



TOLNA VÁRMEGYEI
KERESKEDELMI ÉS
IPARKAMARA

FOLYAMATOK ÉS AUTOMATIZÁLÁS AZ ONLINE MARKETINGBEN

TAKARÍTSON MEG IDŐT ÉS
NÖVELJE A HATÉKONYSÁGOT!

ONLINE MARKETING KISOKOS
INFORMÁCIÓS FÜZET SZOROZAT

TARTALOM

Bevezető	03
1. Folyamatokról és automatizálásokról	05
1.1 Miért fontos az automatizálás a vállalkozások számára?	
1.2 Milyen folyamatokat érdemes automatizálni és hogyan?	
1.3 Az automatizálás előnyei mikro- és kisvállalkozások számára	
1.4 Példák automatizálásra	
2. Online marketingautomatizáció építése	09
2.1 Meglévő online marketing folyamatok feltérképezése	
2.2 A folyamatok automatizálásának előfeltételei	
2.3 Az ismétlődő feladatok beazonosítása	
2.4 A folyamatok vizuális megjelenítése	
2.5 Automatizált folyamatok készítése	
3. Online marketingautomatizáció eszközei	14
3.1 Eszközök a gyakorlatból érdeklődőszerzésre	
3.2 Érdeklődőből vásárlóvá formálás automatizálásának eszközei	
3.3 Vásárlás utáni ügyfélmegtartás eszközei	
Záró gondolatok	19



BEVEZETŐ

A digitális tér adta lehetőségek és kihívások folyamatosan változnak, így a vállalkozások számára kulcsfontosságú, hogy a lehető leghatékonyabban használják ki a rendelkezésre álló időt és eszközöket. Itt lépnek be a folyamatok és az automatizációk szerepe, amelyek egyszerre segítik erősíteni a piaci jelenlétet, valamint időt és költségeket takarítanak meg.

Az online marketing folyamatok tervezése és építése lehetővé teszi, hogy minden lépés átláthatóvá váljon a célok eléréséhez vezető úton. Az automatizált online marketing rendszerek alkalmazása pedig még ennél is többet kínál. Az ismétlődő, manuális feladatok egyszerűsítése és automatizálása révén jelentős idő és erőforrás szabadítható fel, amelyet a vállalkozás növekedésére, új ügyfelek megszerzésére vagy a szolgáltatások fejlesztésére fordíthat.

Az automatizáció nem csupán a nagyvállalatok kiváltsága, hanem a kis- és középvállalkozások számára is létfontosságú eszköz, amellyel felgyorsíthatják és megkönnyíthetik a mindennapi teendőket. Az átgondoltan felépített marketingfolyamatokkal és automatizációkkal még a kisvállalkozások is versenyképesen működhetnek a piacon, hatékonyabban érhetik el célközönségüket, és jobb ügyfélélményt biztosíthatnak számukra.

Ebben az információs füzetben megvizsgáljuk hogyan, milyen eszközökkel lehet lépésről lépésre felépíteni az online marketing folyamatait és automatizációit, és miként érdemes megközelíteni az automatizálás kérdését annak érdekében, hogy Ön a lehető legtöbb időt takarítsa meg, és közben a lehető leghatékonyabb eredményeket érje el a vállalkozásában.

Az információs füzetet összeállította:

Válóczi Károly
marketing mentor - business coach
valoczikaroly.hu | +36 30 377 1938



1. FOLYAMATOKRÓL ÉS AUTOMATIZÁLÁSOKRÓL

1.1 Miért fontos az automatizálás a vállalkozások számára?

A vállalkozás működtetése mellett az online marketing világában is a hatékony időgazdálkodás kulcsfontosságú. A vállalkozásoknak nem csak jelen kell lenniük a digitális térben, hanem mellette folyamatosan figyelniük, és reagálniuk kell a piac változásaira, kezelniük szükséges az ügyfelekkel való kommunikációt, ügyfeleket kell szerezniük, akik vásárolnak.

Az automatizálás azért válik egyre fontosabbá, mert:

- ➔ **Időt takaríthat meg.** Az ismétlődő, manuális marketing feladatok automatizálása jelentősen csökkenti a munkaterhelést, így a vállalkozók több időt tudnak fordítani például stratégiai tervezésre.
- ➔ **Növelheti a hatékonyságot.** Az automatizált folyamatok segítenek pontosabban, gyorsabban és megbízhatóbban végrehajtani a marketingfeladatokat. A rendszerek emberi beavatkozás nélkül is folyamatosan működnek.
- ➔ **Személyre szabottabb marketing lehetőséget nyújthat.** Automatizálással könnyebben létrehozhatók olyan kampányok, amelyek személyre szabottabban szólnak a célközönséghez.

