világ

28

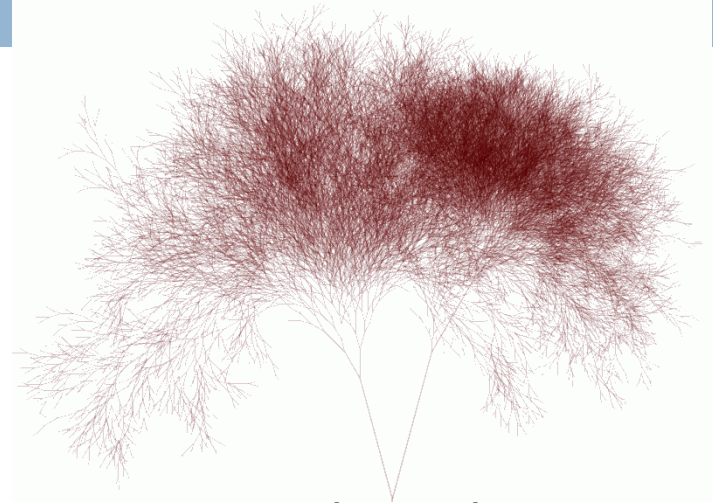
Search engine market shares around the world – Q4 2010



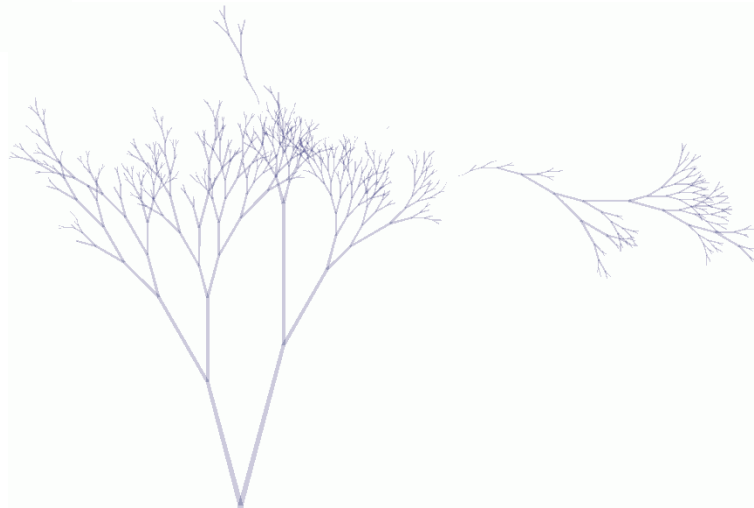
Keresők – bejárási utak



Googlebot



Yahoo! Slurp



MSNbot

Googol → Google

30

- [illegible]

Története

31

□ BackRub

- Larry Page (1971), Sergey Brin (1972), Stanford University, 1995
- 1996: BackRub keresőmotor.
Alapja: visszamutató linkek elemzése
- 1997 – Google: Az egyetemi campuson üzemel
- 1998: Első adatközpont – 1 terrabyte
- **Google: 34,000 searches per second** (2 million per minute; 121 million per hour; 3 billion per day; 88 billion per month, figures rounded)

A Google titka

32

- A legtöbb belinkelt oldal (?)
- Legtöbb találat → több, mint 70%-os piaci rész
- Egyszerű, átlátható, barátságos
- Kevés reklám, a szponzorált oldalak nem kapnak jobb pozíciót
- Egyéb, kiegészítő szolgáltatások:
 - ▣ Képkeresés
 - ▣ Számológép, definíció, US telefonkönyv, US utcatérkép, helyesírás ellenőrző
 - ▣ Hasonló lapok, adott site-on keresés, ki hivatkozik rám, stb.
- Fizetős szolgáltatások: hirdetési rendszer, Earth, SketchUp

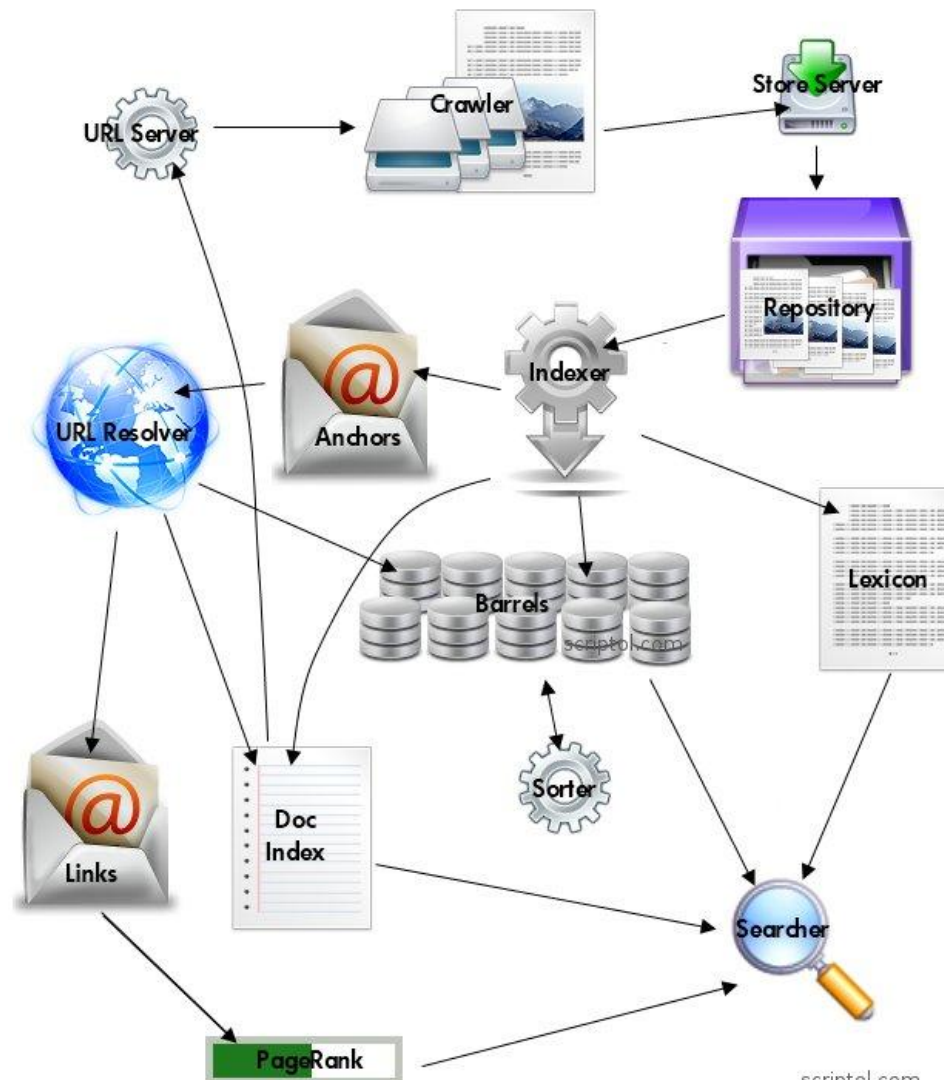
Hogyan működik?

33

- ❑ Oldalak figyelése – robotok
- ❑ Indexelés: felvétel az adatbázisba
- ❑ Frissítés – nyitólapok 1-2 naponta
- ❑ PageRank, kulcsszó – a rangsorolás alapja
- ❑ Rangsorolás: A kulcsszavak előfordulását súlyozza az elismertségi szinttel (PageRank-kel)

Google Search Engine architektúra

34



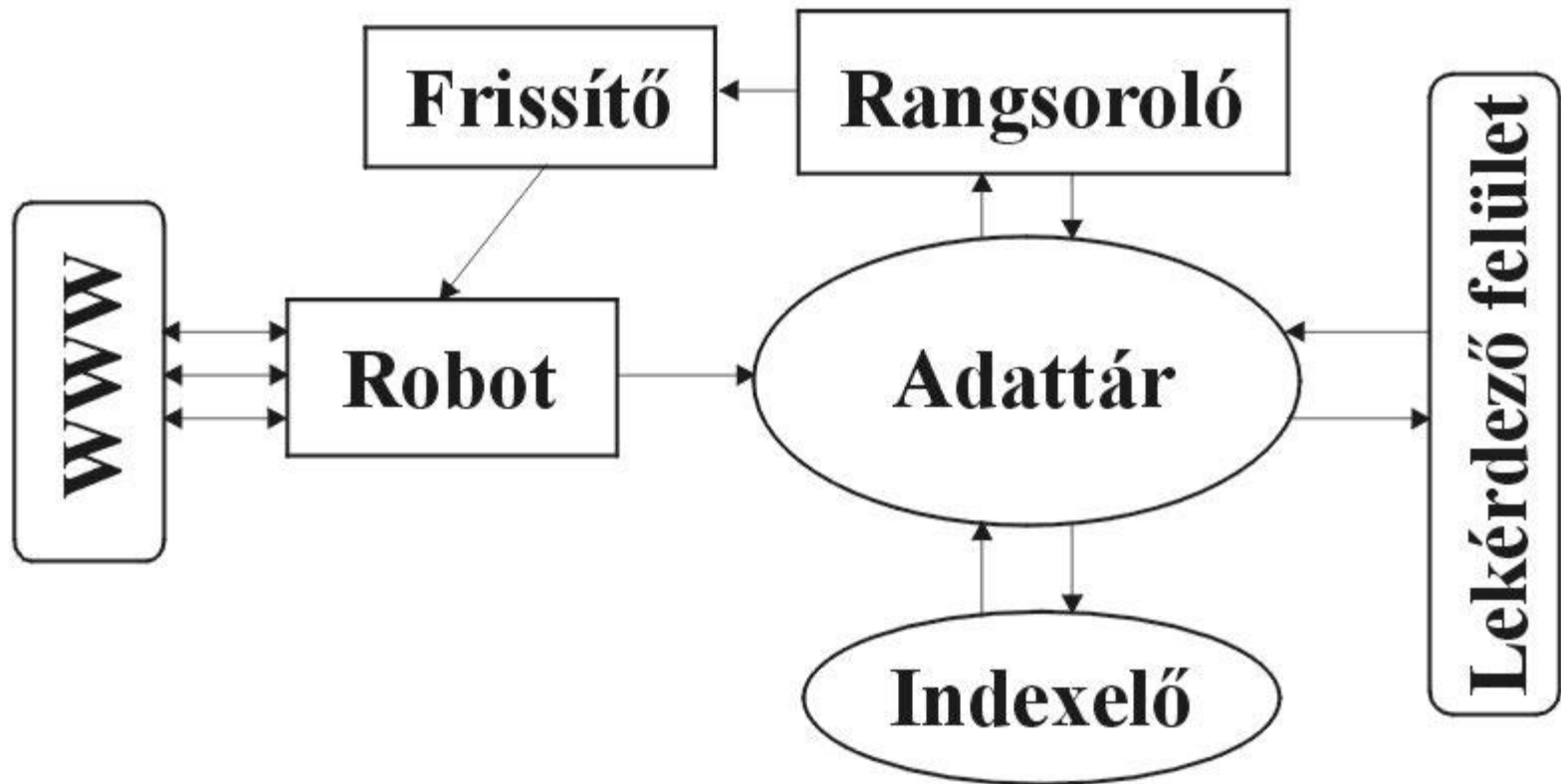
Web mining

35

- webes tartalom
 - ▣ például szöveg, kép, stb.
- web struktúra
 - ▣ például hiperhivatkozás, tag, címke, stb.
- web használat
 - ▣ http napló állományok, alkalmazás szerver napló állományok, stb.

