

# KÖZÖSSÉGI MÉDIA NAP

## SIOSZ X SPORTSMARKETING HUNGARY

# BEMUTATKOZÁS

## ZSÉDELY PÉTER

sportmarketinges

hobbifutó

soccer dad

10 év Belgiumban, 13 év külföldön



# SPORTSMARKETING HUNGARY

2009 óta

dinamikus butik ügynökség

nemzetközi gondolkodásmód

elavult konvenciók átalakítása

[www.sportsmarketing.hu](http://www.sportsmarketing.hu)



# HADOBÁS OLIVÉR

PTE -> egyetemi tanulmányok

HR-Rent Kozármisleny -> szakmai gyakorlat

Erasmus + program, Spanyolország

Visual Solutions Agency megalapítása

Budapest Business University  
( 1 hetes ösztöndíj az USA-ba)





## Előadás célja

A sportiskolák közötti együttműködés és egységes marketingtevékenység fejlesztése.

Gyakorlati nemzetközi példák és bevált stratégiák bemutatása.

Konkrét javaslatok a sportmarketing hatékonyságának növelésére.

Egy kötetlen beszélgetés teremtése, ahol problémákra keressük közösen megoldást

# Agenda

---

**Bemutakozás**

---

**Közösségi média felmérés** eredményei  
2024. január és szeptember

---

Egységes brandépítés:  
Miért és hogyan építsünk **összehangolt márkearculatot?**

---

**SIOSZ tartalomnaptár:**  
A SIOSZ és a tagiskolák közösségi média kommunikációjának összehangolása

---

**Összehangolt kommunikáció:**  
Hogyan válasszuk ki a csatornákat és használjuk a közösségi médiát?

---

**Meta Business Suite:**  
Facebook és Instagram fiókok kezelése egy helyen

---

Esettanulmány:  
**HR-Rent Kozármisleny** – Idősek napja 2023

---

**Gyakorlati példák**  
HR-Rent Kozármisleny

---

**Kreatív kampányok**

---

**Q&A**

# KÖZÖSSÉGI MÉDIA FELMÉRÉS

2024. január

- Az iskolák többsége körében a legnépszerűbb közösségi média platform a Facebook: 95 % rendszeresen használja a felületet információ átadásra, tájékoztatásra, kapcsolattartásra.
- A tagiskolák több, mint fele nem rendelkezik Instagram oldallal.
- A követők száma széles skálán mozog - néhány száz főtől több ezerig
- Az elérési és aktivitási statisztikák elérhetők a Facebookon. A havi elérés nagyságrendileg több ezer, de esetenként a 10-20 ezret is meghaladhatja.

A facebook oldalon megosztott tartalom:

- iskolai események
- közérdekű információk
- ünnepségek
- programajánlók
- iskolai élettel kapcsolatos tartalmak
- eredmények
- sportsikerek

72 iskola osztályozott a 10-es skálán 5 és 10 között aszerint, hogy az iskoláról kialakult véleményt alakítja a közösségi médiában való megjelenés.

SPORTMARKETING

TÖBBFÉLE SPORTÁG

# Hogyan válasszunk sportgimnáziumot?



Szerző: Dallos Dávid — 2020/10/20 ⌚ 7 perc olvasási idő



## Tartalmi megjelenési lehetőség

Olyan sikert értél el, amit megosztanál másokkal is?  
Büszke vagy az eddigi eredményeidre? Szívesen  
bemutatnád a jövőbeli terveidet?

A sportsmarketing.hu kitűnő platformot kínál céged,  
sportszervezeted ismertségének növelésére és hiteles  
forrást jelent a szakmaiság alátámasztására. Szerezz  
jó referenciát meglévő és potenciális partnereid felé!

Érdekel a lehetőség? Nézd meg a teljes ajánlatunkat  
és vedd fel velünk a kapcsolatot!



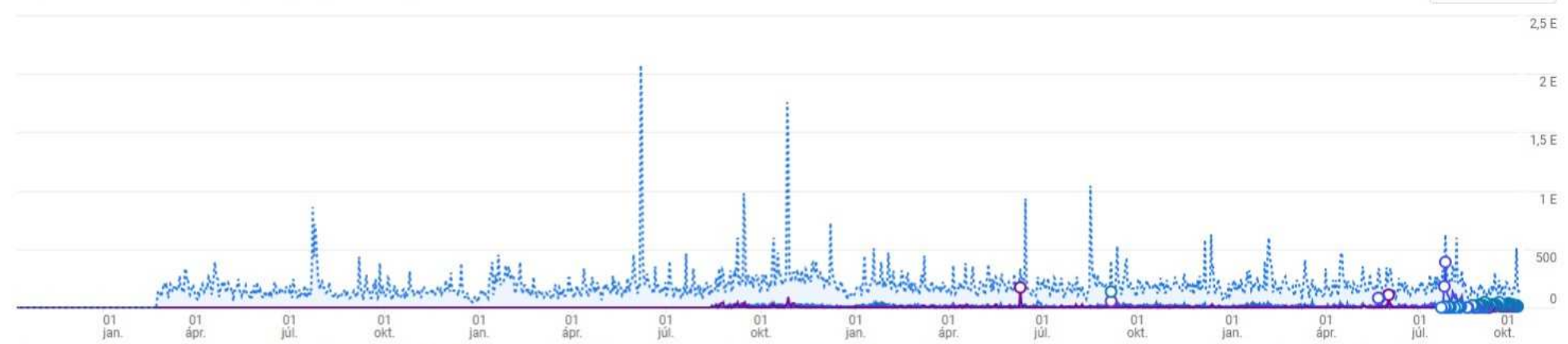
A LEGJOBB SPORTOS  
ÁLLÁSOK EGY HELYEN



- Jelentések pillanatképe
- Valós idejű
- Életciklus
- Ügyfélszerzés
- Elköteleződés
  - Áttekintés
  - Események
  - Oldalak és képernyők**
  - Céloldal
- Bevételszerzés
- Megtartás
- Felhasználó
  - Felhasználói attribútumok
  - Technológia
- Search Console
  - Lekérdezések
  - Organikus Google-keresés...
- Könyvtár

M + Oldalak és képernyők: Oldal elérési útja és képernyőosztály Egyéni 2020. okt. 10.–2024. okt. 6.

Megtekintések – Oldal elérési útja és képernyőosztály egy időszak során



Összesen /2020/10/20/hogyan-valasszunk-sportgimnaziumot/ /2023/03/30/bemutatjuk-a-2024-es-parizsi-olimpia-kabalafigurait/ /2020/10/15/stephen-curry-interjuszorozatot-índított-az-első-vendége-bill-gates-voit/ /2022/05/26/bajnokok/

Sorok ábrázolása Keresés... Sorok száma oldalanként: 10 Ugrás ide: 1 3221/1–10

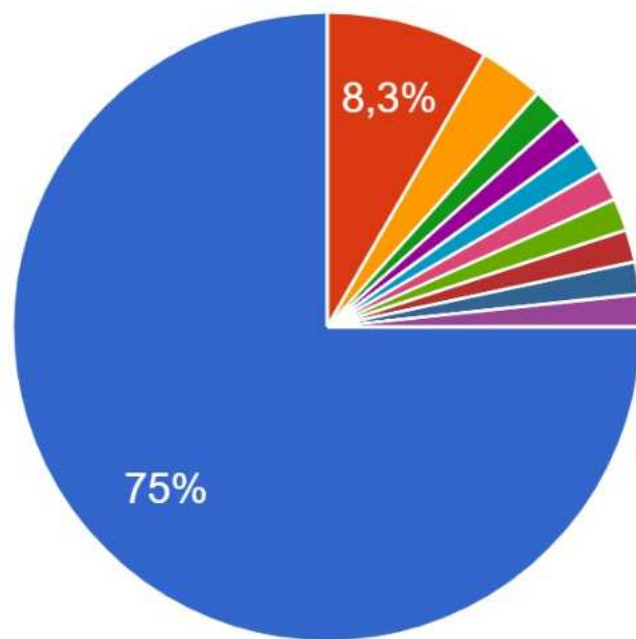
|                                     | Oldal elérési út...épernyőosztály                 | Megtekintések                              | Aktív felhasználók                        | Megtekintések aktív felhasználónként | Tevékenység átlagos időtartama aktív felhasználónként | Eseményszám Összes esemény                 | Fontos események Összes esemény | Összes bevétel |
|-------------------------------------|---|--|---|--------------------------------------|---|--|---------------------------------|----------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Összesen  | 164 271<br><small>Az összes 100%-a</small> | 79 732<br><small>Az összes 100%-a</small> | 2,06<br><small>Átlag 0%</small>      | 1 p 09 mp<br><small>Átlag 0%</small>                  | 430 188<br><small>Az összes 100%-a</small> | 0,00                            | 0,00 \$        |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 1 /2020/10/20/hogyan-valasszunk-sportgimnaziumot/ | 9 596                                      | 7 448                                     | 1,29                                 | 43 mp   | 33 492                                     | 0,00                            | 0,00 \$        |

# KÖZÖSSÉGI MÉDIA FELMÉRÉS

2024. szeptember

## Hogyan kezeled az iskola közösségi média felületeit?

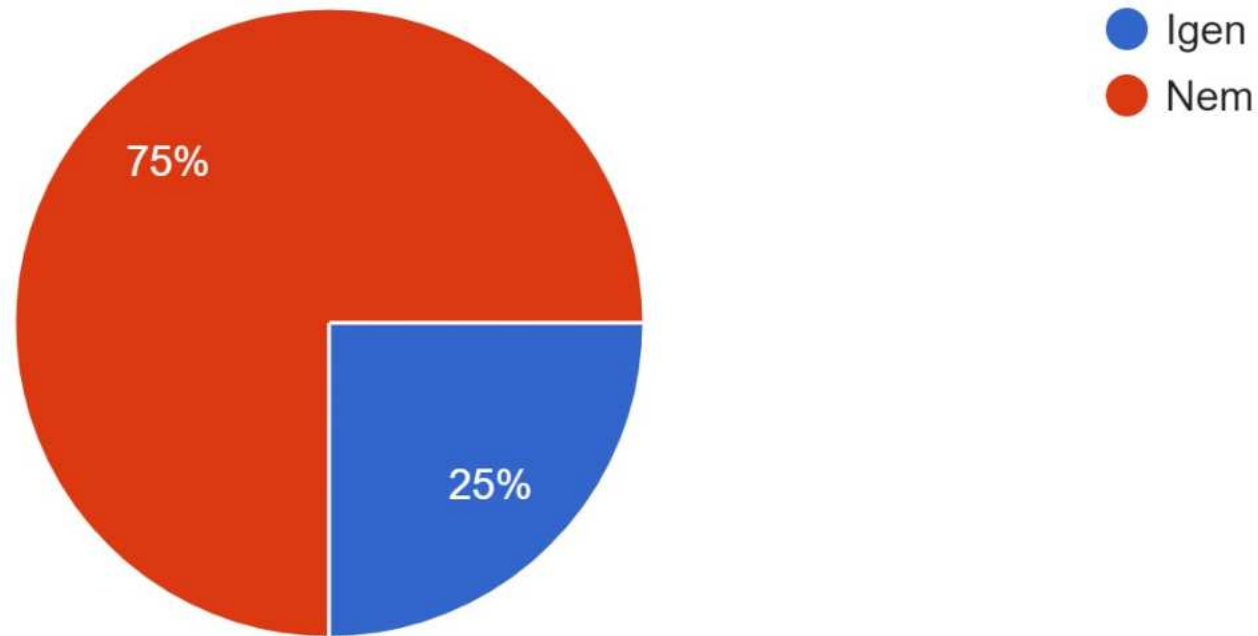
60 válasz



- Közvetlenül a Facebook/Instagram platformákon keresztül
- Meta Business Suite-on keresztül
- nem én kezelem
- X
- Mindkettőn. Nagyban függ, hogy milyen
- mindkettő
- Honlap
- x