- ➔ **Növelheti a költséghatékonyságot.** Az automatizált marketing rendszerek bevezetése kezdeti befektetést igényelhet, de hosszú távon csökkenthetik az emberi munkaerő iránti igényt, ezáltal optimalizálva a vállalkozások költségvetését.

1.2 Milyen folyamatokat érdemes automatizálni és hogyan?

Automatizálás bevezetése előtt fontos megérteni néhány alapelvet, amelyek segítenek meghatározni, **milyen folyamatokat érdemes automatizálni** és hogyan lehet azokat hatékonyan bevezetni.

- ➔ **Folyamatok elemzése.** Az automatizálás nem old meg minden problémát. Először is át kell tekinteni a meglévő, jelenleg működő marketingfolyamatokat, és azonosítani azokat az ismétlődő lépéseket, amelyek automatizálhatók.
- ➔ **Célok meghatározása.** Minden automatizálás előtt egyértelmű célokat kell kitűzni. Ez lehet például webáruháznál automata ügyfélszolgálat bevezetése vagy ügyfélvisszajelzést gyűjtő e-mail kampányok automatizálása.
- ➔ **A megfelelő marketing eszközök kiválasztása.** Manapság már rengeteg marketingautomatizálási eszköz áll rendelkezésre, amelyek különböző funkciókat kínálnak. A vállalkozás méretéhez és szükségleteihez megfelelő eszközök kiválasztása kulcsfontosságú a hatékony automatizáláshoz.

- ➔ **Folyamatos mérés és finomítás.** Egy online marketing-automatizálási folyamat bevezetése nem egy végleges lépés, hanem az folyamatos felülvizsgálatot és finomítást igényel. A teljesítménymutatók nyomon követése segít a rendszer hatékonyságának javításában, és a további fejlesztési lehetőségek beazonosításában.

1.3 Az automatizálás előnyei mikro- és kisvállalkozások számára

A mikro- és kisvállalkozások számára nagy előnyt jelenthet az automatizálás.

- ➔ Az online marketing automatizálása segítségével kevesebb munkaerővel is **versenyképesek maradhatnak.**
- ➔ **Gyorsabb reagálhatnak az ügyfelek reakcióira.** Például egy chatbot-tal felszerelt automatizált rendszer azonnal válaszolhat a kérdésekre, ezzel növelve az ügyfélélményt és bizalmat.
- ➔ **Átláthatóbbá válhat az ügyfélmenedzsment.** CRM rendszer és hozzá kapcsolt egyéb automatizált online marketing eszközök segítségével a vállalkozások egyszerűbben kezelhetik ügyféladataikat.



1.4 Példák automatizálásra

Példaként két terület, ahol a marketingautomatizálás jelentős időt takaríthat meg:

- ➔ **E-mail marketingben**, ahol automatizált e-mail kampányok segítenek például feliratkozás utáni üdvözlő e-mailek, webáruházak termékajánlók kiküldésében.
- ➔ **Közösségi média kezelésében**, ahol előre ütemezett posztok segítenek a közösségi médiában való jelenlétet anélkül, hogy manuálisan kellene minden egyes tartalmat külön-külön posztolni.



2. ONLINE MARKETING- AUTOMATIZÁCIÓ ÉPÍTÉSE

2.1 Meglévő online marketing folyamatok feltérképezése

Mielőtt bármilyen marketingautomatizálást bevezetnénk, elengedhetetlen, hogy **megvizsgáljuk és átlássuk a vállalkozás meglévő marketing tevékenységeinek folyamatát**. Ez magában foglalja például azt a lépést, hogy egy érdeklődőből hogyan lesz ügyfél, és azt is, hogy hogyan, milyen módon tartjuk a kapcsolatot az ügyfelekkel a vásárlás után.

A következő lépések segítenek feltérképezni ezeket a folyamatokat.

