

SUSE projekt

4-es modul – Digitális Marketing és Közösségi Média

RÖVIDEN A SUSE PROJEKTRŐL

A SUSE program, célja javítani a fiatalok munkavállalási képességét, lehetőséget nyújtani nekik, hogy megismerkedjenek a társadalmi vállalkozással, hogy önálló vállalkozóként tevékenykedjenek, és ezzel párhuzamosan a társadalom környezeti problémáin dolgozzanak. Ez a helyi megközelítés arra ösztönzi a fiatalokat, hogy a közösség aktív állampolgárává váljanak.

Célok:

- a társadalmi vállalkozás, mint jövőbeli (ön)foglalkoztatási lehetőség tudatosítása a fiatalok körében, valamint a munkavállalási képesség növelése rövid és hosszú távon.
- a fiatalok vállalkozói készségeinek fejlesztése, a vállalkozói lehetőségek bővítése érdekében, valamint a fiatalok esélyének növelés, hogy társadalmi vállalkozóként tevékenykedjenek.
- az ifjúsági munkanélküliség elleni küzdelem egész Európában
- a fiatalok mozgósítása azáltal, hogy bevonjuk őket a helyi közösségben felmerülő társadalmi problémák megoldásának keresésébe, a fenntarthatóságra összpontosítva.
- az ifjúsággal foglalkozó szakemberek ösztönzése arra, hogy irányítsák és támogassák a fiatalokat abban, hogy aktív szerepet vállaljanak a társadalomban
- felhívni a figyelmet arra, hogy a fiatalokat társadalmi vállalkozói szerepvállalásra kell ösztönözni.
- közelebb hozni az üzleti életet a fiatalokhoz, a fiatalok és a vállalkozók összekapcsolása révén.

Powered by:



SUSE MODULOK

Fiatal Társadalmi Vállalkozók

01

A Fenntartható Fejlődési Célok (FFC) általános bemutatója

02

Canvas Társadalmi Vállalkozói Model és Árazás

03

Hálózatépítés és Kommunikáció

04

Digitális Marketing és Közösségi Média

SUSE ÚTMUTATÓK

Fiatal Társadalmi Vállalkozók

- 01 Útmutató az üzleti szféra környezetet károsító hatásának megértéséhez
- 02 Útmutató a nemek közötti egyenlőség megértéséhez a munkahelyen
- 03 Digitális vállalkozás a 4.0 és 5.0 Ipar korában

BEVEZETŐ

Nézd meg a SUSE képzési anyag 4. moduljáról szóló ismertető videót:

https://www.youtube.com/watch?v=8Q_nC8nZcew&list=PLcG96fou9uglcS3ZYVFc5SNQNJo3JhlfH&index=4

A mai üzleti életben a digitális marketing és a közösségi média nélkülözhetetlen. A milliárdnyi aktív felhasználó páratlan lehetőséget kínál a márka növekedésére. A tartalomkészítéstől az adat alapú ismeretekig, ezen eszközök használatának az elsajátítása kulcsfontosságú a versenyképesség megőrzéséhez.

CÉLOK

- A digitális marketing jelentősége a szociális szektorban: a digitális marketing alapjainak bemutatása és jelentősége a társadalmi vállalkozásban.
- A közösségi média felhasználása egy jó társadalmi cél érdekében: megtanítja, hogyan lehet hatékonyan használni a közösségi médiaplatformokat a társadalmi ügyek és vállalkozások népszerűsítésére.



VÁRHATÓ TANULÁSI EREDMÉNYEK

A modul végére a fiatalok képesek lesznek:

- felismerni a digitális marketing fontosságát és hatását a társadalmi ügyek és vállalkozások népszerűsítésében.
- felismerni, hogy a digitális marketing milyen módon járulhat hozzá a társadalmi és fenntartható célok eléréséhez.
- megérteni a különböző közösségi médiaplatformok jellemzőit, erősségeit és a közönség demográfiai jellemzőit.
- felmérni, hogy mely platformok a legmegfelelőbbek a különböző típusú társadalmi vállalkozói üzenetek és kampányok számára.
- megfelelő és meggyőző tartalmakat gyártani - szöveget, képeket és videókat - különböző közösségi média
 - megérteni a hatékony történetmesélés és üzenetkészítés alapjait a társadalmi vállalkozásokra vonatkozóan
 - megtervezni és kivitelezni alapvető közösségi média marketing kampányokat
 - megérteni a hashtagek, kulcsszavak és célzott tartalmak használatát a jobb láthatóság és elköteleződés érdekében.
 - tudni fogják, hogy milyen Kulcsfontosságú Teljesítménymutatókat (KPI-eket) lehet gyűjteni és elemezni a közösségi média hatékonyságának mérésére.
 - tudni fogják, hogy az elemzésekből származó meglátásokat miként használhatják fel a közösségi médiastratégiák finomítására és fejlesztésére.