Keresők működése

36



PageRank

37

- Hiperlinkkel összekötött dokumentumhoz egy számot rendel a betöltött szerep alapján.
- Hivatkozás = szavazás az oldalra
- Az a fontos oldal, amire mutatnak.

$$\text{PageRank}(i) = (1 - d) + d \sum_{j \in M(i)} \frac{\text{PageRank}(j)}{L(j)}$$

- i : adott oldal
- d : csillapítási tényező
- $M(i)$: azon oldalak halmaza, amelyek linkelnek i -re
- $L(j)$: j . Oldalról kimenő linkek száma

PageRank, kulcsszó lekérdezők

38

- Többféle SEO Toolbar létezik Firefox-hoz
- <http://seopen.com/seopen-tools/pagerank.php>
- http://www.iwebtool.com/pagerank_checker
- Bejövő linkek ellenőrzése
 - ▣ link: <http://www.inf.elte.hu>
- Linkhálózat PageRank elemzése:
<http://www.smartpagerank.com/pagerank-backlinks.php>
- Kulcsszó ajánló, kulcssűrűség vizsgáló:
 - ▣ <http://www.webconfs.com/>
 - ▣ <http://www.seotools.hu/>

Linkszaporítás

39

- Tematikus keresők, katalógusok
 - ▣ Startlap: Lap.hu
 - ▣ Linkek.hu
 - ▣ Lapozz.hu
- Szakmai címlisták
 - ▣ Szakmai címtárak
 - ▣ DMOZ.org
 - ▣ Szakmai kiadványok, szervezetek weblapjai

Google Webmestereszközök

40

[AdWords](#) [AdSense](#) [Analytics](#) [Apps](#)

[adam.tarcsi@gmail.com](#) | [Fiók](#) | [Súgó](#) | [Kilépés](#)

Google webmestereszközök

[ade.web.elte.hu](#)

[» Vissza a Főoldalra](#)

Irányítópult

[Üzenetek](#)

Webhely-konfiguráció

[Webhelytérképek](#)

[Robot-hozzáférés](#)

[Webhelylinkek](#)

[Webhely címének](#)

[módosítása](#)

[Beállítások](#)

Az Ön webhelye az interneten

[Keresési lekérdezések](#)

[A webhelyére mutató linkek](#)

[Kulcsszavak](#)

[Belső linkek](#)

[Feliratkozási statisztika](#)

Diagnosztika

[Ártalmas szoftver](#)

[Feltérképezési hibák](#)

[Feltérképezési](#)

[statisztika](#)

[Megtekintés](#)

[Googlebotként](#)

[HTML javaslato](#)

Labs

[Webhely teljesítése](#)

[Video-webhelytérképek](#)

Segítség:

[Leggyakoribb keresőkifejezések](#)

[Feltérképezési hibák](#)

[Webhelytérképek](#)

[A webhelyére mutató linkek](#)

[Webhely-felülvizsgálat](#)

Irányítópult

Keresési lekérdezések

Lekérdezés	Megjelenések	Kattintások
frekvencia.hu	320	<10
digitális átállás	200	<10
group by	110	30
tarcsi ádám	110	30
szombathelyi info	110	<10
adeweb	90	<10
tarcsi ádám elte	70	16
php xml	70	<10
szombathelyi.info	35	<10
codeigniter	35	<10

2011.01.10. és 2011.02.09. között

[Egyebek »](#)

A webhelyére mutató linkek

Nincs elérhető adat. [\(Mi az oka ennek?\)](#)

[Egyebek »](#)

Feltérképezési hibák

HTTP	1
Nem található	5

Frissítve: 2011.02.11.

[Egyebek »](#)

Kulcsszavak

Kulcsszó	Jelentőség
nem (2 változat)	
elt (5 változat)	
adatbázis (11 változat)	
select (3 változat)	
sap	

[Egyebek »](#)

Webhelytérképek

[Webhelytérkép beküldése](#)



Ezek és további modulok hozzáadása az iGoogle kezdőlaphoz.

Google Webmestereszközök 2.

41

- Milyen keresőkifejezésekről jutottak el a weboldalunkra?
- Milyen kulcsszavakra látja a Google optimalizálva az oldalunkat?
- Robots.txt lekérdezése, beállítása
- Webhelytérkép feltöltése
- Webhelylinkek megadása
- Webhelyre mutató linkek
- Javaslatok
- Tájékoztatja a webes rendszergazdát arról, ha a Google úgy észlelte, feltörték weboldalunkat.
- Google bot Mobile elemzések

Trükkök, irányelvek

42

- Bőséges, egyedi tartalom, keresőre (kulcsszavakra, kifejezésekre) optimalizálva → de ne vigyük túlzásba
- Domain név
- Cím (Title) címke
- Főcímek (h1,h2,h3...)
- Szöveget ne képként
- Képaláírások használata (Alt címke)
- Linkek szövegében kifelé és befelé mutatókban egyaránt!
- Fájlok, könyvtárak nevei
- Honlap életkora, frissessége is számít
- Linkhálózat értéke és frissessége

Trükkök, irányelvek – 2.

43

- ❑ Menüvel saját oldalainkra linkelhetünk
- ❑ Sitemap (oldaltérkép)
- ❑ Bloggok, fórumok bejegyzéseiben történő reklám
- ❑ JavaScript, Flash, Framek, képként ábrázolt szövegek használata nem szerencsés
- ❑ Első 20, 200 szó a legfontosabb
- ❑ Kulcsszótavolság
- ❑ Kulcsszósűrűség
- ❑ Hivatkozások lekérése:
 - ▣ Google: `link:elte.hu`
 - ▣ Yahoo: `linkdomain:elte.hu`

Formai, tartalmi irányelvek

44

- Szöveges linkek, minden oldal legyen elérhető link által
- Hasznos, információkban gazdag oldal
- Törött linkek ellenőrzése
- Dinamikus weboldalak esetén minél kevesebb paraméter legyen a linkekben
- Frame-es oldalakban egyes keresők is elakadnak, de a könyvjelzők, oldal címének megjegyzése is nehézkes

Technikai irányelvek

45

- Szöveges böngészővel (pl.: Lynx) ellenőrizni az oldalt (a keresőrobot is kb. annyit lát az oldalból)
 - ▣ <http://lynx.isc.org/>
 - ▣ <http://csant.info/lynx.htm>
- A keresőrobot bejárhatja az oldalt session id, vagy egyéb argumentum nélkül is.
- Webszerver: "If-Modified-Since" HTTP header (változott-e a tartalom)
- URL-ekben kerülendő az &id= argumentum
- Robots.txt fájl létrehozása (<http://www.robotstxt.org/wc/faq.html>)
 - ▣ Gyökérben. Ebben adjuk meg, hogy a keresőrobot mit indexelhet és mit nem. META tageket is használhatunk.
 - ▣ **Példa:**
User-agent: *
Disallow: /cgi-bin/
Disallow: /images/

Kulcsszó kiválasztása

46

- Marketing cél alapján lehet pl.: termék, termékhez kapcsolódó kifejezés
- Az oldal tartalmának illeszkedni kell a kiválasztott kulcsszóhoz
- Keresési trendek is segíthetnek a kiválasztásban
 - <http://www.google.com/trends>
 - <http://google.com/insights/search/>
- A látogatottsági adatok alapján formálni kell!
- Az elkészült oldalon ellenőrizzük le, hogy a tartalom illeszkedik-e a kulcsszóhoz!
 - <https://www.google.com/webmasters/tools/>
 - <http://www.webconfs.com/keyword-density-checker.php>
 - <http://www.seotools.hu/keywsuggest.php>

Végül...

47

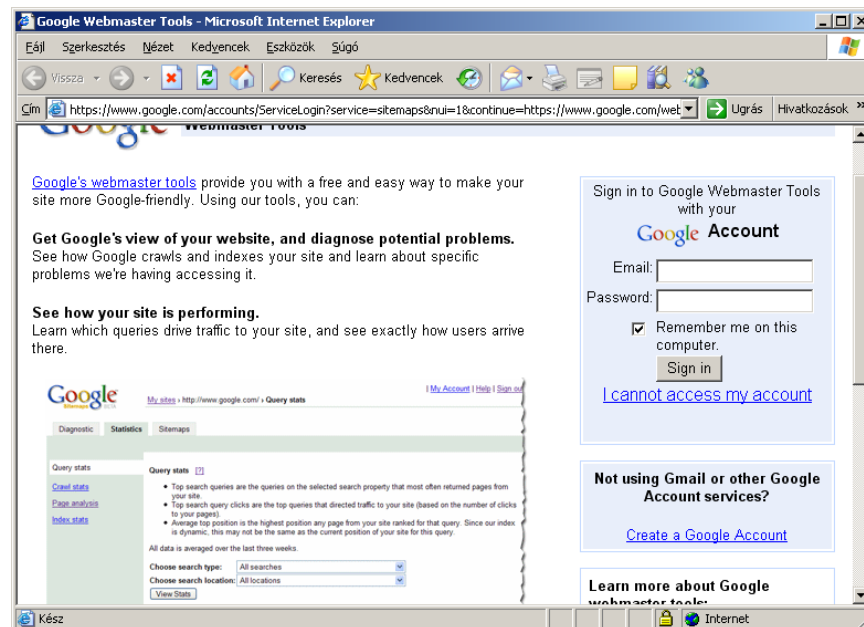
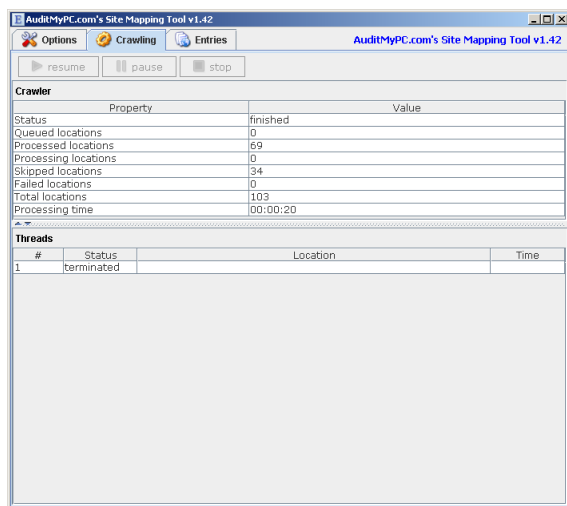
- Publikálni az oldalt, hogy ráleljen a kereső (is)!
 - ▣ fórumok
 - ▣ bloggok
 - ▣ lap.hu
- Oldal bejelentése:
 - ▣ <http://www.google.com/addurl.html>
 - ▣ submit.search.yahoo.com/free/request
- Folyamatosan figyelni és karbantartani!
 - ▣ Az oldal frissessége, aktualitása és múltja egyaránt számít!

Ha kész az oldal

48

□ Oldaltérkép bejelentése

<http://www.google.com/webmasters/sitemaps/login?hl=en>

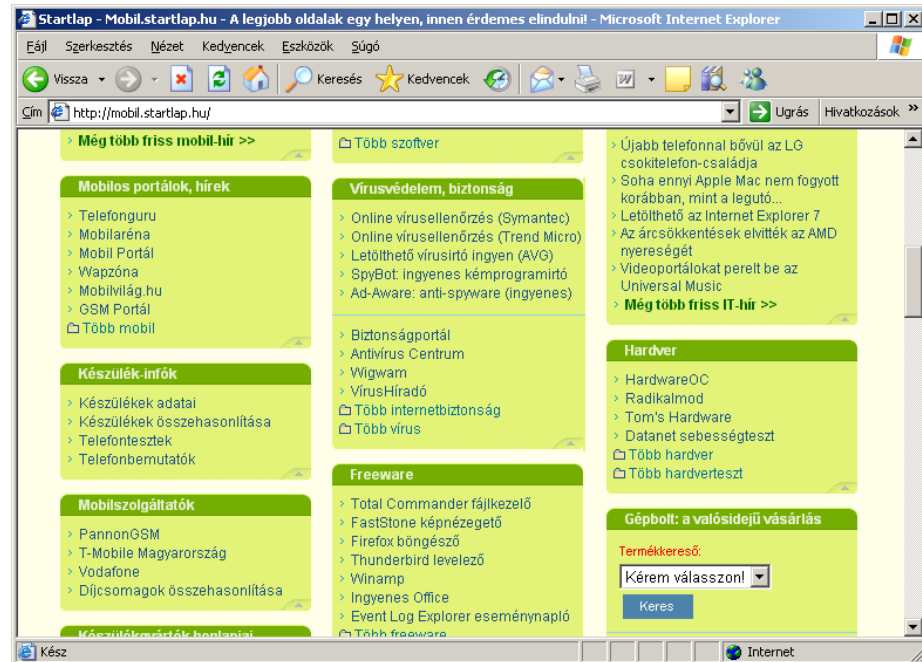


Oldaltérkép előállítás: <http://www.auditmypc.com/site-maps.asp>

Ha kész az oldal

49

- Partneroldalakat értesíteni, hogy on-line elérhető az oldal
- Tematikus katalógusokba be kell jelenteni



Keresőrobot manipuláció (illegális)

50

- Cloaking (álcázás):
 - ▣ a webservert a látogató referrer-ének vizsgálata alapján a látogatók bizonyos körének más oldalt mutat, mint egyébként
 - Más oldalt lát a keresőrobot, mint a látogató
- Web spam (kereső spam)
 - ▣ Keresőprogram félrevezetése
 - ▣ Minél több, az adott oldalra mutató link létrehozása, amelyben kulcsszó is szerepel
 - Lejárt domainnevek megvásárlása, és újraaktiválása
 - Visszaélés mások oldalaival :
 - Fórumokban, hozzászólásokban, Wiki-ben
- Rejtett szövegek, tartalomhoz nem kapcsolódó szavak, aldomain (tartalom duplikálására)

Wordpress, Drupal, Joomla SEO eszközök

51

- A gyakorlat azt mutatja, hogy a gyakori blog motorokhoz írt SEO pluginek nagyon jól teljesítenek.
- Működésük:
 - ▣ On-page SEO: a postok elemzése igazítása a kulcsszóhoz a fenti technikai elvek alapján.
 - ▣ Off-page SEO: linképítés nagy pagerank értékkel rendelkező site-ok segítségével - automatikusan. Ez utóbbi biztosítja azt, hogy szinte azonnal bekerülünk a Google keresési eredményei közé.

