

# Social media Facebook



A social media hazánkban is kezd nagyon széles ívben elterjedni. Manapság egyik legnépszerűbb közösségi portál a facebook. Magyarországon már 1,3 millió felhasználója van, akiknek a fele naponta átlagosan 55 percet tölt az oldalon.

A rendszerbe meghívás nélküli, egyszerű regisztrációval lehet bekerülni. A felhasználók városok, munkahelyek, felsőoktatási intézmények vagy régiók által szervezett közösségekhez csatlakozhatnak, és érhetnek el bennük másokat.

A közösségi média azért különleges, mert jól nyomon követhető és mérhető, hogyan terjednek a különböző típusú márkajelzések. A Facebook-on is többféle módon jelenhetnek meg a márkák.





Twitter



Ismeretségi hálózat és mikroblog szolgáltatás.

Twitter **hátrányai** hirdetési szempontból:

**1. Fizetett üzenetek:**

- csak akkor jelennek meg, ha valaki rákeres valamelyik adott kulcsszóra

-hirdetőknek a weboldalon egyelőre **a megjelenések száma után kell fizetniük**

-(A Twitter főoldalán a Google-hoz hasonló kereső van, amely a „csiripekből” ad találatokat.)

**2. Twitterrel még csak most ismerkedik a magyar közönség.**



# Facebook



## Manapság egyik legnépszerűbb közösségi portál a Facebook:

- Magyarországon 1,3 millió felhasználó naponta átlagosan 55 perc az oldalon

- meghívás nélküli, egyszerű regisztrálás

A felhasználók: városok, munkahelyek, felsőoktatási intézmények vagy régiók által szervezett közösségekhez csatlakozhatnak.

Egyre több fórumon és sajtóban téma a Facebook adta lehetőségek latolgatása:



Haszon Magazin 2010.06.

Jelenlét a facebook-on

## A megjelenés lehetőségei:

Alapvetően két út kínálkozik ahhoz, hogy facebook jelenlétünket megalapozzuk. Regisztrált tagként **rajongói oldalt (facebook page) vagy csoportot (group)** hozhatunk létre. A kettő között azonban érdemes különbséget tenni.

### A facebook csoport (group)

A csoport létrehozója beállíthatja azt, hogy publikus vagy zártkörű csoportról van szó, illetve hívhat meg tagokat. A csoport jellege az offline világban jól ismert 'klub'-hoz hasonlatos.

### A facebook rajongói oldal (page)

A rajongói oldal létrehozója a csoporthoz hasonlóan rendelkezik az adminisztrációs jogokkal. A rajongói oldal és a facebook profiloldal (személyes oldalunk) szinte teljesen megegyezik, facebook oldalunkkal azonban baráti kapcsolatokat nem hozhatunk létre.

## Előnyei a Facebook jelenlétnek

Cégek, vállalkozások számára a facebook rajongói *oldal* létrehozása célszerű. Ennek okai a következők:

- Facebook oldalunk számára *bármilyen alkalmazást telepíthetünk*, hasonlóan profiloldalunkhoz. Ezzel ellentétben a facebook csoportunk esetében erre nincs lehetőségünk.
- Facebook rajongói oldalunkon keresztül, az *üzenő falra feltöltött információk korlátlan számú rajongó számára elérhetőek*. A közzétett üzenetek a rajongók saját eseménylistájában jelennek meg, a legfrissebb bejegyzések között.
- A Facebook csoport tagjaivá csak az adminisztrátor hozzájárulásával válhatunk (ha így állítjuk be a felületet), viszont rajongói oldalunkat a *'like' gombra kattintva bárki felveheti kedvenc oldalai közé*. Ez biztosítja többek között a facebook rajongói oldalak gyors, víruszerű elterjedésének lehetőségét a közösségen belül.
- Mindkét esetben a facebook eseménymodulját használva *küldhetünk meghívást* közelgő eseményeinkről.
- A rajongói oldalunk promóciójával *fizetett hirdetések nélkül is boldogulunk*, mert facebook rajongói oldalunk minden csatlakozott tag adatlapján megjelenik.
- A Facebook lehetővé teszi egyszerűsített URL címek rajongói oldalakhoz kötött regisztrációját, de vannak jogi feltételei, mint például: nem hozhatunk létre közszereplő vagy ismert márka és cég névvel megegyező oldalt, csak alfanumerikus karaktereket tartalmazhat, a név csak egyszer választható és nem lehetséges a későbbi megváltoztatása.

# Facebook oldal létrehozás

## Oldal létrehozása

### Hivatalos oldal

Kommunikálj ügyfeleiddel és rajongóiddal hivatalos Facebook oldal segítségével!

#### Oldal létrehozása:

- Helyi vállalkozás
- Márka, termék vagy szervezet
- Előadó, zenekar vagy egyéb közszereplő

Oldal neve:

(például: Rózsadomb Étterem, Arleon Lakberendezés)

- A személy, cég, zenekar vagy termék hivatalos képviselőjeként, a szükséges engedély birtokában hozom létre az oldalt. A Facebook felhasználási feltételei

Hivatalos oldal létrehozása

### Közösségi oldal

Szerezz támogatást kedvenc témádnak vagy célodnak egy közösségi oldallal! Ha tényleg népszerűvé válik és több ezres rajongótáborra alakul ki, akkor maga a Facebook közösség is képes lesz az oldalt fenntartani.

Oldal neve:

(pl.)

Közösségi oldal létrehozása

### Legyen inkább egy csoport

Kommunikálj közvetlenül azon Facebook felhasználókkal, akiket érdekel a téma.

