

# mini Motivátor

most ezt olvasod

T  
a  
r  
t  
a  
l  
o  
m

## Keresőoptimalizálás és közösségi média

A Twitter nem csak csiripelésre való...

Hogyan szerezz újabb értékes pozíciókat a találati listán a közösségi média segítségével?

## Házibarkács videómarketing

Bemutatok néhány eszközt, amivel izzadtságzag nélkül tudsz látványos videókat készíteni a blogodba, az értékesítési oldaladra, vagy éppen a videómegosztókra.

megjelenik: január 17. (vasárnap)

## Ha képtelenek tűnik...

Bebetonozott találati lista? Ijessz rá a konkurensekre - videótalálatokkal.

Avagy hogyan jelenj meg videókkal a találati listán?

megjelenik: január 19. (kedd)

## Huzalozz!

Kösd össze a blogodat a közösségi médiával, a videómegosztóval - automatizálj! - Miért dolgoznál többször, ha elég egyszer is?

megjelenik: január 21. (csütörtök)

# Több, mint csirip

Hogyan foglalj el még több és még jobb helyet a találati listán Twitter és Facebook segítségével?



Az újévi híradások mind attól zengtek, hogy 2010 milyen új trendek éve lesz és persze mindenhol szó volt arról, hogy a közösségi média most már nem maradhat ki az éves online marketing terveidből. Csakhogy sokan azt sem tudják mihez kezdjenek vele. Jöjjön hát az első számú előny, amit magam teszteltem: a keresőoptimalizálás.

Tegyük fel, hogy vannak olyan szavak, amikre próbáltál optimalizálni, de már jó ideje képtelen vagy előrébb jutni a Google-ben.

Hogyan segíthet ilyenkor a közösségi média? Ehhez mutatok be most 4 féle stratégiát:

- 1) Névfoglalás
- 2) Címkézés
- 3) Megosztás
- 4) Térfoglalás

## 1. Névfoglalás

Ahogy annak idején (és még most is) divat volt erősen kulcsszavazott domainneveket lefoglalni (pl. ha a kulcsszó: balatonszemes apartman, akkor [www.balatonszemes-apartman.hu](http://www.balatonszemes-apartman.hu)) úgy most a közösségi oldalakon is érdemes lesz ugyanezt megtenni

(pl. [twitter.com/balatonszemes-apartman](https://twitter.com/balatonszemes-apartman), [facebook.com/balatonszemes-apartman](https://facebook.com/balatonszemes-apartman))

Ami ez utóbbit illeti: habár a Facebookra be tudod regisztrálni a cégnevedet is, mint felhasználó, de nem szép dolog céggént regisztrálni a magánszemélyek közé és ismerősöket bejelölgetni. Helyette inkább regisztrálj be magánszemélyként, töltsd ki a profilodat, majd foglald le a cégprofilodnak megfelelő oldalt, így megszerezheted a [Facebook.com/balatonszemes-apartman](https://facebook.com/balatonszemes-apartman) webcímet is.

Nem szerencsés csak domainfoglalási cézzal sok fan page-t létrehozni, inkább hozz létre egyet, amit valóban használni is szeretnél marketing célokra.

Megteheted, hogy nem a céged neve, hanem a fő kulcsszavad, vagy kulcsszó párosod az adott oldal neve, így lesz keresőoptimalizálási értéke is a dolognak, de minden egyes számodra fontos szóra nem érdemes ezt megtenni (illetve csak akkor van értelme, ha aztán foglalkozol is az oldalakkal).

Hozzáteszem, nem csak a Fan Page, hanem a csoportok is érhetnek el jó eredményeket a találati listán, ezért ha több szóval szeretnél dolgozni, érdemes nekik csoportot indítani, névként pedig az adott kulcsszót megadni. Önmagában azonban ez még nem garantálja a sikert: meg kell tölteni az oldalt értékes tartalommal is.