VÁRHATÓ TANULÁSI EREDMÉNYEK

- Felismerni a digitális marketing etikai vonatkozásait, különösen a társadalmi vállalkozásra vonatkozóan.
- Tiszteletudó, valós és társadalmilag felelős digitális tartalmakat és kampányokat létrehozni.
- Készíteni egy egyszerű digitális marketingtervet egy társadalmi vállalkozói ötletre
- Megérteni egy marketingterv összetevőit, így a célkitűzéseket, a célközönséget, a platformokat, a tartalmi stratégiát és a költségvetési megfontolásokat.



01

A Digitális Marketing szerepe a társadalmi vállalkozásban

Miért fontos a digitális marketing egy (leendő) társadalmi vállalkozó számára?

MI A DIGITÁLIS MARKETING?



A digitális marketing
lényegében a marketing
minden olyan formája, amely
online történik.

Ez egy olyan kommunikációs
mód, amellyel a vállalkozások
az interneten és a digitális
eszközökön keresztül
kommunikálnak a
célcsoportjukkal.

Például:

- Közösségi média
- Email
- Keresőmotorok
- Weboldalak
- Egyéb digitális csatornák, amelyeken keresztül
kapcsolatba léphet a potenciális ügyfelekkel vagy
támogatókkal.

A szociális vállalkozások digitális színtere

A társadalmi vállalkozók számára a digitális környezet egy olyan platform, amelyen megoszthatják küldetésüket, közösségeket építhetnek és változásokat idézhetnek elő.

A cél hatást gyakorolni.



A digitális marketing lehetővé teszi, hogy elmesélje a vállalkozás történetét, felhívja a figyelmet a vállalkozás által kezelt problémákra, és támogatást szerezzen a világ minden sarkából.

Kapcsolódás a hasonló gondolkodásúakhoz

A digitális marketing szépsége a kapcsolatteremtés képességében rejlik. Segít megtalálni a hasonlóan gondolkodó egyéneket, akik osztoznak a változás iránti szenvedélyükben, és kapcsolatba lépni velük. Ők nem csak a közönséged, hanem a szövetségeseid is lesznek a társadalmi változások előmozdításában.

Hogyan? Pl. egy gondolatébresztő poszttal az Instagramon, egy inspiráló e-mail hírlevéllel vagy egy lenyűgöző bloggal a weboldaladon stb.

Az eredmény láthatósága

A digitális marketing megoldást kínál a kézzelfogható eredmények bemutatására rendszeres kiközölt friss hírek, eredményjelentések és történetmesélés révén.

Ez az átláthatóság bizalmat épít, és további elköteleződésre és támogatásra ösztönöz.



Hatékonyság és elérés

A digitális marketing költséghatékony és megfizethetetlen hatással bír.

Megfelelő marketing stratégiával jelentős költségvetés nélkül is kapcsolatba léphet az emberekkel szerte a világon, terjesztheti üzeneteit, és támogatást szerezhet.

DIGITÁLIS MARKETING ESZKÖZTÁR

- **KÖZÖSSÉGI MÉDIA:** Megoszthatod sikereidet, tanulhatsz másoktól és kapcsolatba léphetsz támogatóiddal.
- **TARTALOM MARKETING:** Blogok, videók, podcastok. Ezen keresztül tájékozatsz, inspirálsz és cselekvésre szólíthatsz fel.
- **E-MAIL MARKETING:** A mélyrehatóbb kapcsolatok érdekében az e-mail a legjobb barátod. Oszd meg a friss híreket, meglátásokat és exkluzív ajánlatokat.
- **SEO ÉS SEM:** Fontos, hogy a célközönséged könnyen rád találjon. A keresőmotor-optimalizálás és a marketing biztosítja, hogy üzeneteid eljusson azokhoz, akik keresik a szolgáltatásaidat.
- **ANALITIKA:** A tudás hatalom. Fontos a digitális erőfeszítéseid eredményeinek megértése, ami segít a marketing stratégia finomításában és a profit maximalizálásában.



02

Alap digitális marketingstratégia készítés

Hogyan készíts működőképes digitális marketingtervet?