Wordpress on-page SEO elemzés

52

Edit Post

Post restored to revision from 16 July, 2010 @ 11:46

SEOPressor - The Mandatory Wordpress SEO Plugin

Permalink: <http://howdoyougetpregnantfast.com/seopressor-the-mandatory-wordpress-seo-plugin> [Edit](#) [Get Shortlink](#)

Upload/Insert

Visual **HTML**

First of all, what is SEOPressor all about? This here is a search engine optimization tool which is built specifically to work with the Wordpress content management system. If you have a Wordpress website through which you are running a business, then this is the plugin that you would need to boost its prospects. A lot of stringent tests later, we are darned sure that if a newbie wants to bring his or her website to the top slots on the Google search engine, then this is the plugin that you need. SEOPressor: The ULTIMATE On-Page SEO Expert Status. Romance about it a little—how would you feel if you could bring your Wordpress website right to the top three results on Google?

Word count: 738

SEOPressor Keyword

Enter Main Keyword

SEOPressor Score

Score	SEOPressor Keyword
54.44%	seopressor

Keyword Density

1.47%

- ✗ You do not have H1 tag containing your keyword
- ✗ You do not have H2 tag containing your keyword
- ✗ You do not have H3 tag containing your keyword
- ✓ SEOPressor will automatically bold your keyword
- ✓ SEOPressor will automatically italic your keyword
- ✓ SEOPressor will automatically underline your keyword
- ✗ You do not have an image for SEOPressor to add ALT tag
- ✗ You do not have keyword in the last sentence.
- ✗ You do not have an internal link to your other pages.

Go to Edit Posts and you will see "SEOPressor Keyword" field below your post area and an SEO Expert beside your post.

Keresőmarketing

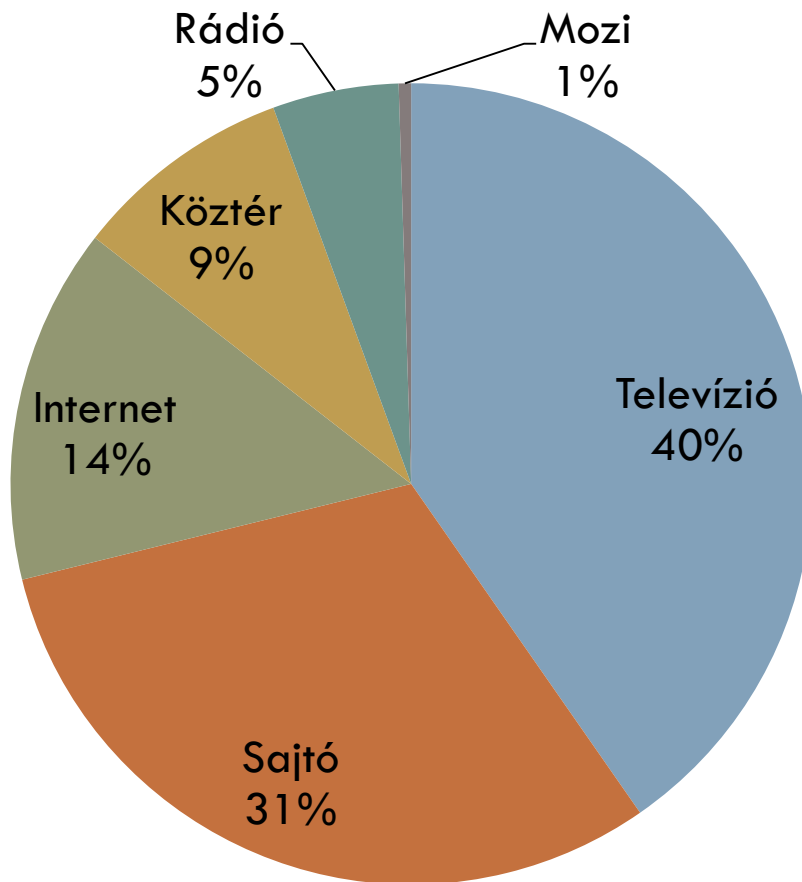
Csak keresőoptimalizálással együtt

Része a mérés, elemzés is

Online marketing szereplői

- Google AdWords
- ETARGET
- Facebook
- iwiw
- Yahoo
- Microsoft
- Banner és társai
- Listázási díj
- E-mail marketing

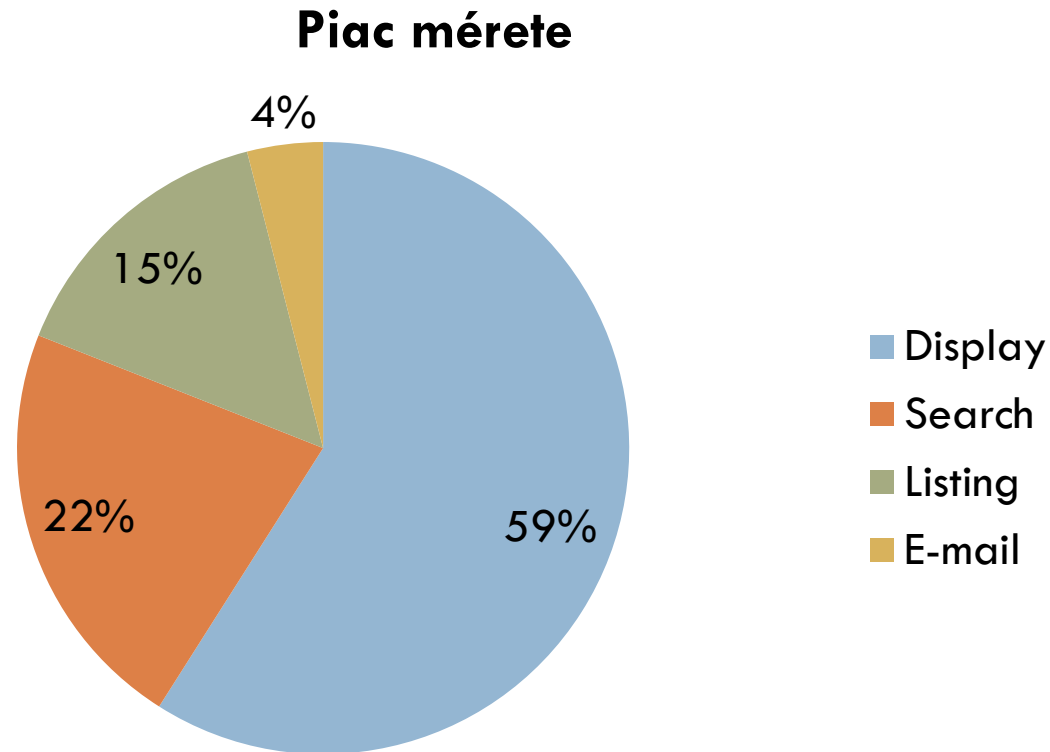
2009-es reklámtorta



Forrás: Magyar Reklámszövetség: Reklámköltési adatok, 2009

2009-es reklámköltés

□ Értéke: 23,3 milliárd Ft



Forrás: IAB Hungary Adex 2009

Google AdWords, E-Target, Yahoo, Bing

57

□ Keresőkben és a hozzájuk tartozó oldalakon megjelenő hirdetések

The screenshot displays a Google search interface. The search bar contains the text "informatika konferencia". Below the search bar, the number of results is shown as "Nagyjából 328 000 találat (0,18 másodperc)".

Organic Search Results:

- informatika címke — konferenciakalauz.hu** ☆
informatika címke konferenciák, szakmai rendezvények, események, eseménynaptár.
konferenciakalauz.hu/cimkek/informatika - Tárolt változat - Hasonló
- VIII. Alkalmazott Informatika Konferencia | 2010.01.22...** ☆
A konferencia célja, hogy megteremtse a párbeszéd és együttműködés ...
konferenciakalauz.hu/konferenciak/8076-viii-alkalmazott-informatika-konferencia - Tárolt változat
- 7. Országos Gazdaság-informatikai Konferencia (OGIK2010) | 2010.11...** ☆
Az új szakma immár hagyományos éves konferenciáját az elmúlt években ...
konferenciakalauz.hu/konferenciak/8992-7-orszagos-gazdasag-informatikai-konferencia-ogik2010 - Tárolt változat
- ETK Önkormányzati Klub - E-közigazgatás és informatika konferencia...** ☆
A rendezvényen előadások hangzanak el az e-közigazgatás önkormányzati ...
konferenciakalauz.hu > ... > Közigazgatás, jog - Tárolt változat - Hasonló
- ITREND 2010 Informatikai konferencia - Logisztikai rendezvények** ☆
2010. nov. 1. ... Engedje meg, hogy figyelmébe ajánljam a klaszterünk által szervezett ITREND 2010 című informatikai konferenciát. A konferencia témája lesz ... rendezveny.logportal.hu/itrend-2010-informatikai-konferencia/ - Tárolt változat
- kisvilág: II. Oktatás-Informatika konferencia - 2. nap** ☆
2010. jan. 25. ... Oktatás-Informatika konferenciából. A kezdés korábbi mint a konferencia

Right Sidebar (Advertisements):

- felsőfokú oktatás**
Kecskeméti Főiskola Gépipari és Automatizálási Műszaki Kar
www.gamf.hu
- Felvételiz Szegedre**
Gazdasági képzések a Szegedi Tudományegyetem gazdasági karán!
www.eoo.u-szeged.hu
- ELTE - Informatika kézpés**
Sokszínű informatikai képzés MSc, BSc, PhD
www.inf.elte.hu/felvetel
- Olympus fe 120**
Vásárolj olcsóbban! Te tudod mit, mi

Left Sidebar (Filters):

- Minden**
- ☒ **Egyebek**
- Budapest**
- ☒ **Hely módosítása**
- Web**
- Magyar nyelvű oldalak
- Oldalak innen: Magyarország
- ☒ **Több eszköz**

Top Right (Navigation):

- cyb
- Google Hirdetések

Search Bar:

informatika konferencia

Keresés

Speciális keresés

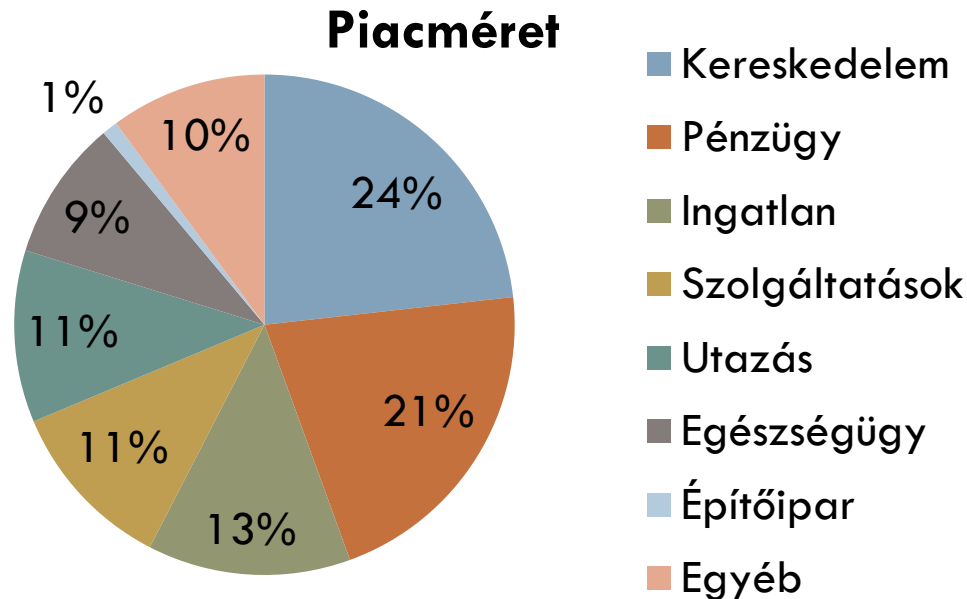
Szponzorált linkek

- Info Éra 2010 konferencia**
A 20. jubileumi INFO konferencia
2010 november 25-27. Füzesgyarmat
www.infoera.hu
- Nem megy az informatika ?**
Tanárod már vár a Tanárjárnlon
Egy kattintással megtalálod !
www.tanarajanlo.hu