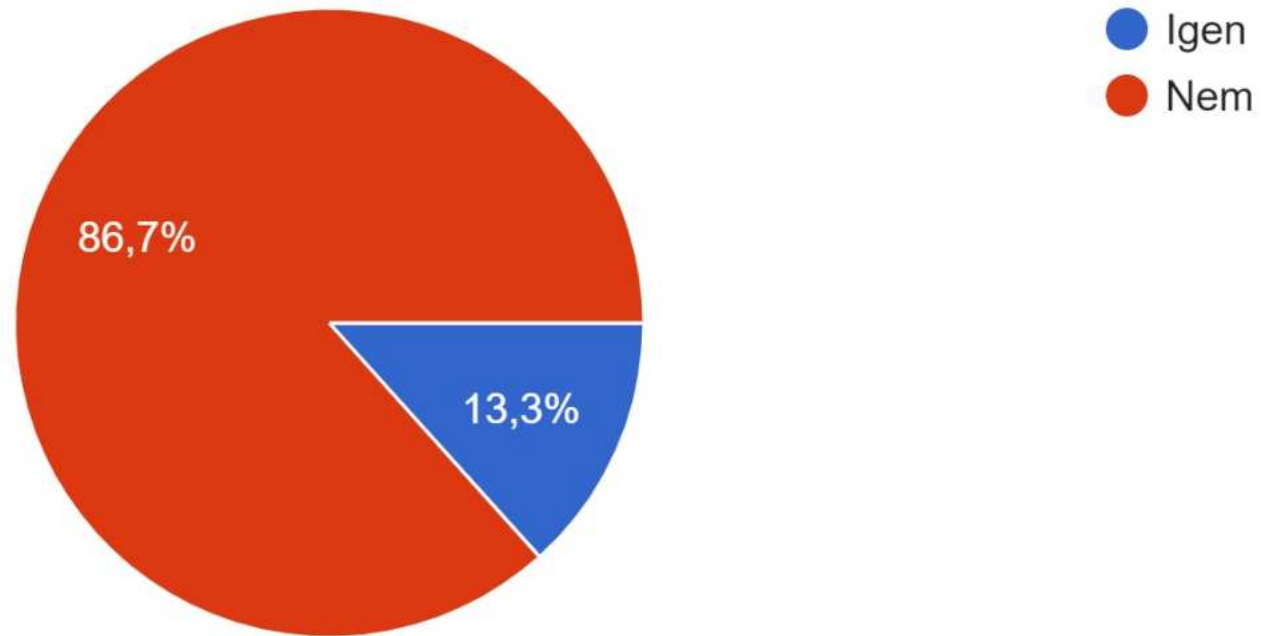
## Használod-e a Meta Business Suite kezelőfelületet a számítógépen?

60 válasz



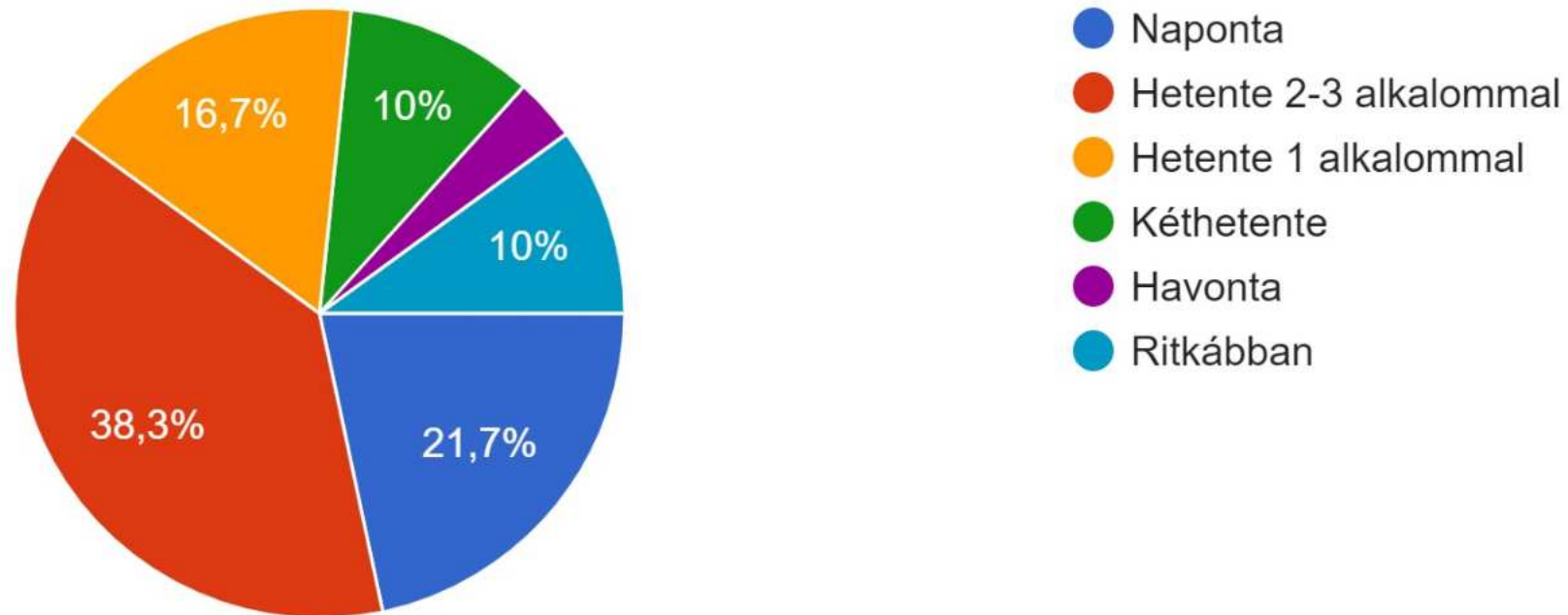
## Használod-e a Meta Business Suite alkalmazást mobiltelefonon vagy tableten?

60 válasz



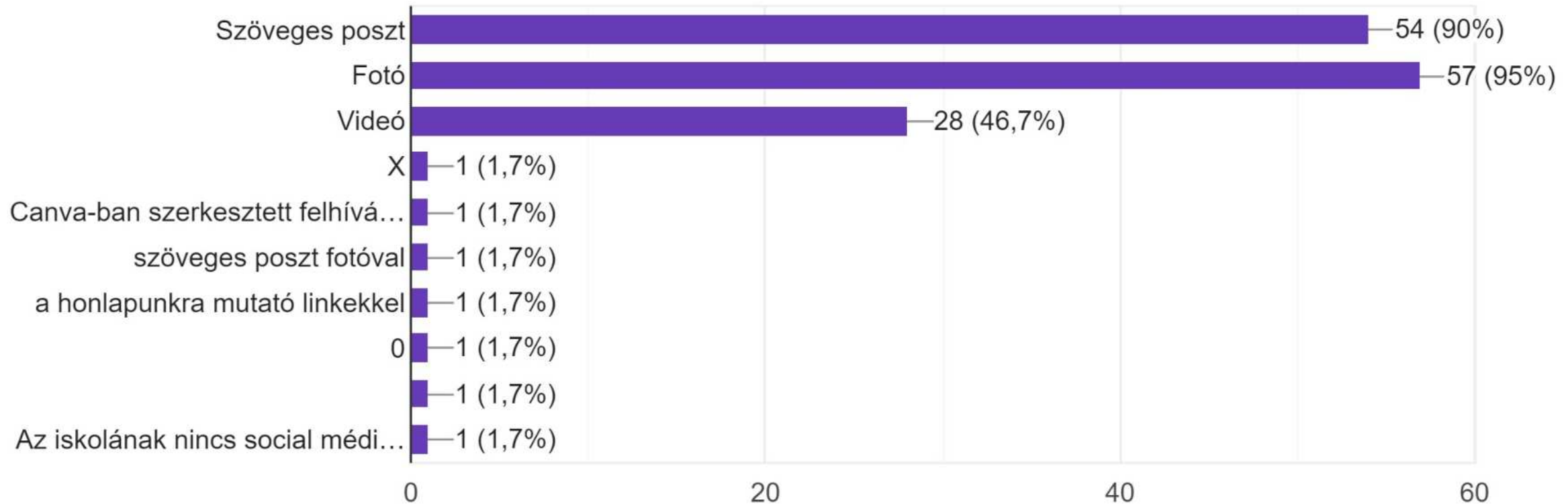
## Milyen gyakorisággal frissíted az iskola közösségi média felületeit?

60 válasz



Milyen tartalmakkal frissíted az iskola közösségi média felületeit? Egyszerre több válasz bejelölése is lehetséges.

60 válasz



“Egy SIOSZ-os intézményeket összefogó csoport, oldal létrehozása a közösségi médiában hasznos lenne.”

# EGYSÉGES BRANDÉPÍTÉS

Miért és hogyan építsünk összehangolt márkacsalatot?

# Az egységes arculat fontossága

Az egységes arculat elengedhetetlen a sportiskolák számára, mivel több szempontból is megerősíti az iskolák piaci jelenlétét:

**Identitás megerősítése:** értékek kifejezése, láttatása, lefordítása az embereknek -> színek, emblémák, figurák

Mi a célunk, mit akarunk láttatni?