Itt linkelhetsz a témához kapcsolódó cikkeket, videókat hetente-kéthetente egyszer vagy indíthatsz pl. vitafórumokat is a témában. A cél, hogy az adott téma köré spontán klub szerveződjön, egy érdeklődői kör, akik megosztják a tapasztalataikat egymással, linkeket ajánlanak, mindent összegyűjtenek az adott témában csak azért, mert érdekli őket a téma, mert segíteni szeretnének magukon vagy másokon.

**Példa:** ha a vállalkozásod balatoni apartmanok kiadásával foglalkozik és a kulcsszavaid: balaton apartman, balaton nyaralás, balaton szállás, létrehozatsz egy Balatoni nyaralás nevű oldalt.

Mindenképpen kerüld, hogy ezen az oldalon állandóan direktben csak a saját szolgáltatásaidat reklámozd! Az oldalon elsősorban a balatoni és Balaton környéki programokról, látnivalókról írd le (a leírásba, valamint az Adatlagra felteheted a linkedet, szolgáltatásaid leírását, elérhetőségeidet), szolgáljon ez az oldal arra, hogy magát a Balatont, a balatoni nyaralást népszerűsítse. De mivel ez egyben a kulcsszavad is, ha valaki rákeres, nem csak az oldalt, hanem téged is megtalál majd.

A másik két kulcsszónál eldöntheted, hogy rajongói oldalt vagy csoportot hozol-e létre. Praktikus lehet a rajongói oldal, hiszen te balatoni apartmanokkal foglalkozol, tehát ezen az oldalon bejelölhetnek téged azok, akik már nyaraltak nálad, így aki megtalálja az oldalt, máris a rólad írott jó véleményekkel találkozik. Az oldal szolgálhat arra is, hogy kapcsolatot tarts a törzsvendégeiddel, valamint akciót kínálj a követőidnek - ez a megoldás is jól működik.

A másik lehetőség, ha olyan oldalt indítasz „Balatoni szállás” néven, amiben a felhasználókat arra buzdítod, maguk töltsenek fel, ajánljanak egymásnak helyeket,

programokat a Balaton körül, akár szállásokat is, amikkel elégedettek voltak. Igen, jól látod, akár a konkurensidet is ajánlhatják - de a Te oldaladon!



Hogyan optimalizáld keresőre a Facebook oldaladat? Kiderül a Gazdagmami Motivátor 2010-es különszámából! >>

## Csoportot vagy Oldalt hozz inkább létre a Facebookon?

A legjelentősebb különbség a kettő között:

1) **A csoportnál** létezik „Bulk Invite” funkció, tehát meg tudod hívni akár az összes ismerősödet egyszerre. Ez jó lehet akkor, ha vírusmarketing célokra szeretnél használni egy csoportot, hiszen a csoporttagok újabb körüzeneteket küldhetnek körbe az ismerőseiknek a csoportról. A csoportok hátránya, hogy nem tartozik hozzájuk „szép” URL ([www.facebook.com/csoportneve](http://www.facebook.com/csoportneve)) és statisztika, nem lehet eseményeket hozzáadni és reklámozni sem.

2) **A Rajongói oldalnál** egyenként tudod csak meghívni az ismerőseidet, viszont számos extra funkcióval rendelkeznek.

A csoportokat rövidebb távra érdemes használni, alkalmi promóciókhoz vagy felmérésekhez, egy-egy kérdés megvitatásához, míg az oldalakat hosszú távú kapcsolatra.

A Twitteren más a helyzet, ott nyugodtan lefoglalhatsz több nevet is anélkül, hogy használnád őket, vagyis nem egészen:

Ezzel kapcsolatban két esetet kell megemlíteni:

1) **Ha a saját nevedet foglald le** több változatban (nehogy valaki visszaéljen a neveddel), akkor megteheted, hogy mindegyik oldalra csak egy csiripet teszel ki: annak az accountnak a linkjét, amit valóban használsz is.