Jelenítse meg hirdetését itt >

Hirdetési rendszerek becsült piaci részesedés – 2007

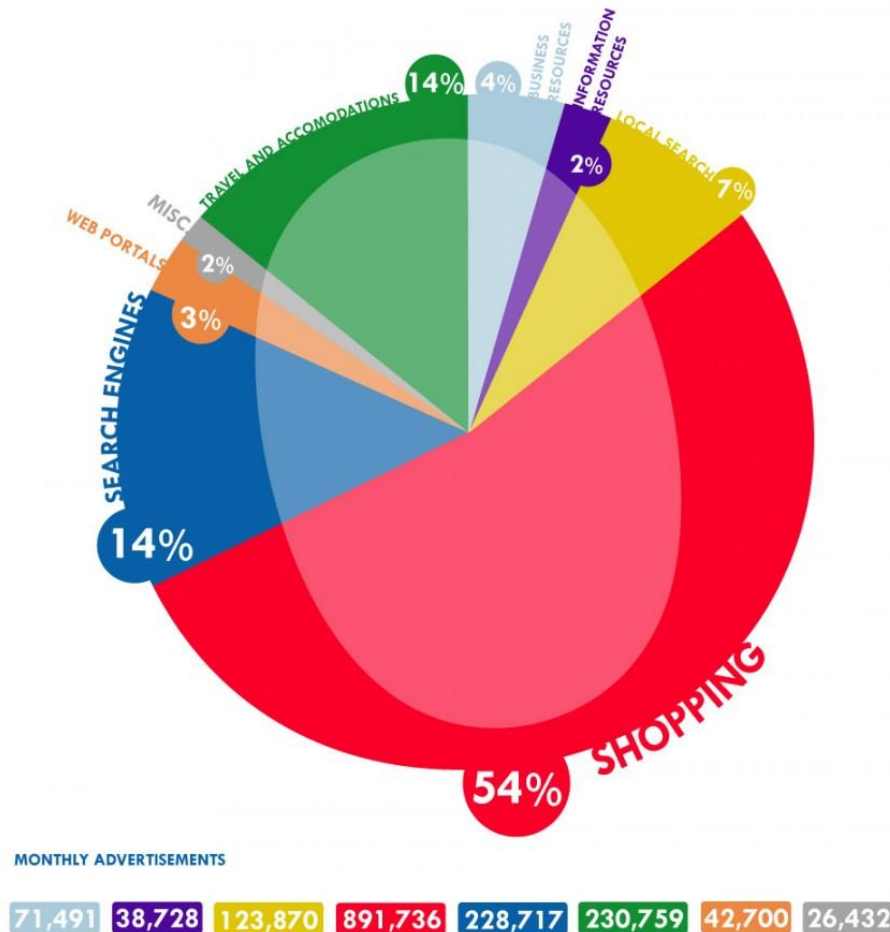
Google	742 990 000 Ft	61,8%
ETARGET	445 000 000 Ft	37,0%
Egyéb	15 000 000 Ft	1,2%
Összesen	1 202 990 000 Ft	100%



Arcus Search és Klikkmánia: Az első részletes jelentés a keresőhirdetési piac állásáról

Google AdWords piacméret, USA

Which Industries Use Google AdWords?
Top 100 Advertisers: Monthly Ad Volume by Industry



Search Engine Marketing (SEM)

60

□ Előnyei:

- **Hatékonyság:** A célközönség könnyen elérhető, pontosan célozható. Továbbá csak a fogékony ügyfelekért fizetünk
- **Követhetőség:** A kampány eredményessége jól követhető. Ismerhető a megjelenések és átkattintások, pontos száma, és a kifizetések összege
- **Gyorsaság:** Hirdetési kampány indítása gyorsan megtörténhet, a módosítás is hamar elvégezhető
- **Fizetés kattintásokért** (PPC: pay-per-click, CPC: Cost-per-click)
- **A hirdetési kampány kerete előre meghatározható, sikeressége folyamatosan követhető**

SEM stratégia





1. Pontos célok - stratégia

Tervezés, előkészítés, stratégia

- Ki a célközönség? Mit tudunk róla?
- Ki(k) a versenytársak?
- Miben vagyok jobb? Mivel tudom magam megkülönböztetni tőlük?
- Mi a célom?
- Online-offline marketing stratégia, költségek megtervezése.

Pontos célok

Értékesítés

- ❑ Egyértelmű, pontos keresőszavak
- ❑ Link az értékesítendő termékhez, ajánlathoz
- ❑ Nagyon pontosan kell hozzá ismerni a célközönséget

Márkaépítés, branding

- ❑ Általános, iparági szavak
- ❑ Link a kezdőoldalra



2. Kampány kialakítása

AdWords kampány-struktúra

AdWords fiók

Kampány

Kampány

Kampány

Hirdetés-
csoport / Ad
group

Hirdetés-
csoport / Ad
group

Hirdetés-
csoport / Ad
group

Hirdetés-
csoport / Ad
group

Hirdetés-csoport /
Ad group

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Hirde-
tés

Kulcsszavak

Kulcsszavak

Kulcsszavak

Kulcsszavak

Kulcsszavak

AdWords kampányok szerkezete



3. Releváns kulcsszavak kiválasztása

Főoldal

Kampányok

Lehetőségek

Jelentések és eszközök

Számlázás

Fiókom

Eszközök > Kulcsszóválasztó eszköz

Eszközök

Kulcsszóválasztó eszköz

Forgalombecső

Elhelyezés eszköz

Kontextus szerinti célzási eszköz

Csillaggal megjelölt (0)

Megjelenítés:

Kifejezések szerepeltetése

Kifejezések kizárása

Egyezési típusok

Általános

[Pontos]

"Kifejezés"

Súgó

Hogyan juthatok további kulcsszóötletekhez a kategóriák vagy a kapcsolódó kifejezések használatával?

Milyen új szolgáltatásokat kínál a frissített Kulcsszóválasztó eszköz?

Hogyan használhatom a Kulcsszóválasztó eszközt kulcsszóötletekhez és forgalombecslésekhez?

Miért eltérőek a keresési forgalommal kapcsolatos statisztikák az egyes kulcsszóválasztó eszközökben?

Miért érdemes csillagokat hozzáadnom a Kulcsszóválasztó és az Elhelyezés eszköz

Kulcsszavak keresése

Az alábbiak közül az egyik vagy mindkettő alapján:

Szó vagy kifejezés (soronként 1)

konferencia

Webhely

☐ Csak a saját keresési kifejezéseimhez szorosan kapcsolódó ötletek megjelenítése

☒ Haladó beállítások

Helyek:Magyarország

Nyelvek:magyar

Keresés

Ezekről az adatokról

Kulcsszavak hozzáadása

Letöltés

Keresési forgalom becslése

Megtekintés szöveggént

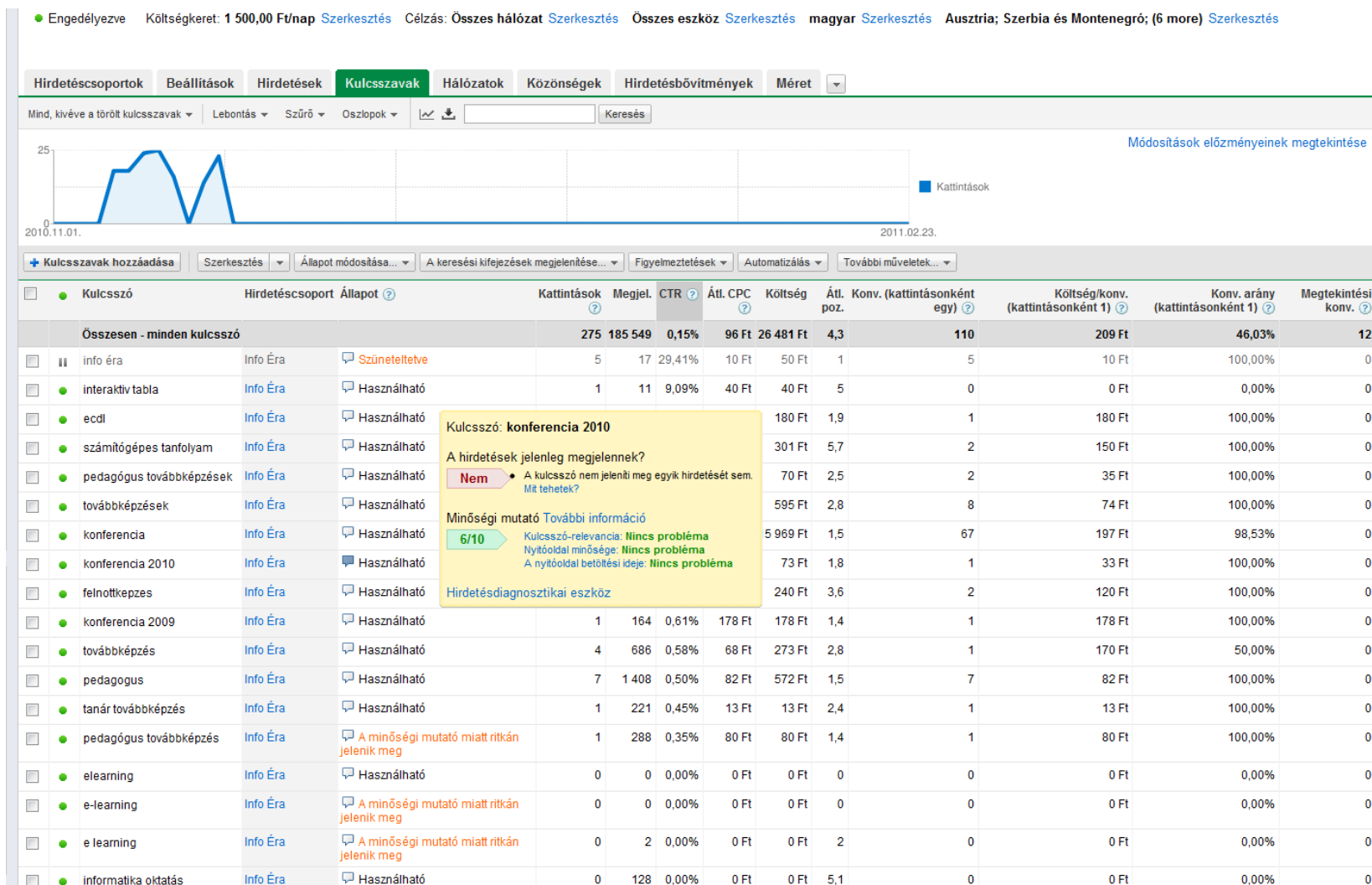
Ehhez hasonló találatok

Rendezés alapja: Relevancia

Osztópok

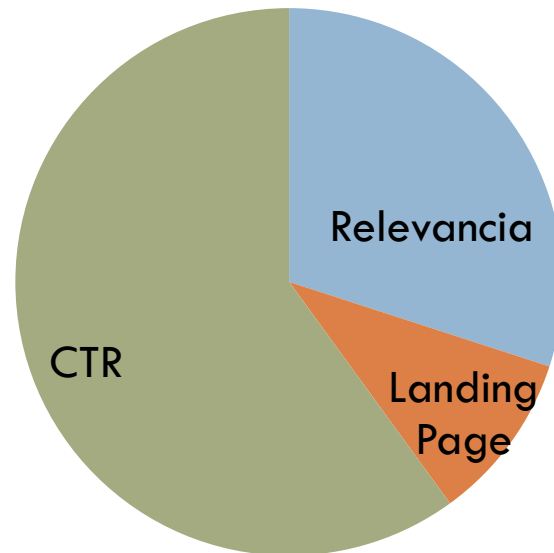
Kulcsszó	Verseny	Globális havi keresések	Helyi havi keresések
☆ konferencia		49 500	40 500
☆ konferencia helyszín		480	480
☆ konferencia hotel		5 400	5 400
☆ konferencia szervezés		590	590
☆ konferencia szálloda		880	720
☆ konferenciaterem		720	720
☆ liget wellness és konferencia hotel		720	720
☆ casa perla konferencia és wellness szálloda		73	73
☆ konferencia helyszínek		390	390
☆ szarvas liget wellness és konferencia hotel		480	480
☆ fenyőharaszt kastélyszálló és konferencia központ		22	16
☆ orvosi konferencia		260	260
☆ ceu konferencia központ		210	170
☆ hotel silvanus konferencia és sporthotel		170	170
☆ konferencia szálloda budapest		58	58
☆ liget wellness és konferencia hotel szarvas		480	480
☆ konferencia központ		1 900	1 900
☆ konferencia terem bérlés		110	110
☆ villa weber konferencia & wellness hotel		210	210

Kulcsszavak elemzése



Minőségi mutató – Quality Score (QS)

- A megjelenés sorrendjét a QS és a Maximum licit szorzata határozza meg.
- A kattintásonként fizetendő összeget CPC-t is meghatározza. (alattam levő Ad Rankja / én QS-em)
- Minőségi mutató tényezői:



Sorrend meghatározása

□ Elvek:

- a felhasználó jól járjon
- kis pénzzel és jó minőséggel is el lehet érni eredményt, a jó tartalmat kis pénzzel se lehessen kiszorítani

Hirdető	Max. licit	QS	Ad Rank	Pozíció	Aktuális CPC
A	40	1	40	4.	nem jelenik meg
B	30	3	90	2.	$80/3=26,66$
C	20	6	120	1.	$90/6=15$
D	10	8	80	3.	$40/8=5$

Jó és rossz CTR?