# Az egységes arculat fontossága

A szponzorok számára az egységes márkaarculat megbízhatóságot és profizmust sugároz.

A szponzorok szívesebben kötnek együttműködést olyan iskolákkal, amelyek következetes arculattal rendelkeznek, mert ez növeli a márka presztízsét.

A szponzorok jobban azonosulnak olyan intézményekkel, ahol a vizuális megjelenés és üzenet egységes, ezzel növelve az együttműködés sikerességét.



# Az egységes arculat fontossága

**Elérhetőség és láthatóság javítása:** A közönség könnyebben felismeri és kapcsolódik az arculathoz, ha az minden felületen ugyanazt a megjelenést tükrözi



# Mérkőzés felhívás poszt előtte vs utána

Kozármisleny FC

Közzétette: Gábor Nagy · július 26. ·

17:30-kor Soroksáron megkezdődik NB II-es szereplését a HR-Rent Kozármisleny! A klub szurkolói buszt indít a klub! Kérjük, aki élni kíván a lehetőséggel az armislenyfc.hu e-mailcímrre küldjön egy üzenetet, ahol nevét megadva jelezze részvételi szándékát. A jelentkezési határidő péntek 12:00! Hajrá, Misleny!

[Adatok és hirdetések megtekintése](#)

Bejegyzés kiemelése

2 hozzászólás 5 megosztás

Tetszik

Hozzászólás

Megosztás

A legrelevánsabbak ▼

Hozzászólás írása...



Kozármisleny FC

4 d ·

Holnap újra bajnoki mérkőzést játszik csapatunk 📣

🕒: Szombat, 15:00 óra

🏟️: Szent Gellért Fórum

Hajrá, Misleny! 🟦🟩

#kékfehér #HajráMisleny



youtube.com

Szeged-Csanád Grosics Akadémia - HR-Rent

# Kezdő XI előtte vs utána

 **Kozármisleny FC**  
Közzétette: Balázs Kiss · július 31. ·

Így kezdünk a Soroksár SC elleni mérkőzésen:  
Varasdi - Gajág, Gál, Turi - Vogyicska, Horváth, Kosznovszky, Kirchner - Bartha, Hampuk, Kulcsár

Cserék:  
Budzsákliá, Beke, Puska, Bognár, Tóth, Füredi, Tölgyesi, Guth, Berdó, Vajda

🕒: 17:30  
📍: Soroksár, Szamosi Mihály Sporttelep

Hajrá, Mislény!

[Elemzési adatok és hirdetések megtekintése](#) [Bejegyzés kiemelése](#)

  79 7 hozzászólás

 **Kozármisleny FC**  
Közzétette: Olivér Hadobás · október 9., 14:30 ·

🔥 KEZDŐ XI 🔥  
Hajrá Mislény!  
#kékfehér #HajráMislény



**LÉKAI  
BEKE  
GAJÁG  
FÜREDI  
TURI  
TÖLGYESI  
HORVÁTH  
VAJDA  
KOTROCZÓ  
TÓTH  
BARTHA**

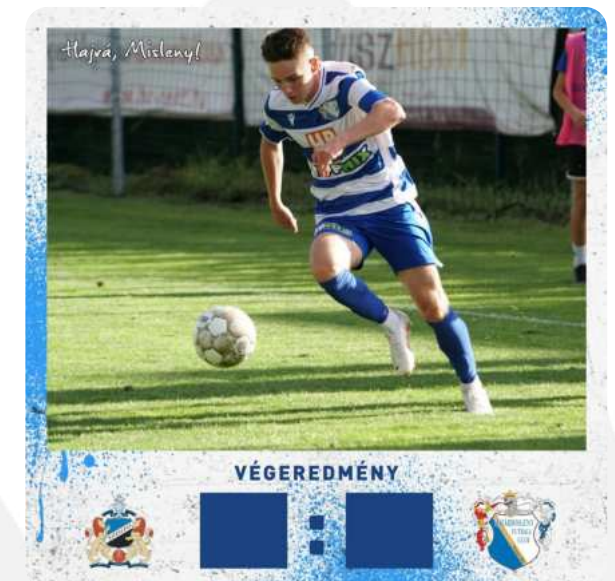
**CSERÉK:**  
SOMOGYI / KIRCHNER / SZABÓ /  
KULCSÁR / NAGY / KÁROLY /  
GUTH / BERDÓ / GÁL /  
HAMPUK / VOGYICSKA

macron  
HR  
RENT

# Mérkőzés borítókép előtte vs utána



# Információs grafikai elemek



# GÓL kártyák és plakátok



## FOCIZZ Dalmával

Cyere el és csatlakozz egy szuper közösséghez!

**IDŐPONT:**  
Augusztus 18-tól minden csütörtökön  
16 és 17 óra között foci edzés  
LÁNYOKNAK

**KOROSZTÁLY:**  
2003 és 2010  
között született  
lányok

**VÁRUNK NŐI FOCI CSAPATUNKBA!**

Akár fociztál korábban,  
akár csak most szeretnéd  
elkezdeni! **BAJNOKSÁGBAN**  
is kipróbálhatod magad!



## UP KISOKOS

### SAKÁGI EDZÉSEK:

I. korcsoport (1-2. osztályosok):

**Szerda:**  
6. óra (12:50-13:30) 2. évfolyam  
7. óra (13:50-14:30) 1. évfolyam

**Péntek:**  
15:30-16:30 (1-2. évfolyam)

Edző: Pókos Csongor

II. korcsoport (3-4. osztályosok):

**Szerda, péntek:** 14:30-15:30

### OVI-FOCI EDZÉSEK:

**Kedd, péntek:** 8:00-9:00

**Helyszín:**  
Kozármislenyi műfüves csarnok

**Kapcsolattartó:**  
Suba János +36 70 429 9868

### ISMERKEDÉS A FOCIVAL:

**Csütörtök, péntek:** 17:00-18:00



## Editorial Briefing

### General Info

- Tag line: The new dimension of motorsport
- 11th season of racing > beginning of a new decade (2003 introduced as a series in Austria, became an official World Championship in 2005)

### Key Messages

- The Red Bull Air Race World Championship is the new dimension of motorsport.
- The Red Bull Air Race is an official World Championship of air racing recognized by the FAI (Fédération Aéronautique Internationale), the world air sports federation.
- The race features 14 of the world's best pilots, in a pure motorsport competition, combining speed, precision and skill.
- The pilots use the fastest, most agile, lightweight racing planes, reaching speeds of 370kmh while enduring forces of up to 12G as they navigate a low-level slalom track marked by 25-meter-high, air-filled pylons.
- In 2014, the Challenger Cup was conceived to help the next generation of pilots develop the skills needed for potential advancement to the Master Class.
- The Challenger Cup is the second competition category in the Red Bull Air Race and is designed to build on a pilot's existing experience.



## Red Bull Air Race Budapest – Editorial Plan

### Monday, June 18

Announcement Story Budapest (Newsroom: EN, DE, FR, ES, AR, RU, JP, HU, CZ / Distribution: EN, DE, FR, ES)

### Tuesday, June 19

The Classic: The Budapest race now and then (Newsroom: EN, HU)

### Wednesday, June 20

Recon Flight Story (Newsroom: EN, DE, FR, ES, AR, RU, JP, HU, CZ / Distribution: EN, DE, FR, ES)

### Thursday, June 21

RBAR App Launch (Newsroom: EN, DE, FR, ES, HU)

### Friday, June 22

Challenger Class Free Practice Story (Newsroom: EN, HU)

Master Class Free Practice Story (Newsroom: EN, HU)

### Saturday, June 23

Challenger Class Qualifying Result Story (Newsroom: EN, HU)

Qualifying Result Story (Newsroom: EN, DE, FR, ES, AR, RU, JP, HU, CZ / Distribution: EN, DE, FR, ES)

Qualifying News Cut (Newsroom / Distribution: EN, DE, FR, ES)

### Sunday, June 24

Challenger Class Result Story (Newsroom: EN, HU / Distribution: EN)

Finals Result Story (Newsroom: EN, DE, FR, ES, AR, RU, JP, HU, CZ / Distribution: EN, DE, FR, ES)

(Individual Finals Result Stories depending on race results)

Finals News Cut (Newsroom / Distribution: EN, DE, FR, ES)

Pilot Selects (Newsroom / Distribution: EN, DE, FR, ES)

### Monday, June 25

Quotes of the Weekend (Newsroom: EN)

### Wednesday, June 27

Follow-up story race winner (Newsroom: EN, TBA)

**Please find below the highlights of the digital schedule** (Note this is all subject to change):

|          |        |            |                                     |
|----------|--------|------------|-------------------------------------|
| 18.06.18 | VIDEO  | Pre-Race   | Teaser                              |
| 19.06.18 | SOCIAL | Activation | Chain Bridge - Unique Flight Window |

# SIOSZ TARTALOMNAPTÁR

A SIOSZ és a tagiskolák közösségi média kommunikációjának összehangolása

- SIOSZ kommunikációs üzeneteinek átadása.
- SIOSZ események egységes és egy időben történő közzététele.
- A tanév és a sportnaptár minden iskolát érintő eseményeiről összehangolt kommunikáció.
- Útmutató és tervezést támogató segédlet.
- A tagiskola saját stílusa és önállósága megmarad.



# ÖSSZEHANGOLT KOMMUNIKÁCIÓ

Hogyan válasszuk ki a csatornákat és használjuk a közösségi médiát?

# A digitális jelenlét fontossága



**FOOTBALL  
SCHOOL**



**Hitelesség növelése**

Egy egységes digitális kommunikáció segít a sportiskoláknak professzionális, megbízható képet kialakítani.  
Növeli a szponzori bizalmat és megkönnyíti a kapcsolatfelvételt.  
PL. Azonos edzőruhák, saját példa PEAC.

# A digitális jelenlét fontossága

## Szurkolói bázis építése:

A rendszeres, strukturált kommunikáció segíti az elkötelezett rajongói közösség növekedését.

## Manchester City Football Group

Az akadémiák ugyanazt a márkát képviselik online és offline, központilag irányított kampányokkal növelik a globális láthatóságot.