A digitális marketingterv alapja

1. Határozd meg társadalmi vállalkozásod küldetését és céljait - Milyen változást szeretnél elérni a világban?
2. Ismerd meg a célközönségedet - Kit akarsz elérni? Azonosítsd az igényeiket, a kihívásaikat és azt, hogy hol töltik az idejüket online.
3. Okosan válaszd ki a csatornákat - Végezz egy kis kutatást, és derítsd ki, hogy a célcsoportod milyen platformokon aktív.
4. Állítsd fel a tartalmi stratégiádat és dolgozz ki alapvető üzeneteket - Adj struktúrát és irányt a marketing tevékenységednek.
5. Tervezd meg a tartalmaidat - ismertető vagy inspiráló tartalmak.
6. Határozd meg a költségvetést - Gondold át, milyen erőforrásokkal rendelkezel, és milyen erőforrásokra van szükséged a terved végrehajtásához.
7. Készíts felméréseket és alkalmazkodj az eredmények függvényében - Az elemzésekből nyert információk segítségével tökéletesítsd a stratégiádat, kísérletezz új taktikákkal, és folyamatosan javítsd a hatékonyságodat.

TARTALOM STRATÉGIA



A tartalmi stratégiával:

- Ismeretet szeretnél átadni, olyan információt amire a poteniciális vásárló is kíváncsi lehet.
- Szórakoztatni szeretnéd az olvasót. Mit szeret az ideális vásárló?
- Segíteni akarsz. Mi segítene az ideális ügyfelednek?
- Inspirálni akarsz. Használg inspiráló idézeteket, amelyek cselekvésre készítetik a vásárlót vagy mosolyt csálnak az arcukra.
- Tájékoztatni akarod az olvasót.

Fogalmazz világos, meggyőző üzeneteket, amelyek közlik a küldetésedet, a problémát, amellyel foglalkozol, és azt, hogy az emberek hogyan tudnak segíteni. Üzenetednek érzelmileg kell hatnia a közönségedre, és cselekvésre kell ösztönöznie őket.

03

Ismerj meg a különböző közösségi média platformokat

Melyek az egyes közösségi médiaplatformok erősségei és gyengeségei?



sustainable young
entrepreneurs



Facebook

ERŐSSÉGEK

- legnagyobb felhasználói bázis
- sokszínű demográfia
- kiválóan alkalmas közösségépítésre
- csoportokon és oldalakon keresztül történő bevonás

GYENGESÉGEK

- nagy a versenyhelyzet
- hanyatló organikus elérés
- kevesebb a fiatalabb korosztály a felhasználók között

LEHETŐSÉGEK

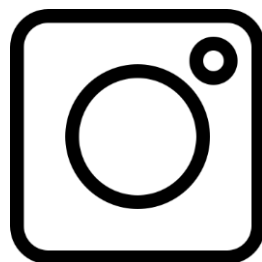
- Facebook Marketplace a termékértékesítéshez
- Facebook Live lehetőség az élő bejelentkezés
- Keresztpromóciós lehetőségek az Instagrammal

VESZÉLYEK

- az algoritmusok változása csökkentheti a láthatóságot
 - potenciális negatív visszajelzések vagy megjegyzések
- aggályok a felhasználók adatvédelmi biztonságával kapcsolatban



sustainable young
entrepreneurs



Instagram

ERŐSSÉGEK

- rendkívül vizuális platform
 - erős elkötelezettségi arányok
 - népszerű a fiatalok körében
- nagyszerű az influencer együttműködésekhez

GYENGESÉGEK

- színvonalas képi megjelenítést igényel
- időigényes lehet
- az algoritmus kiszámíthatatlan lehet

LEHETŐSÉGEK

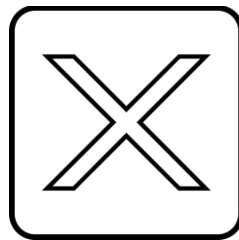
- változatos tartalomtípusok
 - vásárlási funkciók
 - a felhasználók bevonására szolgáló szavazások és kérdésmatricák

VESZÉLYEK

- intenzív verseny
- a platform növekedésével csökkenhet a láthatóság



sustainable young
entrepreneurs



ERŐSSÉGEK

- valós idejű kommunikáció
- hatékony a követőkkel való közvetlen kapcsolattartásra
- nagyszerű a gyors frissítések megosztásához

GYENGESÉGEK

- korlátozott karakterszám
 - a tweetek gyorsan eltűnnek
- nehéz kitűnni a tömegből

LEHETŐSÉGEK

- chats to engage industry-specific conversations
- use of hashtags to increase visibility
- ads for targeted campaigns

VESZÉLYEK

- potenciális PR
- problémák, negatív visszajelzések kezelése kihívást jelenthet





LinkedIn

ERŐSSÉGEK

- szakmai hálózat
- ideális platform B2B marketinghez
- magas minőségű tartalom
 - kapcsolatépítési lehetőségek

GYENGESÉGEK

- kevésbé alkalmi
- lassúbb sebességű interakciók

LEHETŐSÉGEK

- cikkek a mélyreható tartalom megosztásához
 - csoportok a hálózatépítéshez
- hirdetések a célzott szakmai közönség számára