- ❑ Rossz: 0,5% alatt
- ❑ Jó: 3% felett

Google AdSense

73

- A webhely-tulajdonosok engedélyezik weboldalukon szöveg, kép és videó alapú hirdetések elhelyezését
- Részesednek az átkattintásból befolyó összegből.
- Az oldal tartalmához illő hirdetések, célzott reklámok → nagyobb hatékonyság
- A hirdetés illeszkedik az oldal megjelenésébe

74

Statisztika

- Webszerver naplókból (log) sok minden kiderül (de ehhez jól kell beállítani)
- A logok analízálására számos (platform függő) megoldás létezik.
- Használhatunk ingyenes látogatottsági statisztikákat is
- Ha fontos a megbízhatóság, auditált adatokat kell biztosítani (pl. webaudit, auditonline). Hirdető-szerzésnél különösen fontos, gyakran elvárt!
 - ▣ pár tízezer Ft / hó

Statistika 2

76

- Rengeteg hasznos információ kinyerhető
 - ▣ Keresztlátogatottság (ide- oda kattintás)
 - ▣ Legnépszerűbb oldalak
 - ▣ Honlapon belüli mozgás
 - ▣ Hivatkozó oldalak
 - ▣ Napi/heti/havi/éves látogatottsági adatok
- Hasznos eszköz
 - ▣ Cookie (süti)
 - Felhasználó számítógépén található. Számos adat eltárolható benne.
 - Adatvédelmi szempontból sokszor aggályos

Statisztika (eXtreme tracking)

Last 20 Visitors

Unique Visitors

15 Feb, Wed, 09:16:58	dsl51B617EE.pool.t-online.hu	Netscape 7	Macintosh
-----------------------	------------------------------	------------	-----------

Operating Systems

Unique Visitors

Last 20 Referrers

Unique Visitors

15 Feb, Wed, 08:02:24	http://www.google.co.hu/search?hl=hu&q=html&btnG=Google+keres%C3%A9s&meta=lr%3Dlang_hu
15 Feb, Wed, 08:06:08	http://www.maci.hu/segitsege.html
15 Feb, Wed, 08:18:42	http://freemail.hu/fm/read
15 Feb, Wed, 08:29:41	http://htmlspec.web.elte.hu/main.htm
15 Feb, Wed, 08:34:23	http://www.google.co.hu/search?hl=hu&q=html+szerkeszt%C3%A9s+kezd%C5%91knek&meta=lr%3Dlang_hu
15 Feb, Wed, 08:49:23	http://www.ingyennet.hu/segitsege.html
15 Feb, Wed, 08:54:27	http://www.vizsla24.hu/katalogus?q=html+k%C3%A9sz%C3%ADt%C3%A9s&mode=1&hol=1&x=28&y=6
15 Feb, Wed, 08:58:02	http://html.lap.hu/
15 Feb, Wed, 08:58:33	http://www.vizsla24.hu/katalogus?q=html+men%C3%A9sz%C3%ADt%C3%A9s&mode=1&x=35&y=9
15 Feb, Wed, 09:02:34	http://www.google.co.hu/search?q=HTML+alapok&sourceid=mozilla-search&start=0&start=0&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-a&rls=org.mozilla:
15 Feb, Wed, 09:05:03	http://freeweb.hu/forum30/forum.php?f_owner=286&t_id=20206&f_id=361&fmode=hlist&hsz=3
15 Feb, Wed, 09:05:48	http://www.google.co.hu/search?hl=hu&q=WEB+k%C3%A9sz%C3%ADt%C3%A9s+tanfolyam&btnG=Google+keres%C3%A9s&meta=lr%3Dlang_hu
15 Feb, Wed, 09:05:59	http://www.google.com/search?sourceid=navclient&ie=UTF-8&rls=RNWA,RNWA:2003-35,RNWA:en&q=html+szerkeszt%C3%A9s
15 Feb, Wed, 09:15:50	http://www.google.co.hu/search?hl=hu&q=html+seg%C3%A9dlet&meta=lr%3Dlang_hu
15 Feb, Wed, 09:21:20	http://www.google.co.hu/search?q=html+elte&sourceid=mozilla-search&start=0&start=0&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-a&rls=org.mozilla:hu
15 Feb, Wed, 09:24:12	http://ingyennet.hu/segitsege.html
15 Feb, Wed, 09:42:39	http://htmlspec.web.elte.hu/htmltananyag/gyak1/alapok.htm
15 Feb, Wed, 09:43:21	http://www.google.co.hu/search?hl=hu&q=%22HTML+szerkeszt%C3%A9s%22&btnG=Google+keres%C3%A9s&meta=
15 Feb, Wed, 09:44:53	http://htmlspec.web.elte.hu/felhkepek/kepek.htm
15 Feb, Wed, 09:55:09	http://www.google.co.hu/search?hl=hu&q=html&meta=lr%3Dlang_hu

28 Jan, Sat	426	
29 Jan, Sun	583	
30 Jan, Mon	653	
31 Jan, Tue	579	
01 Feb, Wed	629	
02 Feb, Thu	552	
03 Feb, Fri	515	

'M)	22494	7.34%	
	1569	0.51%	
	189	0.06%	

Web-es statisztika: Google Analytics

78

Google Analytics

[My Account](#) | [Help](#) | [Contact us](#) | [Sign Out](#)

[Analytics Home](#) | [View Reports](#) [www.googlestore.com](#)

[My Analytics Accounts](#) [Google Store](#)

Reports: [www.googlestore.com](#)

Dashboards

View **Executive**

- Executive Overview
- E-commerce Summary
- Conversion Summary
- Marketing Summary
- Content Summary
- Site Overlay

All Reports

- Marketing Optimisation
- Content Optimisation
- E-Commerce Analysis

Date Range

View By **Default**

2005

Jan Feb Mar Apr May Jun
Jul Aug Sep Oct Nov Dec

S	M	T	W	T	F	S
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	1

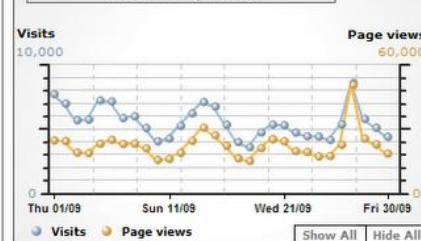
Prev << Month >> Next

Executive Overview

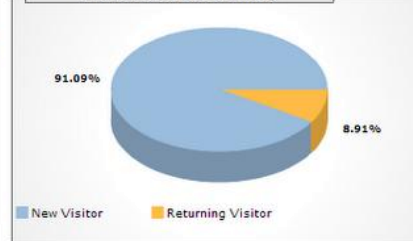
Export

[www.googlestore.com](#) | 01/09/2005 - 30/09/2005

Visits and Page views



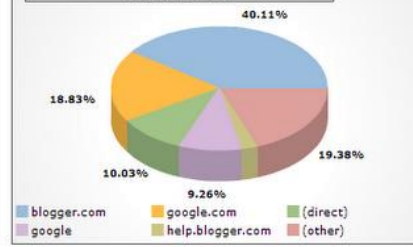
Visits by New and Returning



Geo Map Overlay



Visits by Source



Help Information

Visitor Summary

The four graphics in this report provide a quick snapshot of visits to your site. The following are shown:

- ♦ the total number of visits and page views your site received, the average number of page views per visit (P/V) and the number of visits and page views over time. Averages are calculated over the entire selected date range including dates not yet elapsed when applicable.
- ♦ the number of first-time visits and returning visits
- ♦ the cities from which the most visitors come to your site
- ♦ your top referral sources.

Google Analytics

79

- A mérési eredményekből kiderül
 - ▣ Leglátogatottabb oldalak
 - ▣ Honnan jöttek a látogatók? Direkt címzés, melyik keresőből, melyik oldalról
 - ▣ Mely keresőszavakra találtak az oldalra?
 - ▣ Google AdWords és Analytics együttes használatával mérhető a kampány sikeressége
 - ▣ Trendek
 - ▣ Felhasználói szokások: területi adatok, böngészők típusa, felbontás, stb.

Oldalon belüli elemzés...

80

← → infoera.hu/index.php?menu=76&al=78&file=apps/jelentkezés_ie2010.php

Google Analytics Megjelenítés: Kattintások feladó: Az összes látogatás több mint: 0,00%

2010.10.10. - 2010.11.09. Bezáras

- INFO Éva 2008
- INFO Savaria 2008
- INFODIDACT 2008
- Partnereink
- Vélemények
- Magunkról
- Archívum

es a részvétel díját kérjük átutálni az INFO Éva Alapítvány 10200122-26711047 számlájára, vagy rőzsaszín postautalványon befizetni az alapítvány címére (5601 Békéscsaba, Postafiók 14.). További információit ad e-mailben: Csibor Zoltán, vagy Kovács László.

A **pirossal, illetve csillaggal** jelölt mezők (név, e-mail) kitöltése kötelező!

Név*:

E-mail*:

Beosztás:

Neme: ☒ férfi ☐ nő

Munkahely*:

Irá. szám:

Város*:

Cím:

Telefon:

Számlázási cím: - csak akkor töltsd ki, ha nem egyezik meg a fentivel!

Vevő:

Irá. szám:

Város:

Cím:

Ellátás*: ☒ teljes ellátás (szálloda) 36900,- Ft
☐ teljes ellátás (határon túli résztvevő) 19900,- Ft

Elhelyezésemet egy szobában kérem (kivel):

Egyéb kérés, igény (max. 255 karakter):

Adóaz. jel:*

*** Saját finanszírozás esetén, az adóóvázírás igénybeviteléhez szükséges.

Résztvétel: ☒ résztvevő
☐ előadó
☐ kiállító

Kérjük, hogy ellenőrizze a beírt adatokat, és azt követően a regisztráláshoz kattintson egyet a Jelentkezem gombra.

Jelentkezem*** Törlés

A részvétel lemondása esetén november 15-ig csak a felmerült költségekkel csökkentett összeget tudjuk visszafizetni, ezt követően a felmerült díjat visszafizetni kell.

- Kiállítóknak
- Térkép
- MÁV menetrend

webgazdaság

Legjellemzőbb demográfia

Nyelv **16** hu (100,0%)
Ország/tartomány **16** Hungary (100,0%)

Legjellemzőbb technikai

Képernyőfelbontás **6** 1280x1024 (37,5%)
Operációs rendszer **16** Windows (100,0%)
Böngésző **9** Internet Explorer (56,2%)

Bemenő források

Útvonal	Kattintások	% Kattintások
1 /index.php?menu=76	10	82,50%
2 /index.php?menu=76	3	18,75%
3 /index.php?menu=76	1	6,25%
4 /index.php?menu=76	1	6,25%
5 /index.php?menu=76	1	6,25%

Google Trends

81



www.inf.elte.hu

Search Trends

Tip: Use commas to compare multiple websites.