<https://www.mancity.com/city-football-schools/ypd>



# Mire érdemes figyelni?

Képarány: Facebook vs Instagram

Posztolási idő

Hashtagek használata

Figyelemfelkeltés, felhívás

Emojik használata



**Kozármisleny FC**  
4 d · 🌐

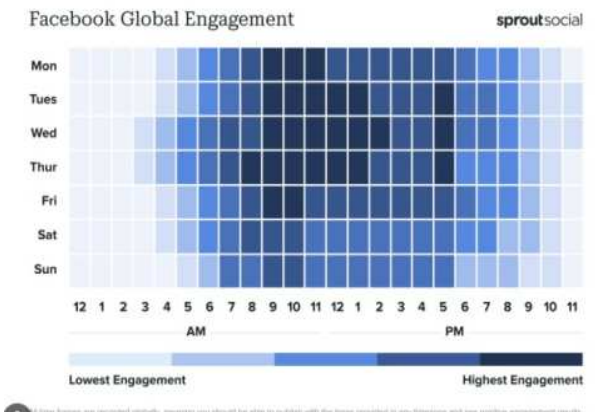
📢 Holnap újra bajnoki mérkőzést játszik csapatunk 📌

🕒: Szombat, 15:00 óra  
📍: Szent Gellért Fórum

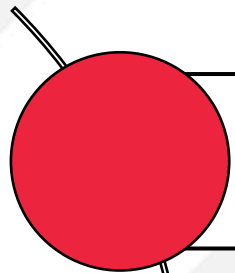
Hajrá, Misleny! 🌐🌐  
#kékfehér #HajráMisleny



youtube.com  
Szeged-Csanád Grosics Akadémia - HR-Rent

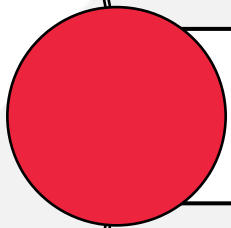


# Instagram képarányok – miért fontosak?



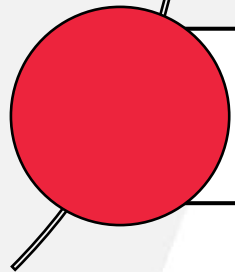
**Feed posztok:1:1 (Négyzetes):** A klasszikus Instagram képarány, amely biztosítja a teljes vizuális tartalom központi megjelenését.

Előny: Minden eszközön egységesen jelenik meg.



**Portré (4:5):** Egyre népszerűbb formátum, mivel a kép nagyobb részt foglal el a képernyőn, így jobban megragadja a figyelmet.

Előny: Nagyobb láthatóság a feedben, több figyelem.



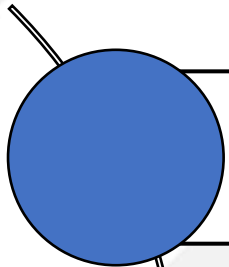
**Történetek (9:16):** Ez a képarány a teljes képernyőt kitölti a történeteknél, maximalizálva a felhasználói élményt.

Tipp: Mindig ügyelj arra, hogy ne maradjanak fontos elemek a kép szélén, mert azok lemaradhatnak.

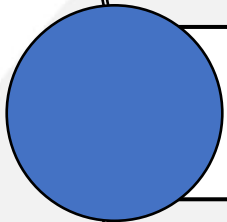
# Instagram képarányok



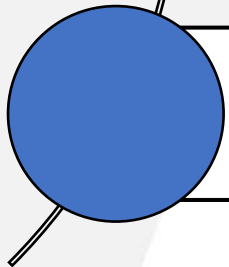
## Facebook képarányok – miért fontosak?



**Feed posztok:1:1 (Négyzetes):** Ugyanúgy működik, mint Instagramon, minden eszközön egységes megjelenést biztosít.

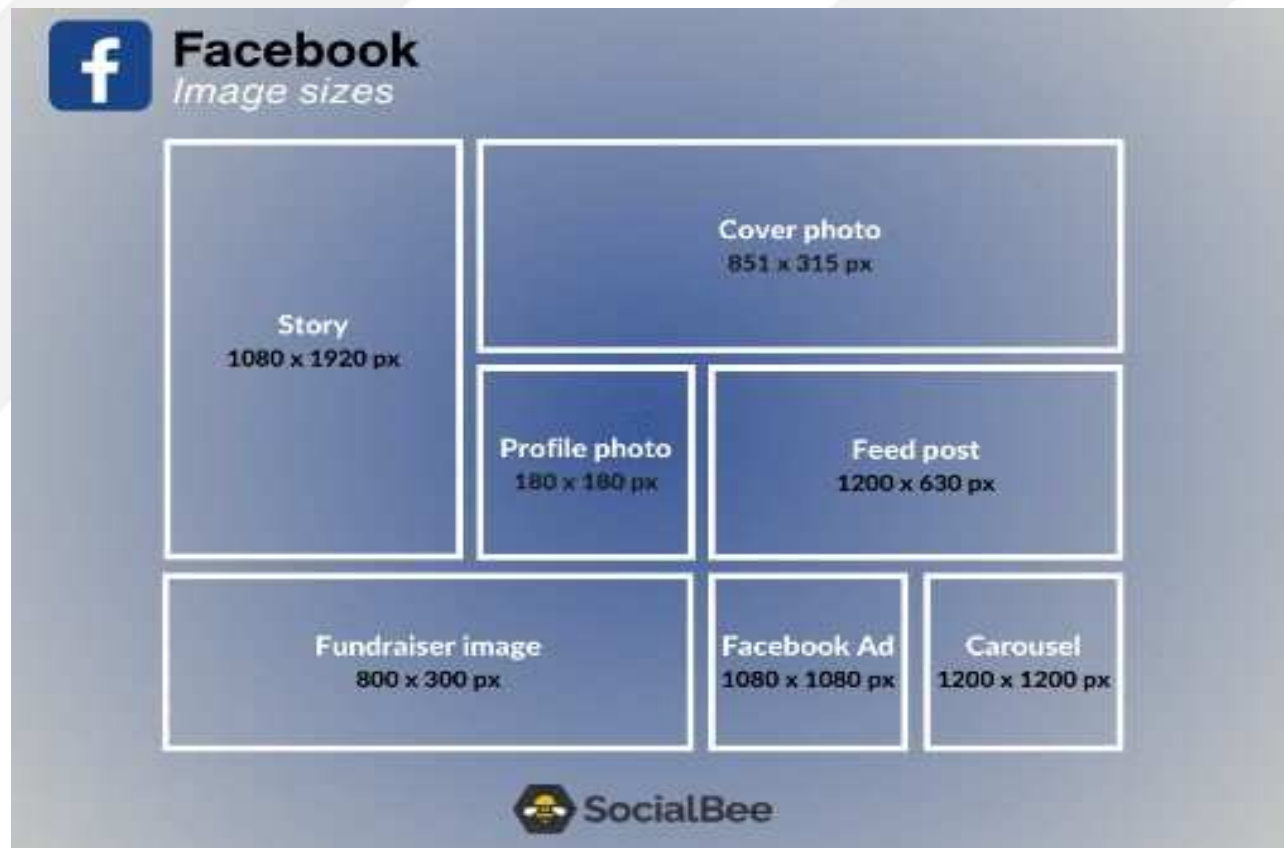


**16:9 (Szélesvásznú):** Főleg videókhoz használt képarány, amely jobban illeszkedik a Facebook hírfolyamához és videós megjelenéséhez.



**Történetek (9:16):** Ugyanaz a képarány, mint Instagramon, teljes képernyős élményt nyújt a történeteknél. Tipp: Fontos, hogy a történet méret optimalizálva legyen mind a két platformhoz.

# Facebook képarányok



# Posztolási idő optimalizálása – Miért fontos?

## Célközönség aktivitása:

A legjobb időpontok a posztolásra attól függnnek, mikor aktív a célközönséged. Például a munka előtti, ebéidő körüli vagy esti időpontok általában jó eredményeket hoznak.

## Platformfüggő idők:

**Instagramon:** A hét közepén, különösen szerdán és csütörtökön reggel és délután hatékony.  
**Facebookon:** Hétfőn, szerdán és csütörtökön kora délután (1-3 óra) ideális a nagyobb eléréshez.

## Tesztelés és elemzés:

Fontos, hogy próbálkozz különböző időpontokkal, és elemezd a posztjaid eredményeit. Az elemzések alapján finomíthatod a stratégiád, hogy mikor érdemes posztolni.

## Best times to post on Facebook

|           |                  |        |
|-----------|------------------|--------|
| Monday    | 9 a.m. to noon   |        |
| Tuesday   | 9 a.m. to 2 p.m. | 5 p.m. |
| Wednesday | 9 a.m. to 3 p.m. | 5 p.m. |
| Thursday  | 8 a.m. to 2 p.m. | 5 p.m. |
| Friday    | 9 to 11 a.m.     |        |
| Saturday  | 8 to 11 a.m.     |        |
| Sunday    | 9 to 11 a.m.     |        |

All time frames are recorded globally, meaning you should be able to publish with the times provided in any timezone and see positive engagement results.

# Mire érdemes figyelni?

**Hashtagek:**

**Elérhetőség növelése:** Szélesebb közönség elérése célzott hashtagekkel.

**Instagram:** 5-10 releváns hashtag ajánlott.

**Facebook:** Kevesebb, 1-2 hashtag használata hatékonyabb.

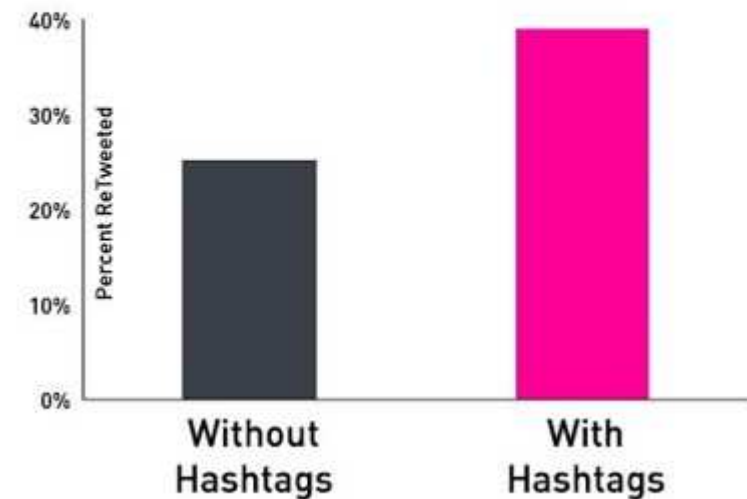
**Emojik:**

**Érzelmi kapcsolat:** Segítenek hangulatot és érzelmi kapcsolatot teremteni.

**Vizuális szünetek:** Megtörik a szöveg monotonitását és vonzóbbá teszik a posztot.

**Tipp:** Mindig releváns emojikat és hashtageket használj!

## Effect of Hashtags on ReTweets



By DanZarrella of HubSpot



## AI és automatizáció a közösségi médiában

Személyre szabott tartalmak készítése AI segítségével  
Az AI lehetővé teszi a közönség igényeihez igazított posztok létrehozását.