VESZÉLYEK

- csak a szakmai közönség korlátozott elérése
- a tartalomnak nagyon kifinomultnak és professzionálisnak kell lennie
 - alacsonyabb tartalomfogyasztási arány



sustainable young
entrepreneurs



TikTok

ERŐSSÉGEK

- gyorsan növekvő platform
növekvő számú
követőkkel
- kreatív tartalom a
trendekre és a
láthatóságra
összpontosítva

GYENGESÉGEK

- a demográfiai eloszlás
nem minden
vállalkozásnak felel meg.
- a tartalom létrehozása
időigényes lehet
 - a platform jövője
bizonytalan

LEHETŐSÉGEK

- vizuális kihívások
- felhasználó által generált
tartalom
- innovatív megjelenési
formátumok

VESZÉLYEK

- negatív megjegyzések
helyszíne lehet
- verseny a virtuális
tartalmak készítőivel



sustainable young
entrepreneurs



ERŐSSÉGEK

- a legnagyobb videoplatform széles demográfiai körrel
- kiváló hosszú formátumú tartalmakhoz
- lehetőség örökérvényű és kereshető tartalmak tárolására

GYENGESÉGEK

- jelentős időbefektetést igényel a jó minőségű videók előállítása
- erős verseny a már befutott alkotókkal

LEHETŐSÉGEK

- YouTube hirdetések célzott reklámozáshoz
 - YouTube Live az élő bejelentkezésekhez
- partnerségek más alkotókkal a nagyobb elérés érdekében

VESZÉLYEK

- az algoritmus módosítása korlátozhatja a láthatóságot
- a YouTube csatorna kezelése erőforrás igényes lehet
 - lehetséges szerzői jogi problémák a videótartalmakkal kapcsolatban

04 Vonzó digitális tartalmak készítése

Hogyan hozzunk létre olyan tartalmakat, amelyek "kevésbé eladhatóak"?

TARTALOMMARKETING

A tartalommarketing sokkal hatékonyabb, mert:

- Személyes: a saját történeted
- Hiteles: Miben különbözöl másoktól?
- Megbízható: megfelelő szaktudás

Egy vonzó digitális tartalom létrehozásához a következő elemek szükségesek:

- felmérések
- háttérinformációk
- válasz a gyakori kérdésekre
- hírek a vállalkozásról
- hírek a szakmai szférából
- blogok
- Infografikák
- történetek kudarcokról
- fotók
- konkrét tevékenységek
- bővebb információk a termékről/szolgáltatásról
- emlékek

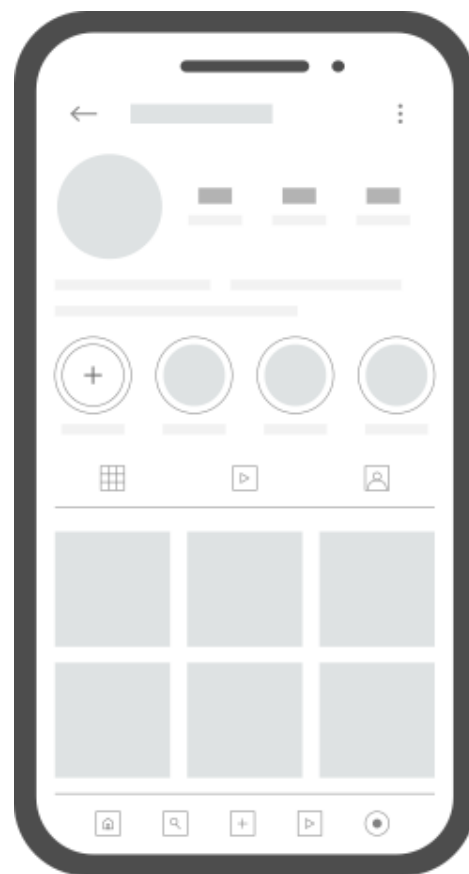
JÓ TUDNI

- használj rövid üzeneteket és vizuális elemeket
- szólítsd fel a célközönséged cselekvésre
- használj hashtageket - a hashtagek növelik a láthatóságot. Használj olyan releváns hashtageket, amelyek kapcsolódnak az iparágadhoz, a tartalmadhoz és a közönségedhez.
- használj kulcsszavakat - a kulcsszavak azok a kifejezések, amelyeket a célközönséged használ, amikor a vállalkozási területéhez kapcsolódó tartalmakra keres. Használd őket a tartalom címeiben, leírásaiban és a törzsszövegben

05 Alap közösségi média stratégiák alkalmazása

Hogyan alkalmazzak alap közösségi média
stratégiákat a vállalkozásomban?

1. JELENLÉT A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN



- Biztosítsa, márkája jelenlétét a kiválasztott közösségi médiaplatformokon.
- Profil optimalizálás: Profiljainak testreszabása kiváló minőségű képekkel, meggyőző életrajzokkal és a weboldalára vezető linkkel.
- Legyen következetes a vizuális megjelenítés és az üzenetküldés minden platformon.
- Saját fotókat használjon stockfotók helyett.

