

## RÉVÉSZ BALÁZS ONLINE MARKETING

A marketing átalakuló eszköztára



### KULCSFOGALMAK

POE elv, PESO modell, piad média, owned média, earned média, shared média, weboldal, reszponzivitás, user experience (UX), landing page

OLVASÁSI IDŐ

4 PERC

OLVASÓLECKE

[https://mersz.hu/hivatkozas/dj58m\\_174](https://mersz.hu/hivatkozas/dj58m_174)

Olvasólecke: Csordás Tamás – Nyíró Nóra (2013): A marketingkommunikációs eszközök klasszifikációjának kérdése, in: Horváth Dóra – Bauer András: Marketingkommunikáció, stratégia, új média, fogyasztói részvétel, Akadémiai Kiadó

Az internet megjelenése a marketing, ezen belül a marketingkommunikációs tevékenységek rendszerét is jelentősen megváltoztatta. A korábbi reklám, public relations, eladásösztönzés, direkt marketing, személyes eladás felosztás bár továbbra is hasznos és érdekes (különösen az offline marketingben), azonban ez a felosztás nem tudja figyelembe venni igazán a marketingkommunikáció azon elemeit, amelyeket nem a vállalat valósít meg. **A világháló adottságainak köszönhetően azonban az online marketingen belül súlyponteltolódást figyelhetünk meg.** Az online kommunikáció egyre fontosabb szeletét képezi a független harmadik személyek (szereplők) és a vevők által megvalósított kommunikáció, így már nem csupán a **vállalat saját csatornáin** és a **vállalat által kezdeményezett reklámok** segítségével folyik a meggyőzést, bizalomépítést, imázsépítést és értékesítést célzó marketingtevékenység, hanem az online térben nagy számban elérhető **hivatásos kommunikátorok** (online sajtó, influencerek, stb.) és a **magánszemélyek**, fogyasztók tudatos, vagy éppen tudatalatti tevékenységének segítségével. Építve, erősítve ezzel az **Earned és a Shared média** szerepét a marketingkommunikációban.

Az online kommunikáció egyik alappillére a world wide web megjelenése (1991) óta a weboldal. Az elmúlt harminc év során nem csak a weboldalak száma, de az általuk elérhető célok száma is megnőtt, így más-más elvárásoknak kell megfelelniük attól függően, hogy milyen célra hozták létre őket. A fejezet során **megnézzük, hogy melyek azok a legfontosabb tényezők, amelyeknek ma fontos követelményeket állítanak a weboldal készítés elé.**

Jelen tananyag a Szegedi Tudományegyetemen készült az Európai  
Unió támogatásával.



Projekt azonosító: EFOP-3.4.3-16-2016-00014

**SZÉCHENYI** 2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

**Európai Unió**  
Európai Szociális  
Alap



**BEFEKTETÉS A JÖVŐBE**