Személyre szabott képek készítése

Tartalom ötletek generálása

Fogalmazás hashtagek ellenőrzésére kiváló



## Gyakorlati példa

Kiss Sándor 14 éves nagyon tehetséges birkózó, aki a hétvégén Budapesten az országos bajnokságon első helyen végzett 50kg-ban. Írj nekem erről egy posztot facebookra az iskolai oldalra. Sándor a diákunk. Használj hashtageket és emojikat.

**Próbáljuk ki!**

## Néha AI sem kell...

Marketingest keresünk!  
Vagyunk jelentkezéssel!  
info@kozarmislenyke.hu 😊



# KÉRDÉSEK ÉS VÁLASZOK

# META BUSINESS SUITE

Facebook és Instagram fiókok kezelése egy helyen

## Meta Business Suite

**Közösségi médiás tevékenységek kezelése egy helyről**  
Optimalizálás és elemzés egy platformon.

### Funkciók

**Hirdetések optimalizálása:**

Részletes elemzések alapján növelhető a hatékonyság.

**Posztok ütemezése:**

Előre ütemezett posztok biztosítják a folyamatos jelenlétet.

**Elemzések használata:**

Részletes statisztikák a posztok teljesítményéről, az eredmények alapján könnyen optimalizálhatóak a kampányok.

Meta Business Suite

sportsmarketing.hu

Home

Notifications

Planner

Content

Insights

Inbox

Monetisation

Ads

All tools

menüsor



sportsmarketing.hu  
Facebook followers 2.9K | Instagram followers 430

Create Post | Create Reel | Create Story | Go Live | More



követőszámok

To-do list  
Check unread messages, comments and other things that may require your attention.

poszt készítés

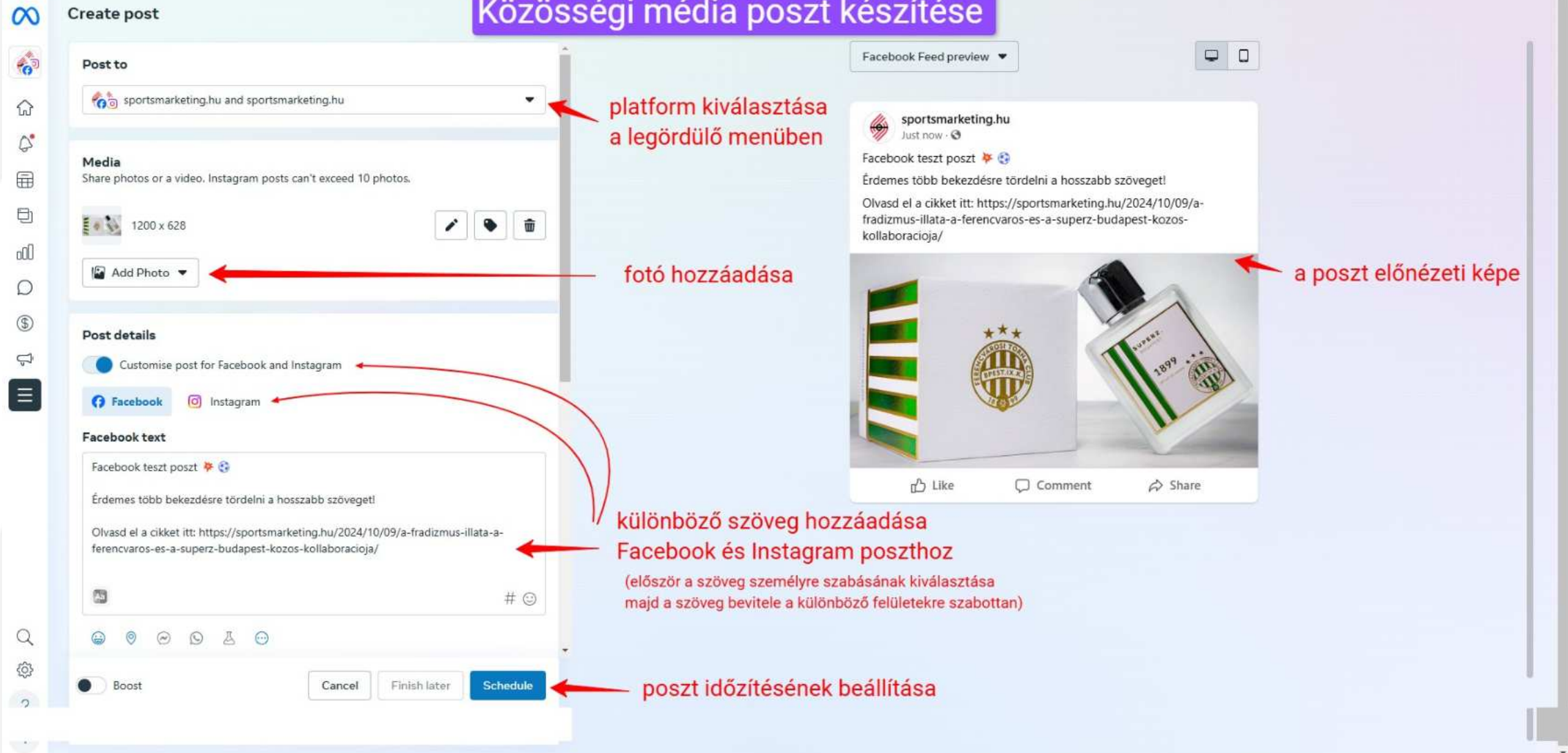
You're up to date on your to-do list.

Weekly plan 1 day left  
Set your business up for success by completing recommended tasks.

| Complete at least 5 tasks to finish this plan.   |       |  |       |
|--|-------|--|-------|
| 1 of 7 tasks completed   |       |  |       |
|  Publish one ad | 0 / 1 |  Publish one story on Instagram | 0 / 1 |
|  |       |  Publish 4 posts on Facebook    | 3 / 4 |

Search  
Settings  
Help

## Közösségi média poszt készítése



**platform kiválasztása a legördülő menüben**

**fotó hozzáadása**

**különböző szöveg hozzáadása Facebook és Instagram poszthoz**  
(először a szöveg személyre szabásának kiválasztása majd a szöveg bevitele a különböző felületekre szabottan)

**poszt időzítésének beállítása**

**a poszt előnézeti képe**

**Facebook Feed preview**

**Post to**  
sportsmarketing.hu and sportsmarketing.hu

**Media**  
Share photos or a video. Instagram posts can't exceed 10 photos.  
1200 x 628  
Add Photo

**Post details**  
Customise post for Facebook and Instagram  
Facebook Instagram

**Facebook text**  
Facebook teszt poszt  
Érdeemes több bekezdésre tördelni a hosszabb szöveget!  
Olvasd el a cikket itt: <https://sportsmarketing.hu/2024/10/09/a-fradizmus-illata-a-ferencvaros-es-a-superz-budapest-kozos-kollaboracioja/>

Boost Cancel Finish later Schedule

Facebook Feed preview

sportsmarketing.hu Just now · 🌐

Facebook teszt poszt 🌐 🌐

Érdeemes több bekezdésre tördelni a hosszabb szöveget!  
Olvasd el a cikket itt: <https://sportsmarketing.hu/2024/10/09/a-fradizmus-illata-a-ferencvaros-es-a-superz-budapest-kozos-kollaboracioja/>

Like Comment Share

## Content

Schedule, publish and manage posts and stories, and more.

### Posztok kezelése




Export Data Create reel Create post

Content

- Posts and reels
- Stories
- A/B tests
- Feed and grid
- Mentions and t...
- Clips
- Collections
- Playlists
- Series

Published Scheduled Drafts Expiring Expired

Filter Clear Search Last 90 days: 27 Jul 2024 - 24 Oct 2024 Columns

| Title  | Date published   | Status | Distribution |
|--|------------------|--------|--------------|
| <input type="checkbox"/>  Az olimpiai ezüstérmes, világ és Európa-ba...<br>Photo · sportsmarketing.hu | 24 October 16:55 | Boost  | --           |
| <input type="checkbox"/>  Második alkalommal tette közzé az MLSZ -...<br>sportsmarketing.hu         | er 07:50         | Boost  | +1.2x        |
| <input type="checkbox"/>  A Medalyst sportegyesületek működését s...<br>sportsmarketing.hu          | er 17:37         | Boost  | -1.1x        |