- ➔ **1. Érdeklődőszerezés folyamata.** Milyen forrásokból, milyen módszerekkel érkeznek az érdeklődők: például weboldal, közösségi média, vagy online hirdetések által?
- ➔ **2. Bizalomépítés fázisa.** Mi történik azután, hogy egy érdeklődő kapcsolatba lép a vállalkozásával? Hogyan, milyen eszközökkel kommunikál velük? Hogyan nyújt nekik értéket, építi a bizalmat, amíg el nem jutnak a vásárlásig? E-mailekkel, hírlevél sorozattal, közösségi média posztokkal, vagy más csatornákon keresztül történik ez?

- ➔ **3. A vásárlási folyamata.** Mi a vásárlás meglévő, konkrét folyamata? Hogyan jutnak el az érdeklődők a termékek megvásárlásához? A weboldalon, az e-mail kampányokon vagy egyéb felületeken keresztül? Vajon hogyan lehet ezt a folyamatot automatizálni?
- ➔ **4. Ügyfélmegettartás vásárlás után.** Mi történik a vásárlás után? Van ügyfélkapcsolat kezelésre meglévő folyamat? Például visszajelzések gyűjtésére, kiemelt ajánlatok küldésére, vagy hűségprogramok működtetéséhez? Milyen eszközökkel automatizálhatók ezek?

Az első feladat tehát az, hogy minden lehetséges online marketing folyamatot világosan átláthatóvá tegyen. Ezután már könnyebben lehet tervezni és dönteni, mely lépéseket érdemes és lehet automatizálni.

2.2 A folyamatok automatizálásának előfeltételei

Online marketingautomatizálás sikeres bevezetéséhez a következő előfeltételek megléte szükséges:

- ➔ **Pontos, naprakész és rendezett adatbázisok és listák.** A meglévő ügyféladatokat pontos, naprakész és rendezett (például érdeklődési körre szegmentált) nyilvántartása alapvető fontosságú. Ha például egy e-mail címlista “rendezetlen”, akkor az automatizált e-mail kampányok sem fognak pontosan és hatékonyan működni.

- ➔ **Cél meghatározása.** Tisztázza, hogy mi a célja az automatizálásnak. Növelni akarja a vásárlások számát? Csökkenteni az ügyfélszerzési időt? Növelni a visszatérő vásárlók arányát? Az egyértelmű cél segít a megfelelő folyamat és kapcsolódó automatizáció elkészítésében.
- ➔ **Integrált rendszerek.** Nézze át, hogy a meglévő marketing eszközei képesek együttműködni-e egymással. Például webáruházban történő vásárlás utáni ügyfélvélemény automata gyűjtéséhez az e-mail marketing platform, és a webáruház közötti integráció elengedhetetlen a zökkenőmentes automatizáláshoz.

2.3 Az ismétlődő feladatok beazonosítása

Az online marketing folyamatok gyakran tartalmaznak olyan ismétlődő feladatokat, amelyeket automatizálhatunk. Ezek beazonosítása kulcsfontosságú az időmegtakarítás és a hatékonyság növelése érdekében.

A következőkben néhány tipikusan ismétlődő feladatot említünk meg, amelyek jól automatizálhatók.

- ➔ **E-mailek és hírlevelek küldése.** Gyakori, hogy egy bizonyos eseményre automatikusan küldhetünk ki e-maileket, akár e-mail sorozatot is. Ilyen esemény lehet például a hírlevélre való feliratozás utáni levélsorozat, vagy a webáruházból kiküldött elhagyott kosár emlékeztető levele.

- ➔ **Közösségi média bejegyzések ütemezése.** A rendszeres posztolás időigényes feladat lehet. Az automatizált eszközök segítségével előre beállíthatja a posztokat a különböző csatornákra, így ezek automatikusan megjelennek a tervezett időpontban.
- ➔ **Remarketing hirdetési kampányok.** Olyan hirdetések beállításának lehetősége, amelyek automatikusan megcélözzák azokat a felhasználókat, akik már kapcsolatba léptek valamilyen formában a vállalkozásával. Például voltak már a céges weboldalán, vagy egyszer már kattintottak a hirdetésére, de még nem vásároltak.
- ➔ **Marketing mérés adatgyűjtése, és jelentéskészítés küldésének automatizációja.** Azok a folyamatok, mint például a Google Analytics jelentések, vagy a hirdetési kampányok teljesítményének összegző levelének rendszeres küldése jól automatizálhatók.