[Sign in](#) to see and export additional Trend:

[Searches](#)

Websites

All regions

All years

● **elte.hu**



Ranked by: **elte.hu** [Learn more](#)

Regions

1. [Hungary](#)
2. [United States](#)
3. [Romania](#)
4. [Slovakia](#)
5. [India](#)
6. [Germany](#)
7. [United Kingdom](#)

Also visited

1. [oszk.hu](#)
2. [niif.hu](#)
3. [sulinet.hu](#)
4. [kislexikon.hu](#)
5. [u-szeged.hu](#)
6. [lap.hu](#)
7. [sztaki.hu](#)

Also searched for

1. [magyarország térkép](#)
2. [térkép](#)
3. [józsef attila](#)
4. [elte](#)
5. [budapest térkép](#)
6. [karácsony](#)
7. [tv műsor](#)

<http://trends.google.com/websites>

Banner

Leaderboard (728 x 90)

Half Banner (234 x 60)

Full Banner (468 x 60)

Square Button (125 x 125)

Rectangle (180 x 150)

Large Rectangle (336 x 280)

Wide Skyscraper
(160 x 600)

Skyscraper
(120 x 600)

Bannerek – 2.

84

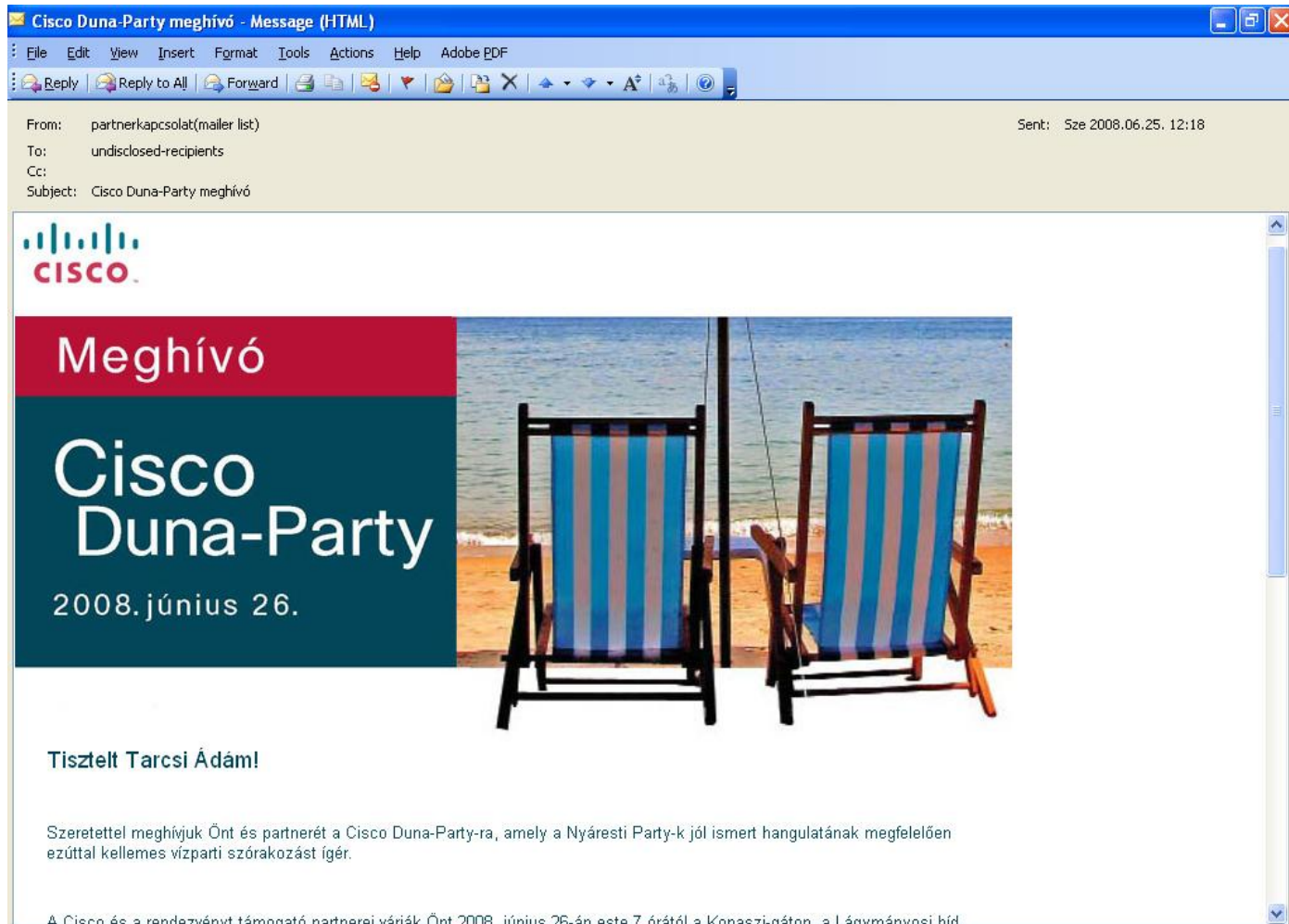
- Flash vagy animált gif, ritkán állókép
- Újabban Flash videó: .flv
- Interaktív animációk
- Fájl méret megkötések

85

Elektronikus Direkt Marketing

EDM – Elektronikus Direkt Marketing

86

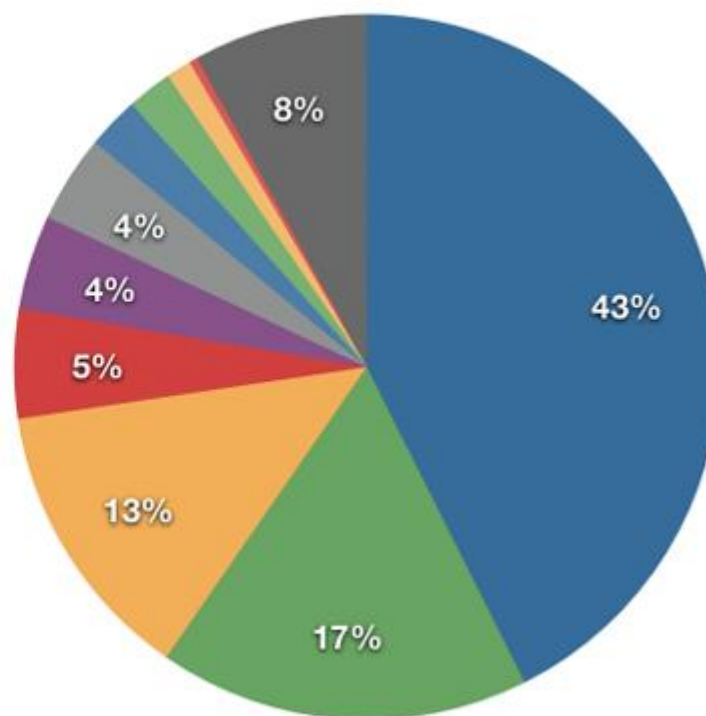


Levelező kliensek

87

Top 10 email clients

Email client	Market share
Outlook	43%
Outlook 2003 and earlier	34%
Outlook 2007	9%
Hotmail	17%
Yahoo! Mail	13%
Gmail	5%
Apple Mail	4%
iPhone	4%
Thunderbird	2.4%
Windows Live Mail (Desktop)	2%
AOL Mail	1.2%
Lotus Notes	0.4%
Others	8%



source: litmusapp.com | february 2010

Forrás: <http://fingerprintapp.com/email-client-stats>

Tartalmi irányelvek

88

- ❑ Legyen personalizált (megszólítás)
- ❑ Egyértelmű linkek legyenek benne (határozott, látható, aláhúzott megjelenéssel), ami kattintható és átvezet az oldalra
- ❑ Fejléc, tárgy is tartalmazza az üzenetet!

Megjelenés és kód

89

- A HTML kód tartalmazzon kódlapot.
- `body` tag-ben háttérszín megadása ajánlatos (ha a felhasználónál nem a fehér az alap)
- Az egész mail egy 100% magas és 100% széles `table` tag-ben legyen
- `href` tag-ek új ablakot nyissanak meg (web-es levelezők miatt is)

Megjelenés és kód (kép)

90

- Képek: jpg, gif formátumban (png nem támogatott a legtöbb helyen)
- Az `<img>` -ként beillesztett képeknél a 'width' és 'height' paraméterek megadása fontos
- Az animált gif sem mindenhol támogatott.
- A teljes forrásanyag, képekkel max. 150 kb legyen

Megjelenés és kód

91

- Maximum 760 pixel széles lehet a levél,
- Legjobb betűtípus: Arial, Tahoma, Verdana, Times New Roman
- Padding, margó, további nem alapvető szöveg és táblázatformázások kerülendők (Lotus, T-online)
- JavaScript, Flash mellőzendő

Megjelenés és kód

92

- DIV-ek kezelése sem egységes helyette a táblázatok használata ajánlott
- "alt" tag-ek a gmail miatt kerülendők

Szövegmentformázások

93

- Sem a külső, sem a beágyazott stíluslapok használata nem ajánlott (class="***" hivatkozás sem)
- Minden elemnél külön formázást kell használni (pl.: `<font style="szöveg ">szöveg</font>`)
- Külső hivatkozások sok levelezőkliens (pl.: gmail esetén) nem működnek.

TÉVHITEK és Tipikus hibák a céges honlapok esetén

Tévhitek

95

- A weboldal befejezhető 2 hét/1 hónap / 1 év / stb. alatt...
 - ▣ egy weblap sosem készül el teljesen
 - ▣ rendszeresen új információkat kell szerepeltetni
 - ▣ nem elégedhetünk meg egy tájékoztató brosúra szerepeltetésével

- A weboldal olcsó
 - ▣ egyes céges az off-line hirdetésekre rengeteg pénzt költenek, de az on-line megjelenésre nem szánnak elég pénzt, sokszor nem bízzák szakemberre

Tipikus hibák Céges honlapoknál

97

- Stratégia nélküli honlap
 - ▣ Miért kell?
 - Hogy nekünk is legyen (ROSSZ megközelítés)
 - ▣ Üzleti célnak kell lennie mögötte (mérhető)
 - Új ügyfelek szerzése
 - Régi vevőkkel folyamatos kapcsolattartás
 - Terméket / szolgáltatást eladni a weblapon
 - ▣ Célközönség?
 - ▣ Fő üzenet?

Tipikus hibák Céges honlapoknál

98

□ Hivatalos honlap

- ▣ Internet kompatibilis szöveg kell (az internet más médium, mint a sajtó)
- ▣ Közérthető, szleng- és szakkifejezés mentes szöveg kell
- ▣ Darabolni kell a szöveget

□ Elektronikus prospektus

- ▣ Brossúra site
- ▣ Nem igazán térnek vissza a látogatók
- ▣ Hiányzó interaktivitás

Tipikus hibák Céges honlapoknál

99

- Arc nélküli cég
 - ▣ Hasznos lenne tudni, kik vannak a honlap mögött (fényképek, bemutatkozás)
 - ▣ Bizalomépítés
- Én Én Én!
 - ▣ Én, mi, termékünk, rólunk, nálunk
 - ▣ Ön, önnek, vevőnk, partnerünk

Tipikus hibák Céges honlapoknál

100

- Hasznos tartalom = 0
 - ▣ A tartalom teheti igazán sikeressé a weblapot
- Túl sok a jóból
 - ▣ Intrók, animáció hegyek, hangos oldalak
 - ▣ Arra a platformra kell tervezni, amely a legelterjedtebb a célközönségben
 - Statisztikákból kiderül
- Labirintus
 - ▣ Kusza navigáció
 - ▣ A látogató fejével kell gondolkodni