posztok menüpont kiválasztása

publikált, időzített és vázlatként elmentett posztok közötti választás

a ...-ra kattintva megnyílnak a poszt szerkesztési opciók

a posztra kattintva megjelennek a statisztikái

tartalom menüpont kiválasztása

- View Insights
- Edit Post
- Duplicate Post
- Delete post
- Copy Post ID

**Planner**  
Plan your marketing calendar by creating, scheduling and publishing content.

**Meta Business Suite tartalomnaptár a saját posztok áttekintésére**

Week Month Today

October 2024

Content type: All Shared to: All

Goals More

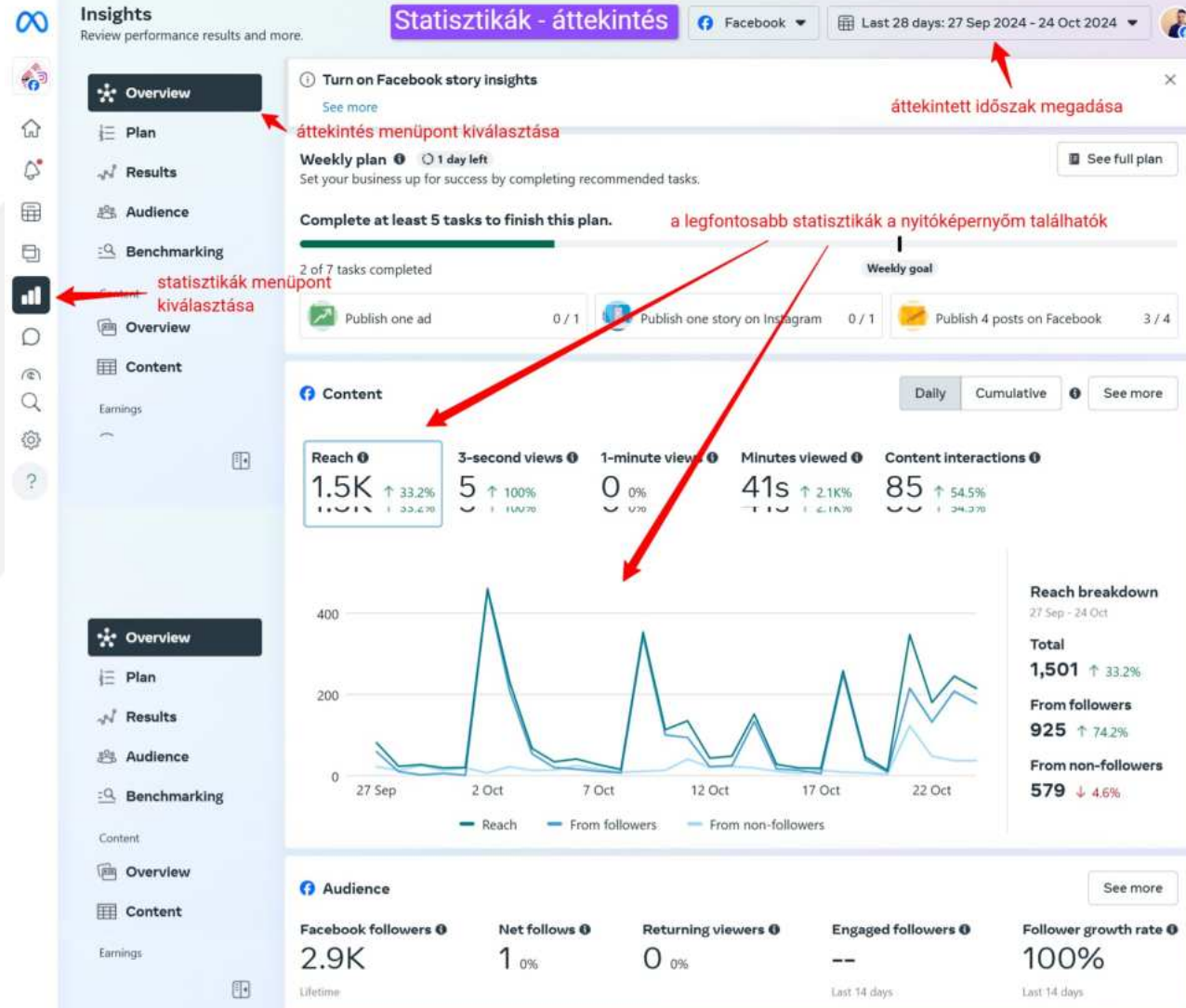
Goals  
Set a goal, track progress and learn helpful tips for your professional success.  
Start new goal  
Consider boosting a recent post, so audiences that don't follow you may see it.  
Boost

lapozás a hónapok között

váltás heti és havi nézet között

korábbi és beidőzített posztok áttekintése (a Facebook és Instagram posztokat az adott platform logójával jelöli a rendszer)

| Sunday | Monday | Tuesday | Wednesday | Thursday | Friday | Saturday |
|--------|--------|---------|-----------|----------|--------|----------|
| 29     | 30     | 1       | 2         | 3        | 4      | 5        |
|        |        |         | 16:40     | 16:35    |        |          |
| 6      | 7      | 8       | 9         | 10       | 11     | 12       |
|        |        |         | 09:45     | 07:55    | 12:21  |          |
| 13     | 14     | 15      | 16        | 17       | 18     | 19       |
|        | 13:25  |         |           |          | 16:50  |          |
| 20     | 21     | 22      | 23        | 24       | 25     | 26       |
|        | 17:37  |         | 07:50     | 16:55    | 19:00  | 19:00    |
|        |        |         |           |          |        | 20:00    |
| 27     | 28     | 29      | 30        | 31       | 1      | 2        |
|        | 20:00  |         | 19:05     | 16:55    |        |          |



**Insights**  
Review performance results and more.

**Statisztikák - áttekintés** Facebook Last 28 days: 27 Sep 2024 - 24 Oct 2024

**Turn on Facebook story insights**  
See more  
áttekintés menüpont kiválasztása

**Weekly plan** 1 day left  
Set your business up for success by completing recommended tasks.  
Complete at least 5 tasks to finish this plan. a legfontosabb statisztikák a nyitóképernyőn találhatóak

2 of 7 tasks completed

**Weekly goal**

- Publish one ad 0 / 1
- Publish one story on Instagram 0 / 1
- Publish 4 posts on Facebook 3 / 4

**Content** Daily Cumulative See more

**Reach** 1.5K ↑ 33.2%  
1.3K ↑ 33.4%

**3-second views** 5 ↑ 100%  
114,700

**1-minute views** 0 0%  
0,70

**Minutes viewed** 41s ↑ 2.1K%  
115 ↓ 1,18,70

**Content interactions** 85 ↑ 54.5%  
24,370

**Reach breakdown**  
27 Sep - 24 Oct

**Total** 1,501 ↑ 33.2%

**From followers** 925 ↑ 74.2%

**From non-followers** 579 ↓ 4.6%

**Audience** See more

**Facebook followers** 2.9K  
Lifetime

**Net follows** 1 0%  
Last 14 days

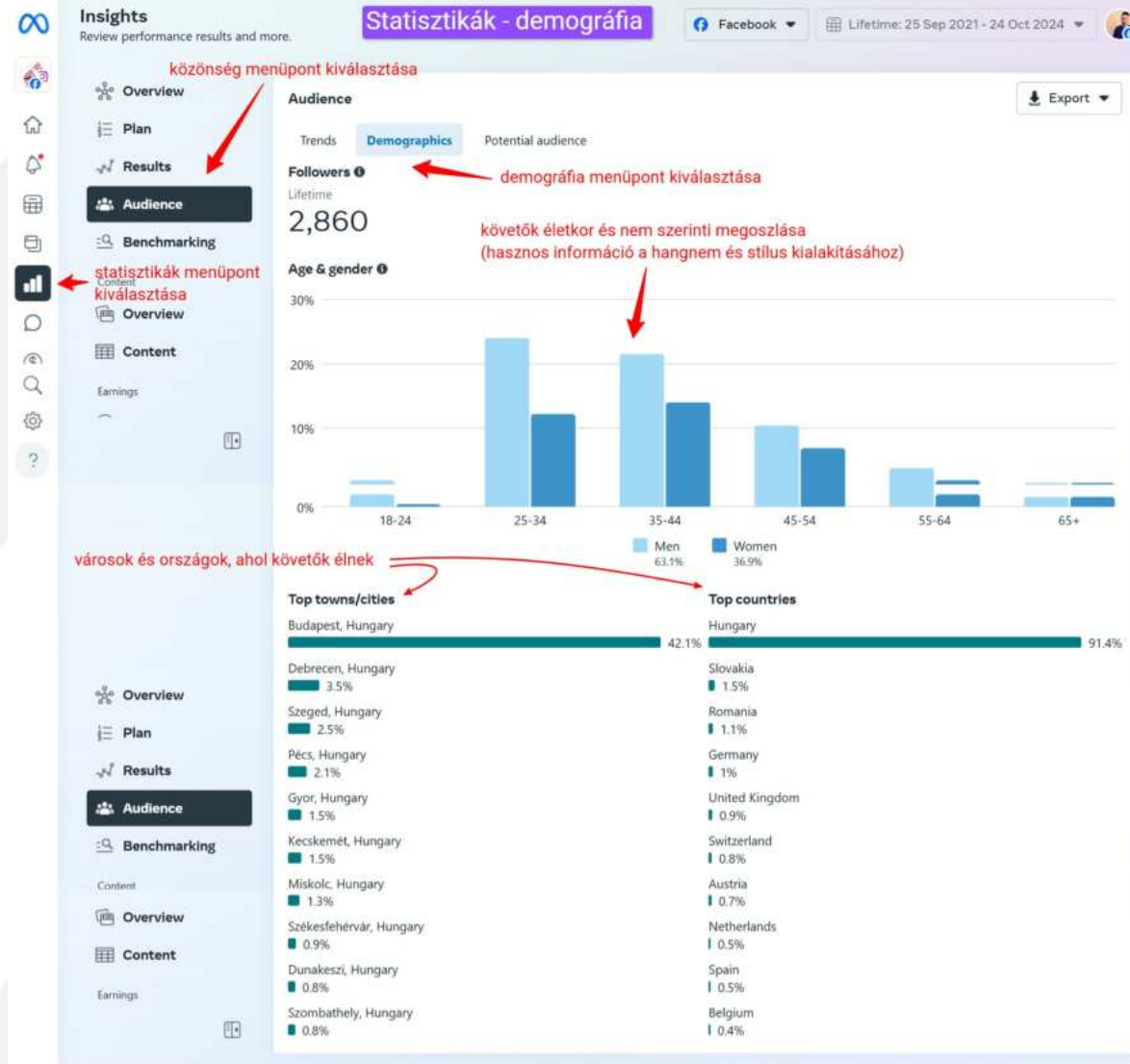
**Returning viewers** 0 0%  
Last 14 days