2.4 A folyamatok vizuális megjelenítése

Miután rendszerezte a fő marketingfolyamatait és az ismétlődő feladatait, érdemes ezeket vizuálisan megjeleníteni egy folyamatábrán vagy diagramon. Ezek segítenek átlátni a teljes egészet és beazonosítani, hogy hol lehetne tovább javítani vagy automatizálni.

Néhány eszköz, amely segíthet a folyamatok megjelenítésében:

- ➔ [Trello](#) vagy [Asana](#). Ezek projektmenedzsment eszközök, amelyekkel egyszerűen tervezhet és megjeleníthet különböző folyamatokat, melyek mentén elkészítheti az automatizációkat.
- ➔ [Miro](#). Folyamatábra készítésre (is) használható eszköz, amellyel könnyen megtervezheti és vizuálisan megjelenítheti a marketingfolyamatait és azok automatizált lépéseit.

2.5 Automatizált folyamatok készítése

Miután tisztán látja a folyamatait, készen áll arra, hogy megkezdődjön az automatizálás. Automatizálásokat készíthet a következő módokkal:

- ➔ **1. Már kész, beépített folyamatokat kínáló marketingautomatizációs eszközöket használ.**
Ilyen például a [HubSpot](#) vagy a [Mailchimp](#), amelyek előre elkészített marketing sablon folyamatokat tartalmaznak.
- ➔ **2. Személyre szabott automatizálásokat dolgoz ki, ha különleges igényei vannak.**

Az eddigieket figyelembe véve megalapozhatja automatizálásai sikerét, azaz hogy a vállalkozása marketingje gyorsabbá, hatékonyabbá és átláthatóbbá váljon.

Infófüzetünk következő részében online marketing folyamatok automatizálásához használható eszközöket tekintünk át röviden.

3. ONLINE MARKETING- AUTOMATIZÁCIÓ ESZKÖZEI

3.1 Eszközök a gyakorlatból érdeklődőszerzésre

Az online marketing automatizációs eszközök hatékony megoldásokat nyújtanak a vállalkozóknak az érdeklődőszerzés optimalizálására.

Az alábbiakban bemutatunk néhány folyamatot és eszközt, amelyek segítenek a potenciális ügyfelek megszerzésében.

3.1.1 E-mail marketing automatizálása

Az e-mail marketing automatizációja lehetővé teszi, hogy egy automatizált folyamat elkészítése után potenciális ügyfelekkel léphessen kapcsolatba személyre szabott módon. Automatizálható például a feliratkozás hírlevelekre, vagy a feliratkozás utáni üdvözlő e-mailek, kosárelhagyó emlékeztető levelek, így növelve az érdeklődőszerzési folyamat hatékonyságát.

Eszközök: [Mailchimp](#), [Salesautopilot](#), [Mailerlite](#), [ActiveCampaign](#), [Brevo](#)

3.1.2 Automatizált landing oldalak és űrlapok

Egy jól megtervezett landing oldal “csalival” (csali lehet például ingyenes e-book, sablon, esettanulmány) ami vonzza az érdeklődőket, kapcsolódó automatizációval hatékony lehet ügyfélszerzésre.

Ezek az oldalak integrálhatók akár más rendszerekkel, és e-mail marketing platformokkal, így a beérkező leadok automatikusan bekerülhetnek egy utánkövető kampányba is.

Eszközök: céges weboldal és/ vagy [Salesautopilot](#), [Mailerlite](#), [Leadpages](#), [Instapage](#)

3.1.3 Közösségi média automatizálása

Automatizálhatja a közösségi média posztjai közzétételét időzítéssel, így folyamatosan érheti el a célközönségét. Ezen felül egyes felületek kapcsolhatók más eszközökkel, így a beérkező üzenetekre és visszajelzésekre a válaszok is automatizálhatók.

Eszközök: [Facebook tartalomnaplár](#), [Buffer](#), [Later](#), [Hootsuite](#)

3.1.4 Hirdetési kampányok automatizációja: [Facebook Ads](#), [Google Ads](#)

3.1.5 Automatizált marketing adatgyűjtés és jelentéskészítés eszközei: [Google Analytics](#) és [Ads](#) rendszeres jelentések



3.2 Érdeklődőből vásárlóvá formálás automatizálásának eszközei

Az online marketing automatizációs eszközök nemcsak az érdeklődők megszerzésében, hanem azok vásárlóvá formálásában is rendkívül hatékonyak lehetnek. A következőkben néhány folyamatot és automatizációs eszközt mutatunk be röviden, amelyek segítik a vállalkozókat.