2. TARTALOMNAPTÁR HASZNÁLATA

A tervezés nagyon fontos. A tartalomnaptár segít a tartalmak hatékony szervezésében és ütemezésében, így biztosítva a vonzó posztok folyamatos áramlását.

Változatos tartalom: olyan tartalomtípusokat használj, amelyek a közönséged érdeklődési körét és igényeit szolgálják.

Időszerű és releváns: a használt tartalmak időszerűek legyenek, igazodjanak a szezonális ünnepekhez, eseményekhez vagy a vállalkozás területének releváns eseményeihez.

Month				Year		
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun

3. HITELESSÉG IRÁNTI ELKÖTELEZŐDÉS

Az elkötelezettség kétirányú utca. A közösségi médián való aktív részvétel segíti a közösség építését és a kapcsolatok ápolását.

- Gyors válasz: figyeld rendszeresen a közösségi média csatornáidat, és válaszolj a megjegyzésekre, üzenetekre és említésekre. Ez azt mutatja a követőknek, hogy értékeled a hozzászólásaikat és az elkötelezettségüket.
- Felhasználók által generált tartalom: bátorítsd és oszd meg a követőid által készített, a márkáddal kapcsolatos tartalmakat. Ez erősíti a bizalmat és a közösségi hovatartozás érzését.



4. A SIKER KÖVETÉSE ÉS MÉRÉSE



A stratégiák hatásának megértéséhez elengedhetetlen a teljesítmény nyomon követése. Ezek az adatok segítenek a döntésekben és jelzik, a stratégia módosításának szükségét.

Főbb mutatók: Koncentrálj a céljaidra vonatkozó mutatókra. (Pl. elkötelezettségi arányok, követők számának növekedése, közösségi médiából érkező webhelyforgalom és konverziós arányok.

Analitikai eszközök: Használd a platformspecifikus elemzőeszközöket vagy más, harmadik féltől származó alkalmazásokat, a teljesítmény méréséhez és elemzéséhez.

5. ISMÉTLÉS ÉS OPTIMALIZÁLÁS



A digitális környezet folyamatosan fejlődik, és így a stratégiának is változnia kell. Folyamatosan javítsd és optimalizáld a stratégiádat az analitikából nyert információk segítségével.

- Kísérletezés: Ne félj kipróbálni új tartalomtípusokat, posztolási időpontokat és elérési taktikákat. A fejlődés kulcsa, hogy megtudd, mi az, ami a legjobban reagál a közönséged.
- Visszajelzési folyamat: mindig vedd figyelembe a célközönségedtől és a csapatódtól érkező visszajelzéseket. Ez elengedhetetlen a folyamatos fejlődéshez és annak biztosításához, hogy stratégia összhangban maradjon a közösség igényeivel.

FONTOS!



- Minden posztolt tartalom lehetőség arra, hogy a közönséged a kívánt cselekvés felé tereld. Az egyértelmű és meggyőző cselekvésre való felhívások (CTA) a legjobb módszerek arra, hogy az elkötelezettséget valódi eredményekké alakítsák át.
- A digitális marketing stratégia nem egy "csináld meg és felejtse el" terv. Ennek a stratégiának a megvalósításával nem csak üzeneteket közvetítesz a digitális éterbe.