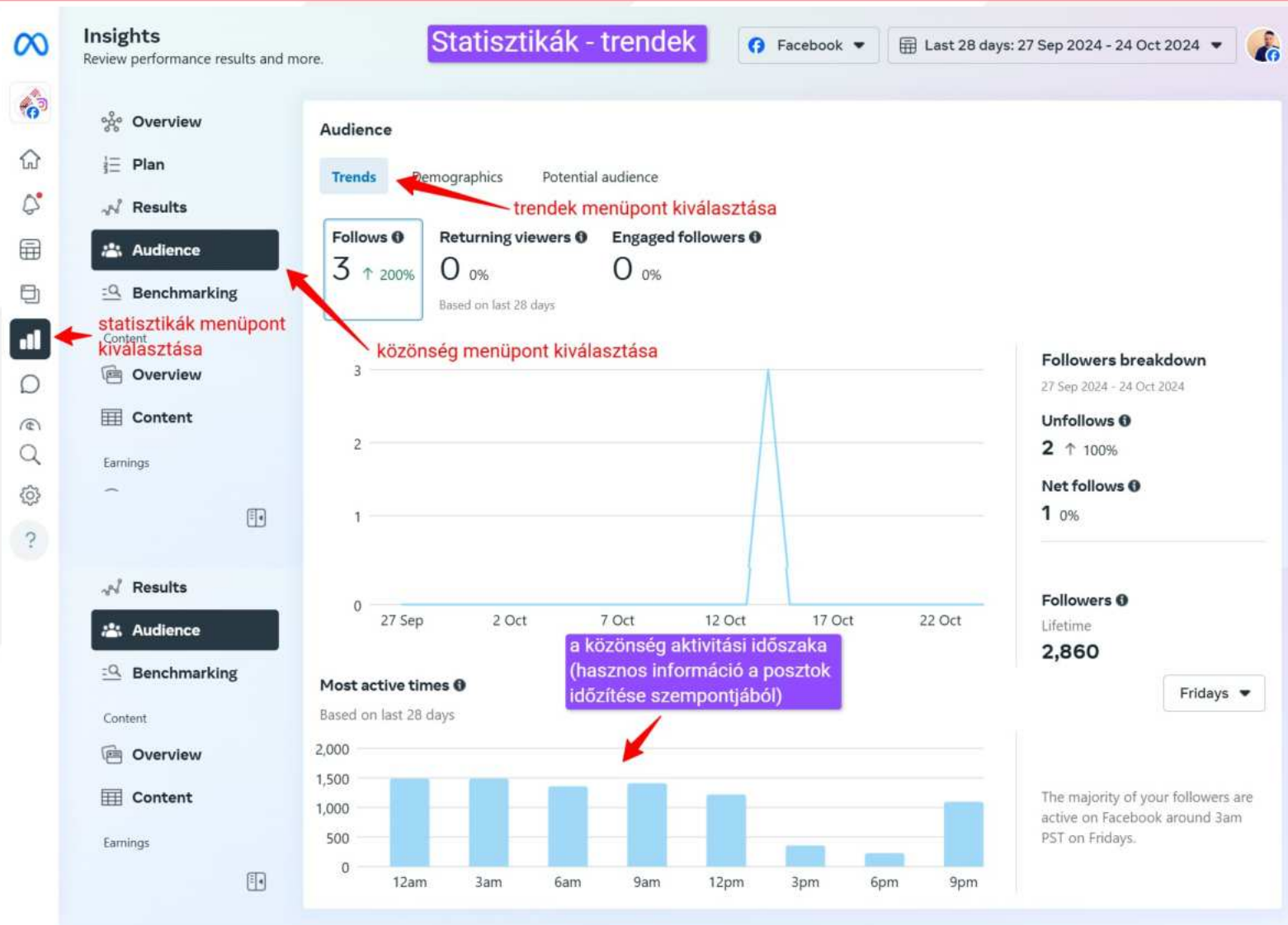
**Engaged followers** --  
Last 14 days

**Follower growth rate** 100%  
Last 14 days

**Annotations:**

- statistikák menüpont kiválasztása (points to the 'Statisztikák - áttekintés' menu item)
- áttekintett időszak megadása (points to the date range selector)
- statistikák menüpont kiválasztása (points to the 'Overview' menu item in the left sidebar)





# ESETTANULMÁNY

HR-Rent Kozármisleny – Idősek napja 2023

# Idősek napja 2023

**Big Idea:** A sportcsapatoknak nem divat foglalkozni az idősokkal, nincs sok ilyen példa -> foglalkozzunk MI elsőként, legyenek ők a kampány középpontjában -> Csináljuk máshogy, mint a többiek.

**Üzenet:** Foglalkozzunk az idősokkal, becsüljük meg őket! -> egyszerű üzenet  
Kapcsolódjon Kozármislenyhez és a focihoz -> Taki bácsi és Edit néni (55 éve házaspár és szurkolók)

**Timing:** Idősek napja október 1.

**Költségtervezés:** Fotós, videós, stylist, ruhák, helyszín, kellékek, hirdetés, smink, fodrász -> alacsony büdzsé -> barter

**Megvalósítás:** Meseszép helyszín kiválasztása, Képenként a helyszínek bejárása

**Utómunka:** Videós koncepció kidolgozása és képek szerkesztése

**Kommunikáció:** Egységes kommunikáció meghatározása, mi legyen az üzenet, kiknek szóljon? Mikor posztoljunk?

Eredmény



## Interakciók

Reakciók **2416**

Reakciók bontása



1885



535



2



1



0

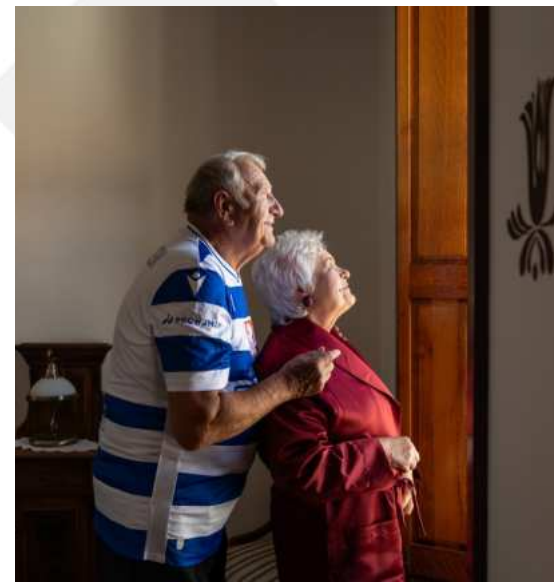


0

Hozzászólások **186**

Megosztások **334**





# GYAKORLATI PÉLDÁK

HR-Rent Kozármisleny



## Mezbe mutató

Az országban talán egyedüliként egy különleges marketing kampányt álmotunk meg egy fotósorozattal és kisfilmmel, ahol a divatot ötvöztük a sporttal.

Egy együttműködés keretében a KLOÉ Fashionnel a fiúkat lányokra, a stoplist magas sarkúra, a nadrágot szoknyára cseréltük.

A kampány több ezer emberhez jutott el és ezrek reakcióit váltotta ki, amivel a szurkolók azonosulni tudtak.

## Meccsélmény - *show*

A Gyirmót FC Győr elleni hazai mérkőzésünkön meghívtuk a mecseki tűz oltásában résztvevő tűzoltókat és önkénteseket. Ünneplés keretében köszöntöttük őket, a mérkőzés előtt pedig lehetőséget biztosítottunk, hogy a gyermekek kipróbálják a tűzoltókocsikat, quadokat, rendőrautókat. Féligében az országban egyedülként tűzoltók locsolták a pályát, ami szintén izgalmas SHOW elem volt. Ezeknek köszönhetően rengeteg embert, családot sikerült a stadionunkba csalni.



## Meccsélmény - *kezdőrúgó*

Folytattuk a hagyományt és igyekeztünk aktívan bevonni a szurkolókat a meccsnapokon

Volt, hogy egy tűzoltó , törzsszurkoló vagy éppen egy életmentő hős végezte el a kezdőrúgást

Nem csak a kezdőrúgást végezték el, de külön poszttal ki is emeltünk az oldalainkon, ami nagyon fontos , hiszen aki nem volt kint az is láthatta ezeket a szimpatikus közönséget bevonó aktivitásokat