Tipikus hibák Céges honlapoknál

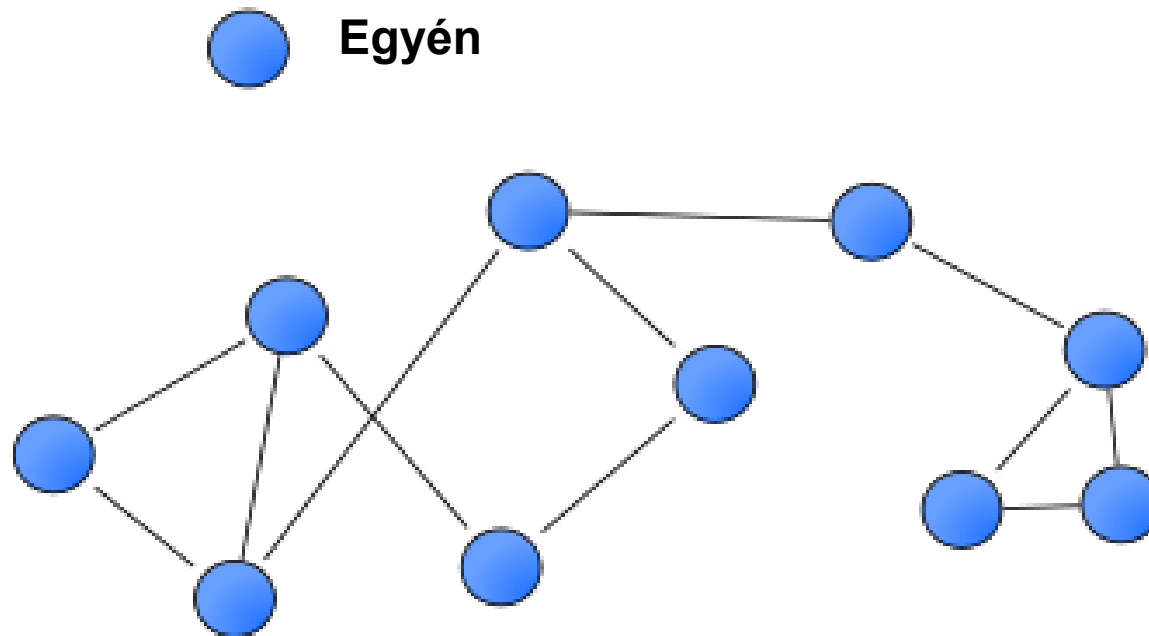
101

- A régi vevőre ki gondol?
 - ▣ Tud reklamálni? Ügyfélszolgálatot elérni? Támogatást kapni?
- Ha kész az oldal, hátradőlhetünk
 - ▣ Nincs marketingterv
 - sokszor a dolgozók névjegykártyáján sem szerepel a honlap címe
 - a www.cegnev.hu konvenció betartása sem megoldás
 - ▣ Eszközök: Banner, linkcsere, keresőre optimalizálás, off-line marketing, direct mail (DM), szórólap, nyereményjáték

Social networking

103

- Egyének és ismerettségi rendszerük
- Iskolában: szociometria, szociogram
- Gráffal, ismertségi térképpel ábrázolható

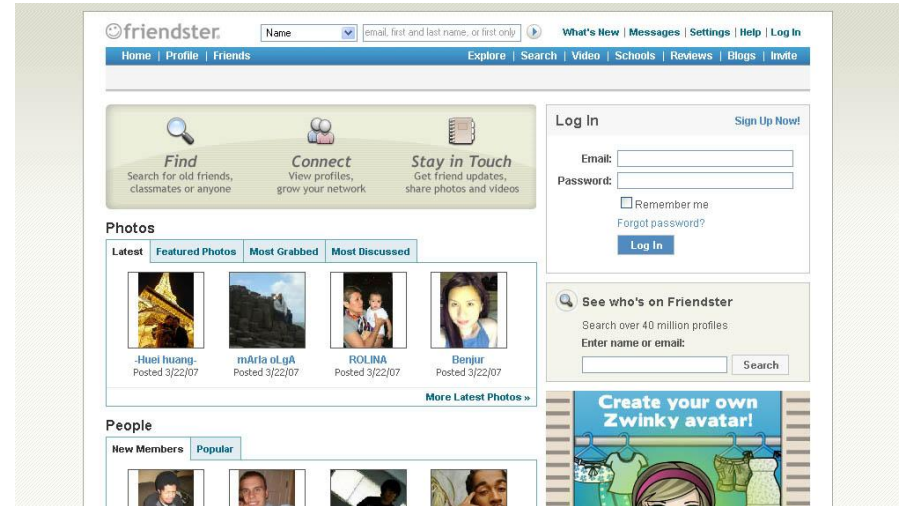
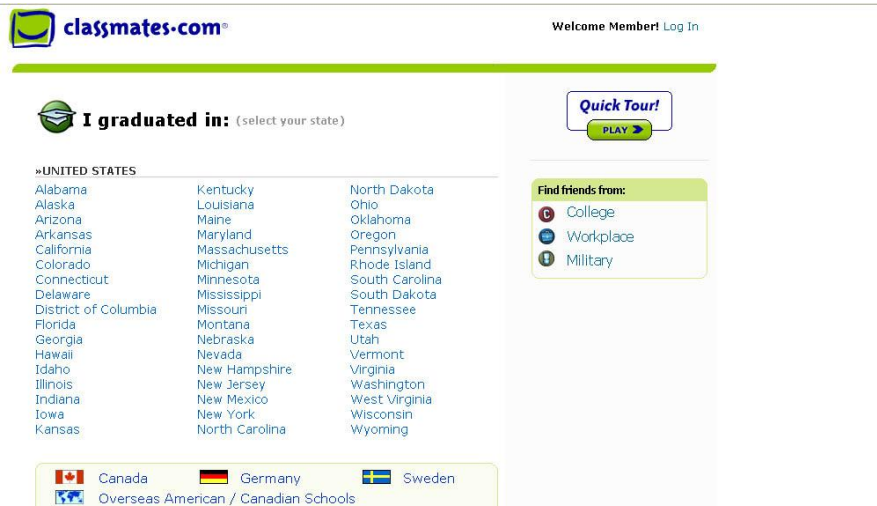


- A hálózat és tagjainak fontosságát határozhatja meg a kapcsolatok száma alapján.
- Szervezeti felépítés vizsgálatára: Meghatározhatja
 - a középpontot,
 - perifériára szorultakat,
 - szerepeket
 - a kommunikációs csatornákat,
 - Jelzi azokat a pontokat, melyeken javítani kell
- Cégek és ügyfeleik, partnereik közötti kapcsolatokat.

Internetes közösségi hálózatok

105

- ❑ 1995: Classmates.com
- ❑ 2001: Friendster
- ❑ 2002: wiw (2005-től: iwiw)
- ❑ 2003: Myspace, LinkedIn
- ❑ 2004: Facebook, Orkut (Google)



Közösségi oldalak, 2009

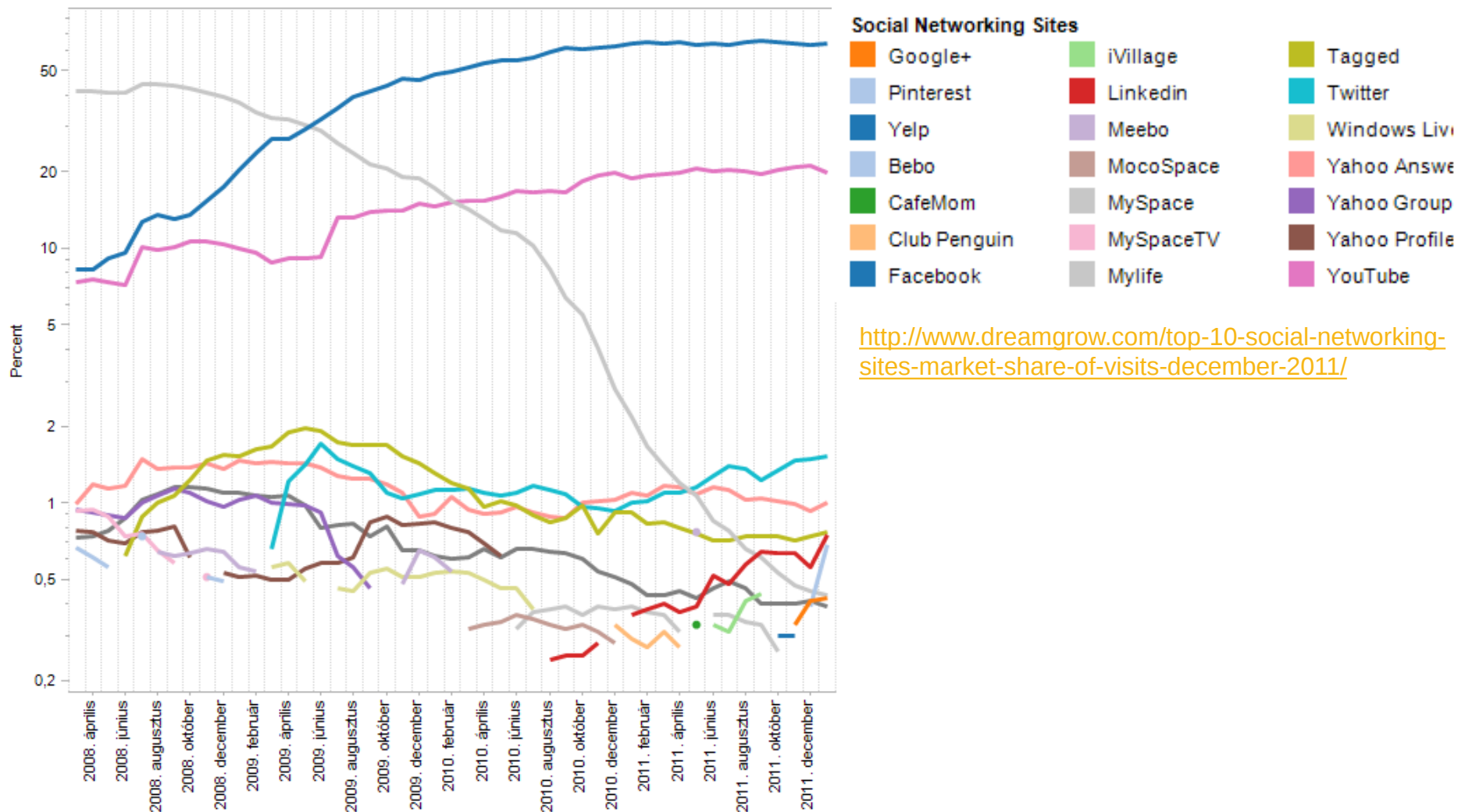
#	Közösségi oldal	Regisztrált felhasználók
1	MySpace	253.145.404
2	Facebook	200.000.000
3	Windows Live Spaces	120.000.000
4	Habbo	117.000.000
6	Hi5	80.000.000
7	Tagged.com	70.000.000
8	Orkut	67.000.000
14	LinkedIn	35.000.000
43	Twitter	6.000.000
51	iWiW	1.700.000

Közösségi oldalak, 2012

#	Közösségi oldal	Regisztrált felhasználók
1	Facebook	845.000.000
2	Qzone	480.000.000
3	Twitter	300.000.000
4	Habbo	200.000.000
6	Badoo	133.000.000
7	Windows Live Spaces	120.000.000
8	LinkedIn	120.000.000
9	Bebo	117.000.000
10	Vkontakte	110.758.500
12	Orkut	100.000.000
12	Google +	100.000.000
12	MySpace	100.000.000
62	iWiW	4.000.000