06

Közösségi média elemzések

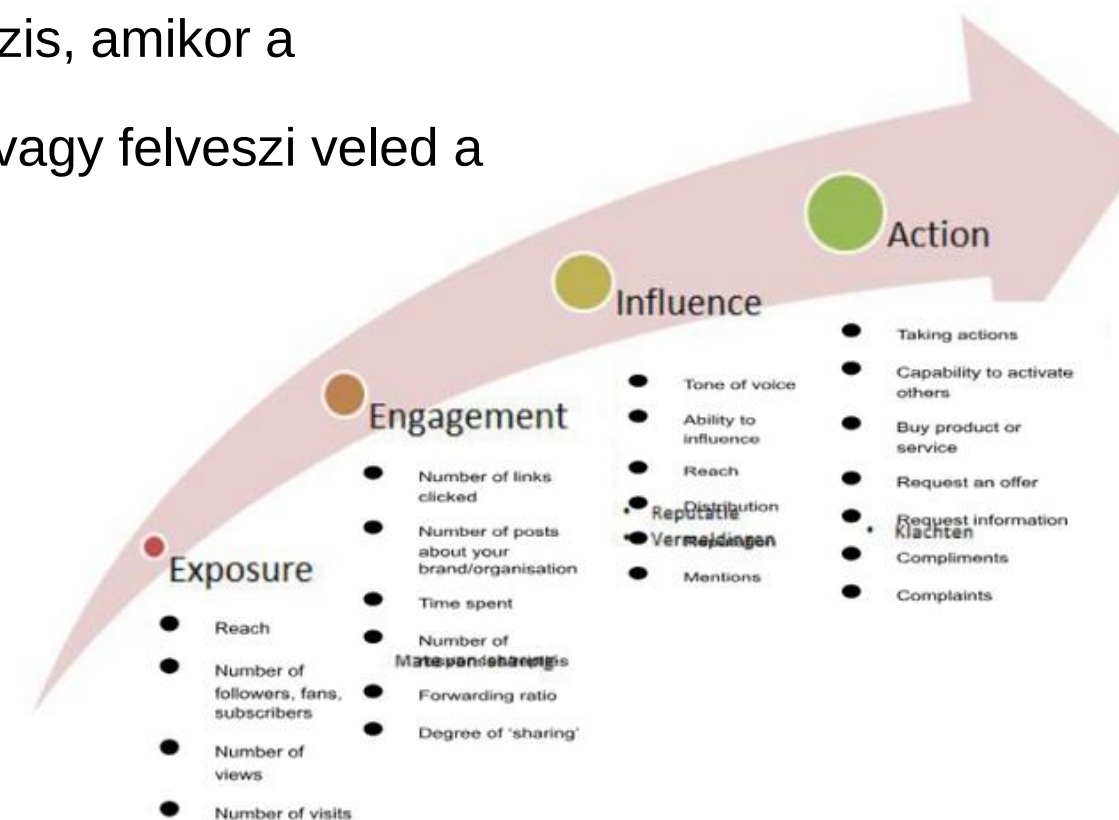
Hogyan tudod meghatározni a közösségi média befektetésarányos megtérülését (ROI – Return On Investment) ?

Négy szakaszos model

Az elemzés **méréssel** kezdődik, a közösségi média eredményeinek a mérésével a kampányok és üzenetek szintjén. Az üzenetek, státuszok, frissítések, fotók, videók és egyéb tartalmak összehasonlíthatók egymással.

Sok szervezet már túl van az **expoziációs fázison** (azaz a megtekintések száma márkaépítést biztosít, de ez nem mindig elég).

Az igazi befektetésarányos megtérülés a **cselekvési fázisban** rejlik. Ez az a fázis, amikor a célközönségből valaki megvásárolja a terméket, igénybe veszi a szolgáltatást, vagy felveszi veled a kapcsolatot stb.



07 Etikai szempontok a digitális marketingben

Hogyan maradjak etikus a digitális marketingtevékenységem során?

Erkölcsi tisztaság



Az erkölcsi integritás fenntartása fontosabb, mint valaha. Társadalmi vállalkozóként a küldetésed nem csupán egy termék vagy szolgáltatás eladása, hanem a pozitív változás előmozdítása. Ezáltal a digitális marketinggel kapcsolatos etikai megfontolások nem csupán jogi, hanem erkölcsi kötelességgé is válnak.

Átláthatóság: a bizalom alapja



- **Őszinte reklám:** Győződj meg róla, hogy minden digitális marketinganyag jól láthatóan fel van címkézve és igazat mond. A közönség félrevezetése, még ha akaratlanul is, árthat a hírnevének és a bizalomnak.
- **Adatvédelem és titoktartás:** A lehető legnagyobb gondossággal kezeld a célközönséged adatait, és tartsd be az adatvédelmi törvényeket, például a GDPR-t. Legyen átlátható, hogyan gyűjtöd, használod és véded a személyes adatokat.

Befogadás: a körülöttünk lévő világ figyelembevétele

- **Sokszínűség:** A marketingnek tükröznie kell a vállalkozásod célközönségének sokszínűségét. A vizuális megjelenítésben és az üzenetekben vedd figyelembe az életkort, a nemet, a fajt, a vallást és egyéb szempontokat.
- **Hozzáférhetőség:** A digitális tartalom mindenki számára hozzáférhető kell legyen, beleértve a fogyatékkal élőket is. Használj alt szöveget a képekhez, adj feliratot a videókhoz, és gondoskodj arról, hogy a weboldalad és a közösségi média tartalma a képernyőolvasók számára is navigálható legyen.



Eredetiség: maradj hű az elveidhez

- **Őszinte elkötelezettség:** Valódi beszélgetések ösztönzése és közösségépítés a közös értékek mentén, ahelyett, hogy csak a üzletre koncentrálnánk. Használd a platformodat a problémák kiemelésére, a sikerek megosztására és a kudarcok elismerésére.
- **Értékorientált partnerségek:** Kapcsolódj olyan partnerekhez, befolyásos szereplőkhöz és más szervezetekhez, amelyek osztoznak a szociális jó iránti elkötelezettségében. A nem megfelelő partneri kapcsolatok meggyengíthetik az üzenetet és elidegeníthetik a közösséget.