Beállítható kategóriák

## Oldal létrehozása

### Hivatalos oldal

Kommunikálj ügyfeleiddel és rajongóiddal hivatalos Facebook oldal segítségével!

#### Oldal létrehozása:

- Helyi vállalkozás
- Márka, termék vagy szervezet:

Gyógyszerészet

- Termékek
- Repülő / Hajó / Vasút állomás
- Kommunikáció
- Termék
- Oldal
- Divat
- Pénzügyi szolgáltatás
- Ételek és italok
- Játék
- A Kormányzat
- a Otthon élő
- A Hotel / Szállás
- Film
- Non-Profit
- Online bolt
- Gyógyszerészet
- Professionális szolgáltatás
- Vallási szervezet
- Autóbérlés
- Kiskereskedelem
- Sport / Atlétika

Hivatalos oldal létrehozása



# Negatívumok, nehézségek:

**1. Moderálás**

**2. Folyamatos aktivitás**

**3. Átlinkelés**

# 1. Negatívum: moderálás

A moderálás nem elég kifinomult.

Lehetséges, hogy negatív hozzászólásokat kapunk.

Spammelőket manuálisan tudunk eltávolítani a tagok közül, hasonlóan a nem kívánatos üzenetekhez.



## 2. Negatívum

## 2. Negatívum: folyamatos aktivitást igényel:

Az oldal létrehozása nem elég.

folyamatos karbantartást és frissítést igényel.

Emellett, aktivitást, ami azt jelenti szükséges a heti legalább 1 (maximum 3) új bejegyzés.

A Facebook belső oldal keresőjében megjelenő találat a userok számából, az aktivitásokból és a hozzászólások számából, súlyozva tevődik össze.

### 3. Negatívum: átlinkelés

A Facebook lehetővé teszi, hogy átlinkeljünk egy honlapra.

De a tapasztalatok azt mutatják, hogy célszerűbb maradni a portálon anélkül, hogy ezt megtennénk.

Tehát magán a Facebook oldalukon legyenek a tartalmak.

# Facebook oldalunk megtámogatása:

1. Facebook hirdetés
2. Üzenőfalon megjelenő aktivitások
3. Gerilla módszerek
4. URL cím bejegyzés

# 1. Facebook hirdetés:

## Kattintás alapú az elszámolás:

átlagos kattintási árak: 20-30 Ft közötti átlag

## nem keresőhirdetés

nem keresési találati lapok mellett jelennek meg a hirdetések, hanem az oldalak tartalmától függően

## Célzási beállítások:

- fejlett földrajzi célzási opciók
- érdeklődési kör vagy életkor, nem szerinti közösségek kiválasztása.
- külföldön élő magyarokhoz is eljut

## További előny:

A szöveges hirdetések mellé egy 110x80 pixel nagyságú statikus kép megjelenítésére is lehetőség van.

(A szövegekben a címsor hossza 25 karakter lehet, a kép alá kerülő kifejtő leírás pedig 135 karakterben van maximalizálva.)



## 2. Üzenőfalon megjelenő aktivitások

Termék oldal esetében valamiféle akció vagy promócióival egybe kötött aktivitás.

Egy éppen zajló példa:

Nyerj a Janával!

A játék két részből áll:  
egy sorsolásosból  
egy nagyobb mennyiségű vonalkód beküldés utáni  
garantált nyereményből.

*Garantált nyeremény: küldj be 60 db Jana vonalkódot, és legyen tiéd az 1000 db Jana Baby Nyári Fotókönyv egyike! Részletek itt:*

<http://www.janafotokonyv.hu/>

Az esemény eddig visszaigazolt résztvevői: 4.177 vendég

The screenshot shows a Facebook event page for 'Nyerj Playstation 1. Janával Kattints a linkre'. The event is scheduled for June 1, 2010, from 0:00 to 0:00 in Budapest. The description lists prizes such as PlayStation 2, Xbox 360, and various games. It also mentions a guaranteed prize of 60 Jana vouchers and a chance to win a Jana Baby Summer Photo Album. The page includes a 'Leírás' section with details, a 'Visszaigazolt vendégek' list, and an 'Üzenőfal' section. The right sidebar features a 'Jana' logo, a 'Válaszd meg Te is!' poll, and a 'Válaszd meg Te is!' poll.

### 3. Gerilla módszerek

A Facebook-on való megjelenés hirdetése például matricázással a termékünkhöz kapcsolható nyilvános helyeken

Például allergia gyógyszer esetében: gyógyszertárakon vagy túra boltokban.



Amerikában például már óriásplakátokon is ez a hirdetés.



## 4. URL cím bejegyzés

A Facebook lehetővé teszi egyszerűsített *URL címek rajongói oldalakhoz kötött regisztrációját*:

### **Jogi feltételei:**

- nem hozhatunk létre közszereplő vagy ismert márka és cég névével megegyező oldalt
- csak alfanumerikus karaktereket tartalmazhat
- a név csak egyszer választható és nem lehetséges a későbbi megváltoztatása.

Előnye: növeli a találatot Google kereső listáján is.

# Összefoglalás

Hatékonysága az oldal létrehozásának akkor van, ha:

- folyamatosan **frissülő, új információkkal** tudjuk bővíteni
- **megfelelő számú ismerőst** tudunk toborozni, akik kommentálják a felrakott információkat.

Cél: egy aktív közösség kialakítása, akik megvitatják problémáikat, élményeiket betegségükkel kapcsolatban.



do you have a facebook?