


eBook OpenOnline

KETTŐS KERESZT AZ ONLINE MARKETINGBEN, AVAGY MIRE JÓ A HASHTAG?

www.openonline.hu





Azzal már sokan tisztában vannak, hogy a Facebookon, Twitteren, Instagramon használhatunk úgynevezett hashtageket – de mik is ezek pontosan, és hogyan válhatnak online stratégiánk részévé?

Az a vállalkozás, amely sikeresen meg akarja vetni lábát az online világban, hamar szembesül azzal, hogy a weben a megfelelő tartalom létrehozása megkerülhetetlen – és folyamatosan feladat. És ennek a tartalomnak valahogy el kell jutnia a célpiacunkhoz is. Ennek egyik útja lehet a hashtagek szakértői alkalmazása.

Mi a hashtag?

A hashtag angol szó jelentése kettőskereszt.

Az online marketing világában a # után írt szó vagy szócsoport. (Például #marketing, #onlinemarketing, #openonline, stb.)

Miért jó a hashtag?

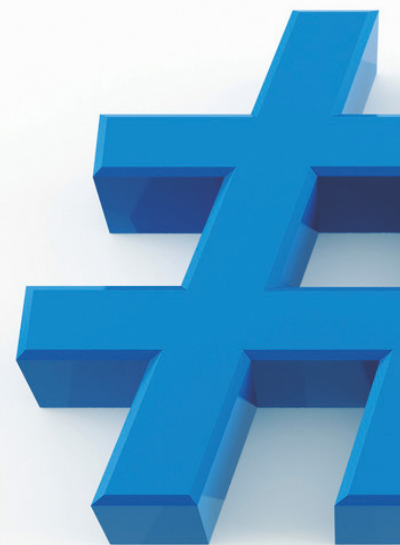
A hashtag használata egy „win-win-win” szituációt eredményez:

- A vállalkozásoknak és marketingeseiknek egy lehetőség, hogy bővítsék az érdeklődők körét,
- a felhasználók könnyebben felfedezhetik a különböző tartalmakat, termékeket, ajánlatokat,
- a közösségi média platformok pontosabbá tehetik az érdeklődés szerinti célzást. (A felhasználók által használt hashtagek révén pontosabb képet kapnak arról, hogy a felhasználókat milyen témák foglalkoztatják.)

A Facebook felületéről még mindig hiányzik egy olyan kereső, amivel adott érdeklődés szerint, kulcsszavakra szűrhetjük a posztokat. Ezért néhány éve a Twitteren bevált módszer szerint felkérték a felhasználókat, hogy sorolják kategóriába a bejegyzéseiket, így azok kereshetővé váltak.

Hogyan használjuk a hashtaget?

Mint minden marketing eszközzel kapcsolatosan, most is az a fő kérdés, hogy mi a célunk a hashtagek használatával? Segítsen a brandépítésben? Többen keressenek rá a cégemre Facebookon? Hogy megismerjék a termékeinket, szolgáltatásainkat?



Az OpenOnline marketing ügynökség szakértői szerint csak akkor érdemes hashtaget használnia egy vállalkozásnak, ha a kitűzött célok érdekében tudja alkalmazni. Máskülönben alig lesz hozadéka a hashtagekre fordított energiának.

Cél lehet az ellenőrzés is. Ha a hashtageink kifejezetten a cégünkre, márkánkra vonatkoznak, akkor gyorsan leellenőrizhető, hogy a felhasználók mit mondanak, amikor a hashtaget használják. Így segít mérni, hogy mennyire pozitív, negatív vagy semleges a visszajelzés.

Ha a célcsoportunk még nem ismeri a hashtageket, akkor átsiklanak felette, de ha már ismerik és használják is, akkor mindenképpen hasznos eszköz. Az OpenOnline marketing ügynökség tapasztalata alapján az Instagram és Facebook magyar felhasználói közül a 16-35 éves nők posztolják a legintenzívebben a hashtageket.

A KitKat csokoládé márka a szlogenjéből készített hashtaget: #HaveABreak. A fogyasztók már ismerik és használják is, így a KitKat sok olyan hiteles fényképet kap fogyasztóitól, melyen épp megvásárolták vagy élvezettel fogyasztják a terméket.

A hazai piacon még viszonylag ritkák az ilyen „brand hashtag”-ek, de az OpenOnline szakértőinek tapasztalat szerint az események, promóciók és nyereményjátékok népszerűsítése során egyre gyakrabban találkozni a hashtagekkel itthon is.

Összességében elmondható, hogy a marketing stratégiához illeszkedő, szakértői hashtag használatával támogathatjuk és elérhetjük üzleti céljaink, mind inkább a hazai piacon is.

Írta: OpenOnline Kft.

Olvasson tovább a kapcsolódó témákban:

**Online
marketing stratégia
kialakítása –
hogyan kezdjem?**

**Majd a titkárnyóm
megoldja a blogírást.
Vagy mégse?**

**A közösségi
média
használatának
előnyei**

**KÉRJEN MEGHÍVÁST
EGY CSÉSZE KÁVÉRA ÉS
KÉRJEN SZAKMAI
SEGÍTSÉGET TŐLÜNK!**



AZ ELSŐ KONZULTÁCIÓ INGYENES!



OpenOnline Kft.
9022 Győr, Bisinger sétány 2. III/2
+36-20/971-0331
info@openonline.hu



Google Partner

www.openonline.hu