Felelősségvállalás: a végeredményen túl

- **Hatásos üzenetek:** legyen elsődleges szempont a marketingkampányok szélesebb körű hatása. Kerüld a társadalmi kérdések profitorientáltságát, és gondoskodj arról, hogy kampányaid pozitívan hatnak a társadalmi problémát felőlelő kérdésekre.
- **Fenntartható gyakorlatok:** Törekedj a fenntarthatóságra a digitális marketingtevékenységeid során. Ez magában foglalja a kampányok környezeti hatásainak mérlegelését, és lehetőség szerint a digitális marketinganyagok előnyben részesítését a nyomtatott marketinganyagokkal szemben.



Erkölcshi döntéshozatal

- **Egyértelmű irányelvek meghatározása:** A marketingtevékenységeket szabályozó etikai irányelvek kidolgozása és betartása. Ezeknek összhangban kell lenni a társadalmi vállalkozás küldetésével és értékeivel.
- **Folyamatos tanulás:** Folyamatosan tájékozódj a digitális marketing erkölcsi szabályairól. A digitális környezet folyamatosan fejlődik, így az etikai szempontok is.
- **Nyílt párbeszéd:** Bátorítsd az etikáról szóló nyílt párbeszédet a csapatodon belül. Mindenkinek éreznie kell, hogy joga van hangot adni a véleményének. Ha egyedül dolgozol, hasznos lehet ha időnként kikéred a családod, a barátaid vagy szakemberek véleményét.



Etikus marketing, mint versenyelőny

- Az etikus digitális marketing nem csupán a szabályok betartásának kérdése - ez a márkaidentitás alapvető része. Az átláthatóság, a befogadás, a hitelesség és a felelősségvállalás előtérbe helyezésével nemcsak a hírnevet véded, hanem közönséged bizalmát és hűségét is megerősíted. Ez a bizalom felbecsülhetetlen értékű. A célközönséget az ügy lelkes támogatójává teszi.
- Az etikus marketing nemcsak a jogszabályok betartásáról szól, hanem arról is, hogy helyesen cselekedjünk, hogy példát mutassunk, és mércét állítsunk fel arra vonatkozóan, hogy mit jelent céltudatos marketinget folytatni.



04 A 4-es modul végéhez értél!

Itt az idő az önértékelésre és a gyakorlatra.

Saját digitális marketingterv készítése

Itt az alkalom, hogy gyakorlatba ültessed a tanultakat.



1. Feladat

A következő néhány dián olyan útmutató kérdéseket találsz, amelyek segítenek elindulni a saját digitális marketingterved elkészítésében.



Saját digitális marketingterv készítése

1. Feladat

A vállalkozás küldetése és céljai

Írd le vállalkozásod általános küldetését, mit szeretnél elérni.

A küldetésnyilatkozat rövid betekintést nyújt a társadalmi vállalkozás belső működésébe és célkitűzéseibe.

Ilyennek kell lennie:

- rövid
- specifikus
- mérhető
- SMART (specifikus, mérhető, elérhető, releváns és időhöz kötött).

A küldetésnyilatkozatnak a következőket kell tartalmaznia:

- Mit fogsz tenni?
- Ki fogja elvégezni?
- Hogyan fogod elérni?

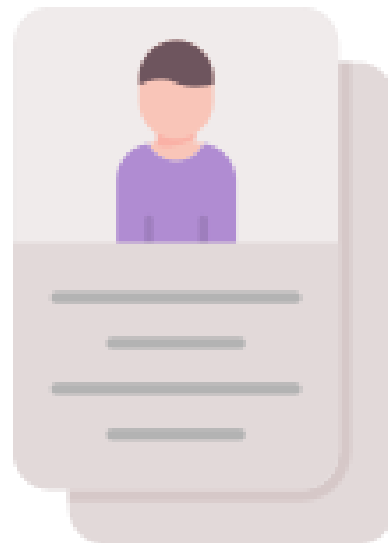
Saját digitális marketingterv készítése

1. Feladat

Célközönség

Kit próbálsz elérni? Határozd meg az igényeiket és azt, hogy hol töltik az idejüket online.

A célközönség megismerésével, testre szabhatod a vállalkozásod üzeneteit és stratégiáit.



Töltsd ki az alábbi táblázatot

CÉLKÖZÖNSÉG	SZÜKSÉGLETEK /KIHÍVÁSOK	MILYEN ONLINE FELÜLETEN VANNAK JELEN?

Saját digitális marketingterv készítése

1. Feladat

Choose your channels

Based on your audience identification, but also on the SWOT analysis of the platforms, **decide which channels do you want to use.**

Note: Quality is better than quantity

Fill in the following table

CHOSEN CHANNEL	WHY?