Pl. az én állandóan használt fiókom a

[twitter.com/vidaagi](https://twitter.com/vidaagi), de megtehetem, hogy lefoglalom a vidaagnes, agivida, agnesvida és gazdagmami változatokat is, majd mindegyik fiók oldalára kiteszek egy csiripet: „Ha követni szeretnél, akkor tedd meg itt: [twitter.com/vidaagi!](https://twitter.com/vidaagi)”

2) A másik eset, ha egy kulcsszavadat foglald le. Mint ahogyan a weboldalak esetében sem működik, hogy lefoglalom a domainnevet és minden tartalom és különösebb erőfeszítés nélkül is előre kerülök a találati listán, úgy a Twitter esetében sincs ennek semmi értelme. Ahhoz, hogy ez előnyt is jelentsen a számodra, dolgoznod is kell érte, ha mást nem, akkor annyit megtehetsz, hogy a témához kapcsolódó blogbejegyzéseidet kitwitted (nem egyszerre az összeset, hanem szép apránként)

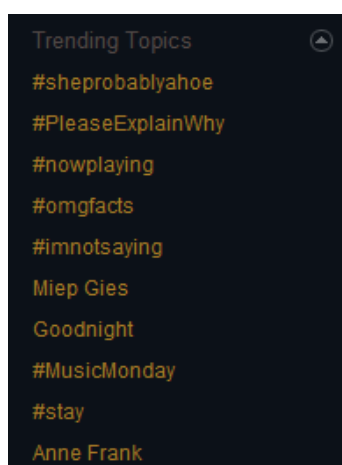
Automatizálhatod is a dolgot: ha Wordpresst használsz, akkor a [TwitterUpdater plugin](#) kiküldi a Twitterre, ha új bejegyzést készítesz.

## 2. Címkézés

A címkézés lényege, hogy a számodra fontos szavakból top témákat csinálj hashtagek segítségével és ezekről írsz a Twitteren.

**Mit is kell pontosan csinálnod?**

Ha pl. a kulcsszavad a „Balaton”, akkor amikor felviszel egy ezzel kapcsolatos tweetet, hozzá kell írnod a végére, hogy #balaton. A hashtaggel jelölt szavak a Twitteren azt jelentik, hogy fontos témáról van szó, ezeket rangsorba rendezi:



A Google-ben rákeresve a „musicmonday” trendre, a 3. helytől kezdve ez a lista fogad:

[musicmonday - Yam](#)  
beautiful\_luna serj tankian  
- #musicmonday #MM P  
[yamm.hu/tag/musicmonday](https://yamm.hu/tag/musicmonday)

[#musicmonday](#) - [ [OI](#) ]  
Why is #musicmonday popular?  
recommend music they are listening to  
[whatthetrend.com/trend/musicmonday](https://whatthetrend.com/trend/musicmonday)

[#musicmonday](#) - Wt  
Description, links, stats, and more  
[wthashtag.com/MusicMonday](https://wthashtag.com/MusicMonday)

Persze gyakori és nagyon erős szavak esetén nem ilyen könnyű jó helyezéseket szerezni, valamint tudni kell, hogy ezek nem állandó helyezések: mivel itt élő keresésről van szó, percenként változhatnak az eredmények, azonban, ha egy trendhez folyamatosan teszel fel csiripeket, szépen haladhatsz előre.

### TIPP

Ha linkmegosztókat használsz, létrehozhatod ott is címkéket a fontos kulcsszavaidra, majd ezek alá sorolhatod be a belinkelt blogbejegyzéseidet. A hazai linkmegosztók közül ez az [Urlguru.hu](https://urlguru.hu)-nál működik legjobban, ezek a címkék mindig viszonylag elől jelennek meg a találati listán, minél gyakrabban frissíted, annál jobb eredményt érhetsz el.

Létezik még két módszer, a Megosztás és a Tértfoglalás, amikkel a következő eredményeket értem el:

- 2 nap alatt sikerült megduplázni a Twitter követőim számát (220-ról 440-re)
- 5 nap alatt 120-an iratkoztak fel a hírlevelemre csak a Twitterről
- egy termékbevezetés kapcsán a vásárlók 32%-a nyilatkozott úgy, hogy a Twitteren ismert meg minket.



**Hogyan működik a Megosztás és a Tértfoglalás módszere?**  
Részletesen bemutatom a Gazdagmami Motivátor Különszámában! >>