Top 10 Social Networking Sites and Forums 2008-2012, US

108

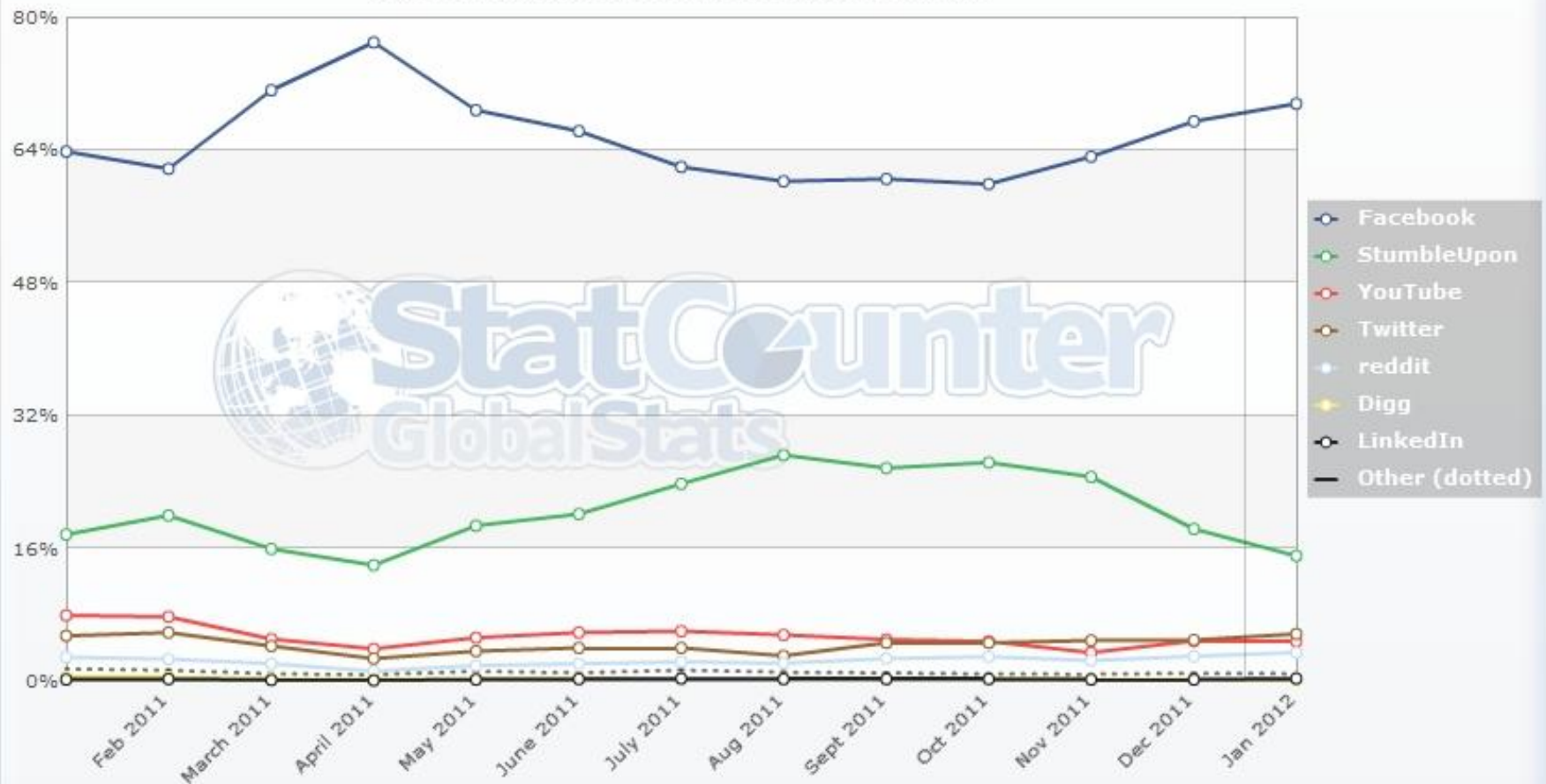


Közösségi média trendek, világ

109

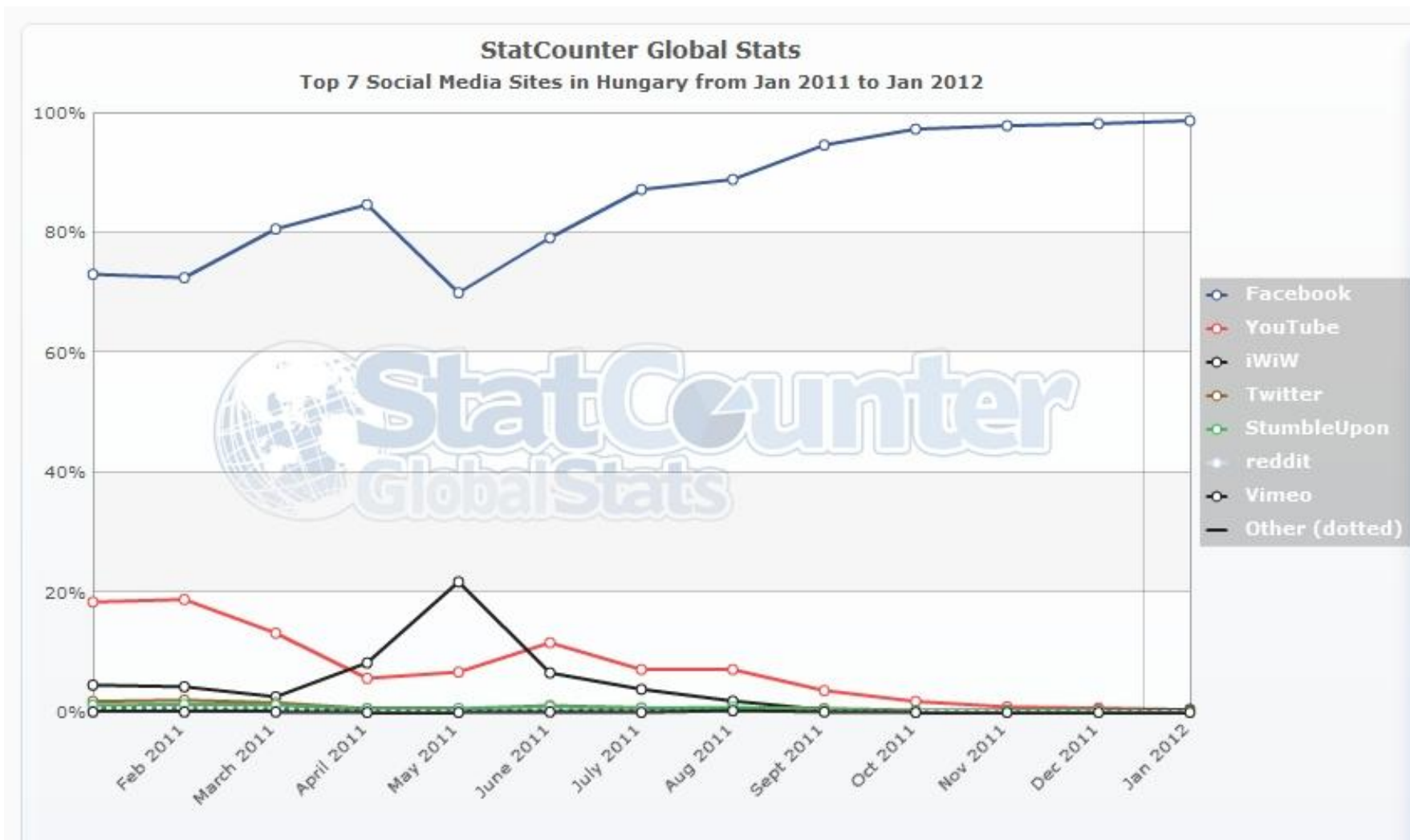
StatCounter Global Stats

Top 7 Social Media Sites from Jan 2011 to Jan 2012



Közösségi média trendek, Magyarország

110



Források, hasznos linkek

111

- ❑ <http://www.google.com/trends>
- ❑ <http://google.com/insights/search/>
- ❑ <http://www.webconfs.com/>
- ❑ <http://www.seotools.hu/>
- ❑ <http://seopen.com/>
- ❑ <http://www.iwebtool.com/>
- ❑ <http://www.smartpagerank.com/>
- ❑ <http://keresomarketing.fpn.hu/>
- ❑ <http://csant.info/lynx.htm>



Webes üzleti modellek

Üzleti modellek

□ Definíció

- Szakirodalomban nincs egységes definíció
- „Csodaszó”
- Az e-business egyik legismertebb, de legkevésbé megértett fogalma
- Magretta szerint az üzleti modell egy történet, mely elmeséli, hogyan működik a vállalat

□ Üzleti modell és stratégia

- Az üzleti modell nem számol a versennyel
- A versenytársakkal való megküzdés a stratégia feladata

Üzleti modellek közös jellemzői

- Bemutatják, hogyan teremt a vállalat értéket a vevő számára, valamint profitot saját maga számára
- A vállalati belső működéssel foglalkoznak
- A vállalati értékláncból indulnak ki, összekapcsolva az értéklánc elemeit egymással
- Mindig egy működési rendszert írnak le, strukturált módon vagy történetként elbeszélve
- A stratégia alapjául szolgálnak

A honlap célja lehet például...

- - A cég üzenetének eljuttatása a célközönséghez
- - Termék / szolgáltatás / tartalom értékesítése
- - Ügyfélszolgálat, vevőtájékoztatás
 - Kapcsolattartás a régi vevőkkel
 - Új ügyfelek szerzése
- - Kapcsolattartás a partnerekkel
- - Látogató szerzés, megtartás, visszatérő közönség kialakítása
- - Online kollaboráció
- → szolgáltatás, tartalom igazodjon a célhoz

Webes modell

- ▣ Nagy célközönség
- ▣ A termék szolgáltatás vagy tartalom
- ▣ Bevételek fajtái:
 - Hirdetési bevételek
 - Jó látogatottság → magas reklámpotenciál
 - Online reklámok erősödése
 - Alacsony elérési költség
 - Tartalomhoz illeszkedő reklám
 - Keresőmarketing erősödése
 - Áruk / szolgáltatások online értékesítése (közvetlenül vagy közvetítőn keresztül)
 - Előfizetői díj
 - Fizetős kiegészítő szolgáltatások, funkciók
 - Tranzakciós díj

1. Hirdetésre épülő modell

- Az oldal / tartalomgazda az oldalán elhelyezett hirdetési lehetőségeket értékesíti.
- Bevétel forrása:
 - Reklámozás
 - Tranzakciós díj / átkattintási (PPC, CPC) díj
- Variációk:
 - Portál: Index, Origo, Yahoo tematikus portálok
 - Apróhirdetés: Craigslist
 - Árösszehasonlítás: árukereső, depo
 - Kontextus- / viselkedésfüggő marketing: Google, Etarget, Facebook
 - Lekérdezés-alapú hirdetés-elhelyezés: Google
 - Banner reklámok és társaik
 - Kereső

2. Internetes piactér - Ügynöki, bróker modell

- Weben keresztüli értékesítés, annak támogatása (B2B, B2C, C2C)

Bevétel forrása:

- tranzakciós,
- megjelenési díj,
- ritkábban reklám

- Variációk:

- Marketplace egy iparágra, széleskörű szolgáltatással: triplanet
- Katalógus, gyűjtőoldalak: arukereso, depo
- Aukció, online árverés: eBay, vatera
- Third-party-payment: PayPal
- Virtuális áruház: Amazon, Bookline
- Keresőrobotok
- Közösségi vásárlás - Groupon-modell: Bonuszbrigád, Kuponvilág
- Online tőzsde
- App Store modell

3. E-kereskedelem

- Áruk és szolgáltatások online értékesítése.
- Bevétel forrása:
 - Áruk és szolgáltatások eladása
- Variációk:
 - Virtuális áruház: Amazon, Bookline
 - Online katalógus-áruház: Otto
 - Hagyományos áruház ötvözése online áruházzal: Libri, G-Roby, Tesco
 - iTunes modell
 - Közvetlenül a gyártótól (termék, szoftver, szolgáltatás, lízing vagy licence): dell.com

4. Partneri (affiliate) modell

□ A hirdető vállalkozás a reklámjait a honlapjukon megjelenítő partnereknek a partnerek honlapjáról érkező vevők vagy látogatók után jellemzően egy előre meghatározott mértékű jutalékot fizet. A hirdető és a felületet biztosító partner között általában nem áll közvetítő.

□ Variációk:

- Banner Exchange
- Jutalék (fix, vagy %)
- Pay-per-click / Pay-per-Lead
- Bevétel megosztás

5. Közösségi modell

- Közösségi modell esetén az értéket és az életképességet a felhasználók lojalitása határozza meg.
- Bevétel forrása:
 - reklám,
 - kapcsolódó termékek, szolgáltatások értékesítése,
 - támogatások
- Variációk:
 - Open source: Linux
 - Open content: Wikipedia
 - Közösségi szolgáltatások: Facebook, Flickr, iwiw, Twitter
 - kontextus-alapú és
 - prémium-szolgáltatásokkal kiegészítve

6. Használat alapú fizetési megoldás

- Az alkalmazás vagy annak egyes funkciójáért fizet annak használója.
- - Alkalmazás szolgáltatás - Software-as-a-service (SaaS) → cloud
- Internet-infrastruktúra - Infrastructure-as-a-Service (IaaS): erőforrás igénybevétele, bérlete → cloud

7. Internetes ellátási lánc

- E-beszerezés gyakran ERP integrációval: internetes ajánlás-kérés, rendelés (akár automatikusan is).

8. Információ közvetítő modell

- A felhasználókról, szokásaikról összegyűjtött információk értékesek. Felhasználóink elemzését, analizálását követően egyrészt célzott marketing kampányok folytathatóak, másrészt segítenek megismerni egy adott piacot.
- Variációk:
 - Hirdetési hálózatok: Google, Etarget, Facebook
 - Látogatottság mérési szolgáltatások: Nielsen/Netratings, webaudit
 - Big data: CRM rendszerek, stb.

9. Előfizetési modell

- Információ és szórakoztatótartalom szolgáltató oldalak.
- Variációk:
 - Prémium tartalmak
 - Előfizetős üzleti modell: New York Times
 - Tartalom szolgáltatások: Netflix

Site- vagy alkalmazási típusok szerint

Internetes piactér	Internetes portál	E-kereskedelem	Ellátási lánc integrálás	Internet, mint közmű
Internetes áruház	Tartalom-szolgáltató	Webshop (kereskedői)	E-beszerzés	Software-as-a-Service
Közösségi vásárlás	Ár-összehasonlító	Közvetlenül a gyártótól	Ellátási-lánc integrálás	Internet infrastruktúra
Online árverés	Közösségi	B2B e-bolt		
Katalógus	Információ-közvetítő			