Saját digitális marketingterv készítése

Határozd meg a tartalmi stratégiát és fogalmazd meg az alapvető üzeneteket

A tartalmi stratégia következő szempontokra épül:

- Mit szeretne megtudni az vállalkozásodról az ideális vásárló?
- Mit szeret ez a vásárló?
- Mi segítene az ügyfélnek?
- Használj inspiráló idézeteket, amelyek cselekvésre készítetik őket, vagy mosolyt csálnak az arcukra.

Fogalmazd meg 3-5 alapvető üzenetet a "történet" alapján a közösségi oldalad számára.

A prezentáció végén található forrásokból további segítséget kaphat.

Gondolj a vállalkozásod történetére. Fogalmazd olyan meggyőző üzeneteket, amelyek közvetítik a vállalkozásod küldetését, a problémát, amellyel foglalkozik, és azt, hogy az emberek hogyan segíthetnek.

Saját digitális marketingterv készítése

1. Feladat

Tartalomnaptár

Készíts magadnak egy tartalmi naptárat, hogy következetesen posztj a közösségi oldalakon.

Vedd figyelembe a különböző közösségi média csatornákat, valamint a vállalkozásod küldetését.

	Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
Facebook	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:
Instagram	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:
X (Twitter)	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:
LinkedIn	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:
TikTok	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:
YouTube	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:	Téma: Bejegyzés típusa:

Saját digitális marketingterv készítése

1. Feladat

Határozd meg a költségvetést

Gondolj a digitális marketingtevékenységéhez szükséges erőforrásokra. Nem csak a pénzügyi forrásokra, hanem például a kutatási forrásokra is. Vedd figyelembe ezt a költségvetést, amikor tervet készítesz.



Saját digitális marketingterv készítése

1. Feladat

Mérés és adaptáció

A digitális marketingterv eredményeinek méréséhez mérőeszközökre és Kulcsfontosságú

Teljesítménymutatókra (KPI-k) van szükség, amelyek lehetővé teszik a célok elérésének mérését.

Hogy fogod mérni? Melyek a KPI-k?



01

Önértékelő

1. kérdés:

Miért fontos a digitális marketing és közösségi média?

- a. könnyű használni
- b. divatos
- c. összeköt hasonlóan gondolkodó emberekkel

02 Önértékelő

2. kérdés:

Milyen elemeket használhatsz egy vonzó tartalom létrehozásához?

03 Önértékelő

3. kérdés:

Mire kell törekedni a tartalomírás során?

- a. felhívás a cselekvésre
- b. b. aktív írás
- c. c. hashtagek és kulcsszavak

Önértékelő - megoldások



1. kérdés: Miért fontos a digitális marketing és a közösségi média?

Válasz: C összeköt a hasonlóan gondolkodó emberekkel.

2. kérdés: Milyen elemeket használhatsz egy vonzó tartalom létrehozásához?

Válasz: közvélemény-kutatások, a kulisszák mögött, GYIK megválaszolása, hírek a cégéről, hírek a szakterületéről, blogok, infografikák, kudarc történetek, fotók, cselekedetek, további információk a termékről/szolgáltatásról, emlékek.

3. kérdés: Mire kell törekedni a tartalomírás során?

Válasz: C hashtagek és kulcsszavak

További források

Digital marketing mistakes to avoid and fix:

<https://changecreator.com/digital-marketing-mistakes-to-avoid-and-fix/>

Story telling techniques:

<https://youtu.be/OEx8yRbNw9o?si=ERKNfgtoge9f5Svi>

Story telling for a social entrepreneur:

https://youtu.be/3U91wjC1T6Q?si=y_6knG-c0niX6G6y

A 4-es modul végére értél

04

További részletekért a témával kapcsolatban tanulmányozd át a többi modult és az útmutatókat

Modulok

01 A Fenntartható Fejlődési Célok (FFC) általános bemutatója

02 Canvas Társadalmi Vállalkozói Model és Árazás

03 Hálózatépítés és Kommunikáció

04 Digitális Marketing és Közösségi Média

Útmutatók

01 Az üzleti szféra károsító hatása a környezetre

02 Nemi egyenlőség az üzleti szférában

03 Digitális Eszközök az iparban 4.0 & 5.0

A vállalkozói szellem formálása az új digitális társadalomban

További részletekért látogasd meg a projekt honlapját:

<https://suse-theproject.eu/>



Az Európai Unió finanszírozásával. Az itt szereplő vélemények és állítások a szerző(k) álláspontját tükrözik, és nem feltétlenül egyeznek meg az Európai Unió vagy az Európai Oktatási és Kulturális Végrehajtó Ügynökség (EACEA) hivatalos álláspontjával. Sem az Európai Unió, sem az EACEA nem vonható felelősségre miattuk.