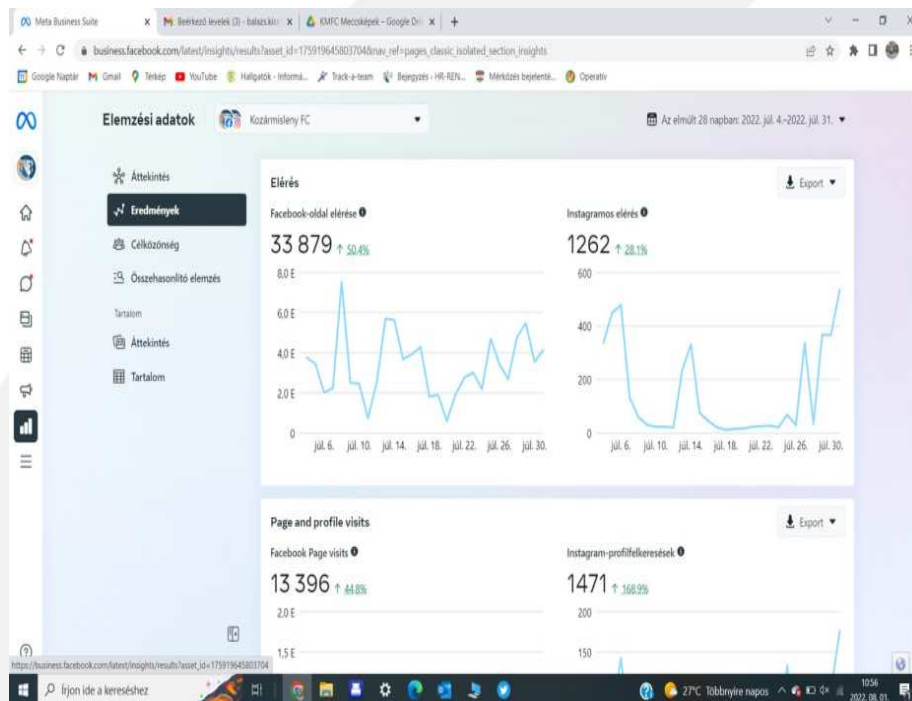


**Ezek miért is  
hasznosak egy  
szervezetnek ?**

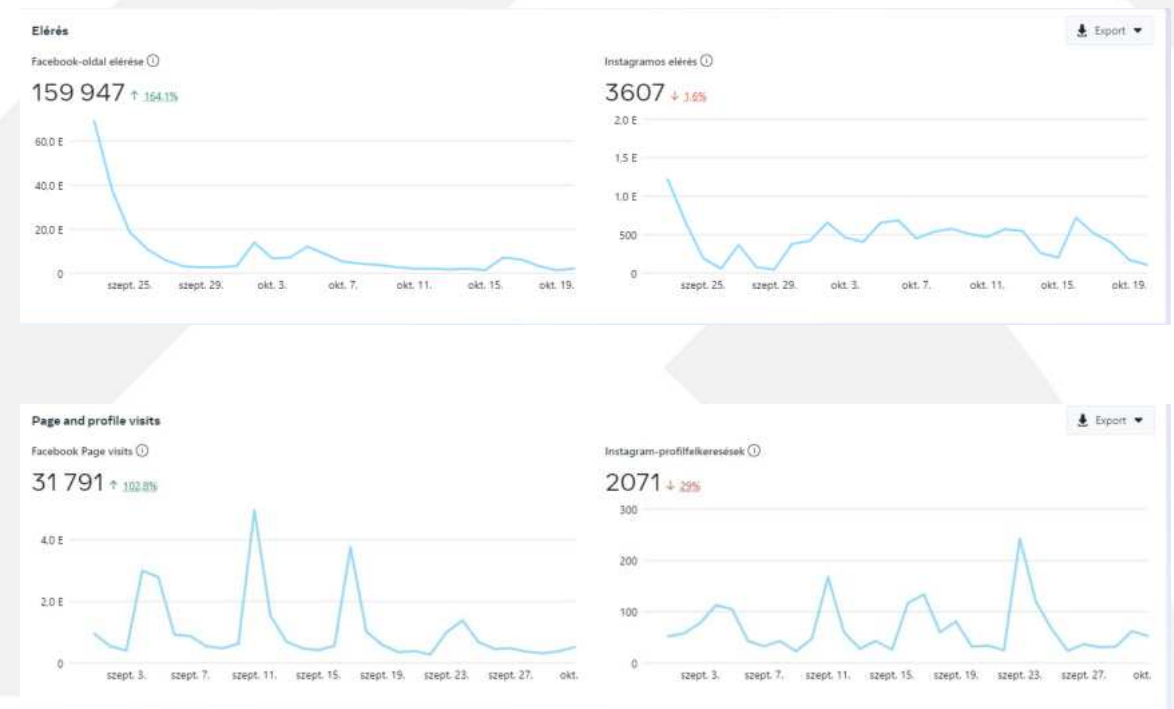


# Social media - eredmény

## Akkor



## Most

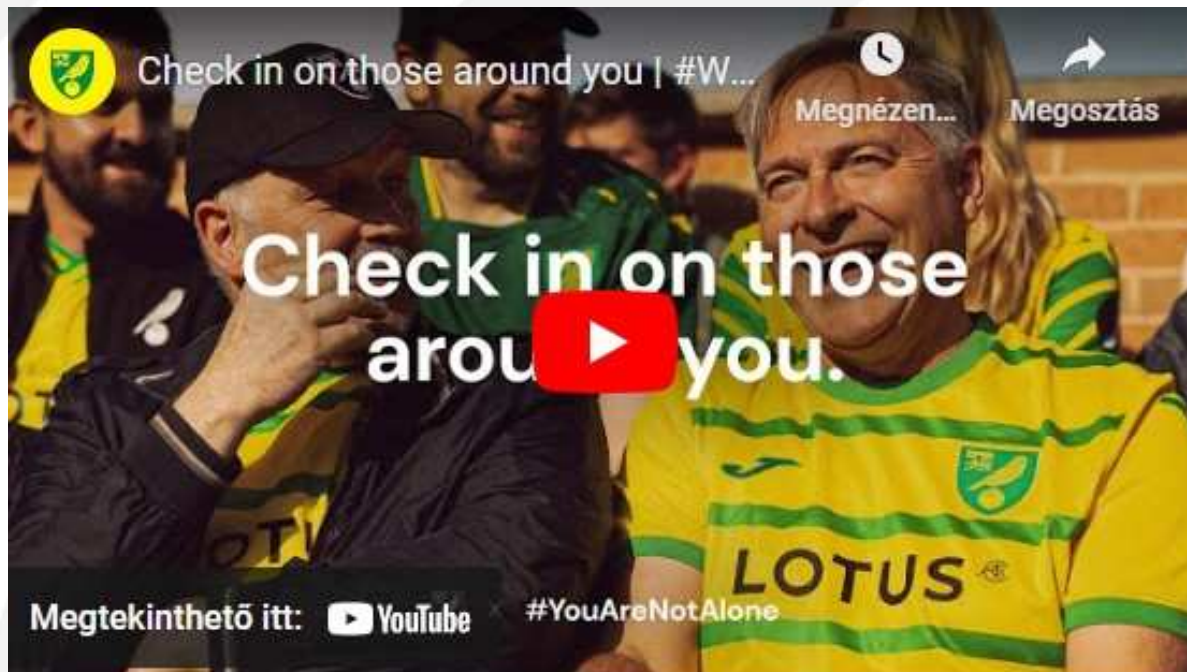


\* Mindkét esetben 1 hónap ( 28 nap ) eredményét hasonlítottam össze.



# KREATÍV KAMPÁNYOK

# Egy jó kampány nem pénz kérdése!



## Kampány célja

•**Üzenet:** Felhívni a figyelmet a mentális egészség fontosságára, különösen a férfiak körében, ahol az öngyilkosság a vezető halálok az 50 év alattiak között az Egyesült Királyságban.

## Társadalmi reakció és elismerés:

•**Nézettség:** A hirdetés egy hét alatt 53,3 millió megtekintést ért el, és az UEFA is elismerését fejezte ki.

•**Nyilvános támogatás:** Olyan közszereplők, mint Roman Kemp és Vivianne Miedema, dicsérték a kampányt, amiért hatékonyan ábrázolja a mentális egészség témáját.

•**Közösségi hatás:** A szurkolók megosztották személyes történeteiket, és elismerték a klub mentális egészségtámogató kezdeményezését.

## Link:

[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=11&v=tX8TgVR33KM&embeds\\_refering\\_euri=https%3A%2F%2Fwww.bannerflow.com%2Fblog%2F7-great-sports-marketing-campaigns&embeds\\_referring\\_origin=https%3A%2F%2Fwww.bannerflow.com&source\\_ve\\_path=Mjg2NjY](https://www.youtube.com/watch?time_continue=11&v=tX8TgVR33KM&embeds_refering_euri=https%3A%2F%2Fwww.bannerflow.com%2Fblog%2F7-great-sports-marketing-campaigns&embeds_referring_origin=https%3A%2F%2Fwww.bannerflow.com&source_ve_path=Mjg2NjY)



**Köszönjük, Anya!**

<https://player.hu/kult/thank-you-mom-a-legmegh-atobb-olimpiai-kisfilm>

# Kampány: A 2017-es "It" Horrorfilm Kreatív Marketingje Sydney-ben

**Cél:** Figyelem megragadása egy szokatlan, félelmet keltő marketing megoldással, amely közvetlenül kapcsolódik a film ikonikus jelenetéhez.

**Kreatív megvalósítás:** Piros lufi a csatornában -> Egyszerű, de hatásos elem. Egyetlen piros, héliummal töltött lufit helyeztek Sydney városának csatornarácsaihoz, ami azonnali asszociációt keltett a film híres jelenetével, amikor Georgie hajóját a csatorna elnyeli.

**Horror elem megidézése:** Azok számára, akik látták a filmet vagy a trailert, a lufi félelmetes szimbólummá vált, ami erős vizuális és érzelmi reakciókat váltott ki.

**Eredmény:** A kampány sikere abban rejlett, hogy egyszerű vizuális elemmel idézett fel intenzív érzelmeket, megerősítve a film marketingjét. Memorábilis élmény: Az emberek számára a félelem és izgalom keveréke tette különlegessé a kampányt, ami végül mosolyra fakasztotta azokat, akik megértették a referenciát.



# KitKat - "Have a break" Street Bench Campaign



**Cél:** Figyelemfelkeltés a köztereken egy egyszerű, mégis hatásos marketingmegoldással, amely közvetlenül kapcsolódik a KitKat szlogenjéhez: "Have a break...Have a Kit Kat!"

**Kreatív megvalósítás:** Utcai padok átalakítása: A KitKat a városi padokat használta reklámfelületként, ahol az emberek megpihennek. A padokat úgy tervezték meg, hogy úgy nézzenek ki, mint a KitKat szeletei, vizuálisan megerősítve a „szünet” üzenetét.

**Branding az emberek pihenési helyén:** A kampány kreatívan beépítette a pihenőhelyeket a márka üzenetébe, arra emlékeztetve az embereket, hogy „szünetet tartani” ideális alkalom egy KitKat elfogyasztására.

**Eredmény:** Egyszerű és költséghatékony -> A kampány olcsón kivitelezhető volt, mégis nagy hatást ért el azáltal, hogy közvetlen kapcsolatot teremtett a fogyasztók mindennapi tevékenységeivel.

**Erős márkaüzenet:** A vizuális elemek és a helyszín tökéletesen illeszkedtek a KitKat szlogenjéhez, így erősítve a márkaidentitást.

# IWC - "Wrist Reminder" Ambient Marketing Campaign

**Cél:** Diszkrét, de figyelemfelkeltő módon hívni fel az emberek figyelmét az IWC prémium óráira, különösen olyan helyeken, ahol a célközönség, üzletemberek és utazók fordulnak meg.

Kreatív megvalósítás:

**Busz kapaszkodók használata:** Az IWC buszkapaszkodókat használt repülőtéri shuttle buszokon, amelyek úgy voltak kialakítva, hogy azok, akik megfogják a kapaszkodót, úgy nézzenek ki, mintha egy IWC órát viselnének a csuklójukon.

**Környezeti elemek kihasználása:** Ez a gerillamarketing technika hatékonyan használta a környezet elemeit, hogy diszkréten, de hatásosan közvetítse a márka üzenetét: "A csuklódnak hiányzik valami.,,

**Eredmény:** Hatásos vizuális üzenet: Bár nem mindenki fogja így megfogni a kapaszkodót, azok számára, akik igen, a vizuális hatás azonnal nyilvánvaló – és figyelmeztet arra, hogy szükség lehet egy IWC órára.

**Innovatív és emlékezetes:** A kampány kreatívan kapcsolta össze a mindennapi tevékenységeket a luxusórákkal, ezáltal fokozva a márka láthatóságát és emlékezetessé téve azt a célközönség számára.





## Saját példa



<https://www.nemzetisport.hu/labdarugo-nb-ii/2024/09/nb-ii-misleny-mezes-nyugdijasok-életbolcsessegei-az-idosek-vilagnapjara>

<https://nb1.hu/hir/a-foci-mindenkie-meghato-mezbemutato-az-nb-ii-es-csapattol/>



# Összefoglalás

## 1. Légy más, mint mások!

Különbözz a tömegtől;  
Kiemelkedés a zajos piacon: különlegesség és egyediség  
Kérdés: **Miben vagyunk teljesen egyediek?**

## 3. Legyél maximálisan kreatív! Menj el a falig!

A megszokottól való eltérés: új formátumok és csatornák Merj kockáztatni: meglepő, interaktív és figyelemfelkeltő kampányok  
Kérdés: **Mit nem mert még senki megtenni?**

## 2. Látszólag ellentétes témák összekapcsolása

Szokatlan párosítások: **új perspektívák**  
Példák: „Foci és idősek” – élettapasztalat és sport  
„Foci és fogyatékosok” – kitartás és küzdelem

## 4. Racionális üzenetbe emocionális elemek

Érzelem és logika kombinálása: hatásos kommunikáció  
Személyes történetek és érzelmi üzenetek  
Érzelmi kapcsolódás a közönséggel: emberi, szívhez szóló üzenet

# KÉRDÉSEK ÉS VÁLASZOK

**KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!**