3.2.1 E-mail marketing automatizálása

Az e-mail marketing automatizálás kulcsszerepet játszik abban, hogy az érdeklődőkből vásárlók legyenek. Automatizált e-mail sorozatok küldése, mint például termékajánlók és exkluzív ajánlatok, ösztönözhetik az érdeklődőket arra, hogy végül vásárlóvá váljanak.

Eszközök lehetnek: [Mailchimp](#), [Salesautopilot](#), [Mailerlite](#), [ActiveCampaign](#), [Brevo](#)

3.2.2 Kosárelhagyó emlékeztető és véleménygyűjtés

Webáruházban ha valaki kosárba helyezi a terméket, de nem véglegesíti a vásárlást, automatikusan küldhető neki egy emlékeztető e-mailt, amely tartalmazhat kedvezményt vagy ingyenes szállítást a vásárlásra ösztönzés érdekében. Ezen felül a vásárlás utáni véleménykérés automatizációját is készíthet.

Webáruház rendszerek, amikben kialakítható ez az automatizáció: [WooCommerce](#), [Shopify](#), [Shoprenter](#), [Unas](#)

3.2.3 Remarketing hirdetési kampányok

A remarketing kampányok segítségével automatikusan újra célozhatja azokat az érdeklődőket, akik korábban már jártak a weboldalon, de még nem vásároltak.

Eszközök: [Facebook Ads](#), [Google Ads](#)

3.2.4 Chatbot-ok automata ügyfélszolgálathoz: [Manychat](#)

3.2.5 Mesterséges intelligencia alkalmazása automatizációkban: [ChatGPT](#), [Copilot](#), [Jasper](#) stb.



3.3 Vásárlás utáni ügyfélmegtartás eszközei

Kiemelten fontos szerepet játszanak az online marketing automatizációs eszközök az ügyfelek megtartásában és hosszú távú gondozásában is.

Az alábbiakban, felsorolás szinten bemutatunk néhány automatizációt, amit **mindenképp érdemes használnia a vállalkozásában:**

- ➔ *Automatizált hűségprogramok működtetése*
- ➔ *Vásárlói vélemények gyűjtése: [Trustindex](#)*
- ➔ *Automatizált e-mail kampányok vásárlói értékelések kérésére*
- ➔ *Születésnapi és különleges alkalmakhoz kapcsolódó ajánlatok automatizálása*
- ➔ *Automatizált termék visszajelzések gyűjtése*
- ➔ *Ügyfél edukáció és onboarding automatizációk*
- ➔ *Vásárlás utáni ajánlatok automatizálása stb.*



ZÁRÓ GONDOLATOK

Bízunk benne, hogy infófüzetünk segítségével sikerült átfogó képet kapnia az online marketing folyamatok és az automatizáció fontosságáról, és arról, hogy ezek milyen jelentős előnyökkel járhatnak a vállalkozása számára. Az idő- és erőforrás megtakarítás, a hatékonyságnövelés, valamint az ügyfélélmény fejlesztése mind olyan tényezők, amelyek elengedhetetlenek ahhoz, hogy egy vállalkozás sikeresen működjön és növekedjen a digitális piacon.

Az automatizáció lehetőséget biztosít arra, felszabadítva kapacitásait, hogy több időt fordíthasson a stratégiai feladatokra, az ügyfeleivel való kapcsolatok építésére és a vállalkozása fejlesztésére. Az átgondoltan és következetesen felépített online marketing folyamatokkal a vállalkozása minden szinten stabilabbá, átláthatóbbá és professzionálisabbá válhat.

Arra biztatjuk, hogy használja ki a digitalizáció és az automatizációk által kínált lehetőségeket, és tekintse ezeket a fejlődés kulcselemeinek. Az online marketing terén tett fejlesztések hosszú távú eredményeket hozhatnak, így segítve a vállalkozása stabil növekedését és versenyelőnyének megteremtését.

Az információs füzetben található képek mesterséges intelligenciával (Copilot) készültek.



TOLNA VÁRMEGYEI
KERESKEDELMI ÉS
IPARKAMARA

7100 Szekszárd, Arany János utca 23-25. 3.emelet
tmkik.hu | + 36 74 411 661 | kamara@tmkik.hu

Az információs füzet a Nemzetgazdasági Minisztérium
támogatásával a VF/44/5/2023_TMKIK azonosítószámú projekt
keretében készült.

2024.