



TOLNA VÁRMEGYEI
KERESKEDELMI ÉS
IPARKAMARA

WEBÁRUHÁZ KISOKOS

PRAKTIKUS ÚTMUTATÓ
VÁLLALKOZÓKNAK

ONLINE MARKETING KISOKOS
INFORMÁCIÓS FÜZET SZOROZAT

TARTALOM

1. Bevezetés	04
1.1 Miért érdemes webáruházat indítani?	
1.2 Milyen alapvető lépések szükségesek?	
1.3 Kezdeti kihívások, és hogyan kezelje őket	
2. Webáruház alapok	07
2.1 A megfelelő termék kiválasztása	
2.2 Digitális vagy fizikai termék?	
2.3 A célcsoport meghatározása	
2.4 Piackutatási módszerek vállalkozóknak	
3. Webáruház rendszerek	10
3.1 WooCommerce – Rugalmas megoldás WordPress alapon	
3.2 Shoprenter – Bérelhető webáruház gyors indulással	
3.3 UNAS – Bérelhető webáruház vállalkozásoknak	
3.4 Melyik webáruház rendszert válassza?	
4. Automatizáció és hatékonyság a működtetésében	15
4.1 Rendeléskezelés és ügyfélszolgálat automatizáció	
4.2 Marketing automatizáció a forgalom és eladások növelésére	
4.3 Adatgyűjtés és elemzés automatizálása	
4.4 Hatékonysági tippek vállalkozóknak	
5. Összegzés	19
5.1 Az első lépések összefoglalása	
5.2 Hogyan építse tovább webáruházát?	



Ön egy olyan gyakorlati útmutatót tart a kezében, amely segít eligazodni a webáruház indítás és működtetés legfontosabb lépéseiben.

Ha vállalkozóként szeretné online értékesíteni termékeit, vagy meglévő üzletét bővítené egy webáruházzal, ezen információs füzetünk hasznos iránymutatást ad.

Ebben a kiadványban bemutatjuk, hogy milyen alapokra van szükség egy sikeres webáruház felépítéséhez, hogyan válassza ki a megfelelő rendszert, és milyen eszközökkel teheti hatékonyabbá az értékesítést.

A célunk, hogy azonnal alkalmazható, gyakorlatias tanácsokkal támogassuk Önt az online térben való érvényesülésben.

Sikeres webáruház építést kívánunk!

Az információs füzetet összeállította:

Válóczi Károly
marketing és üzleti tervező
sikerosveny.hu | +36 30 377 1938



1. BEVEZETÉS

Az online vásárlás folyamatosan növekvő népszerűségnek örvend, és egy jól működő webáruház ma már elengedhetetlen eszköze lehet a vállalkozóknak. Egy webáruház nemcsak új értékesítési csatornát nyit meg, hanem segíthet a márkaépítésben, az ügyfélkapcsolatok erősítésében és a bevételek növelésében is.

Ebben az információs füzetünkben végigvezetjük Önt a webáruház indításának és működtetésének legfontosabb lépésein, hogy biztos alapokkal vághasson bele az online értékesítésbe.

1.1 Miért érdemes webáruházat indítani?

➔ **24/7 elérhetőség**

Az érdeklődői bármikor vásárolhatnak, Ön pedig bevételt generálhat akár alvás közben is.

➔ **Szélesebb piac**

Nem csak helyi vásárlókat érhet el, hanem akár országos vagy nemzetközi szinten is értékesíthet.

➔ **Automatizált működés**

A rendeléskezelés, számlázás és ügyfélszolgálat nagy része automatizálható, így időt takaríthat meg.

➔ **Kisebbs költségek**

Egy webáruház fenntartása általában olcsóbb lehet, mint egy fizikai üzleté.

1.2 Milyen alapvető lépések szükségesek?

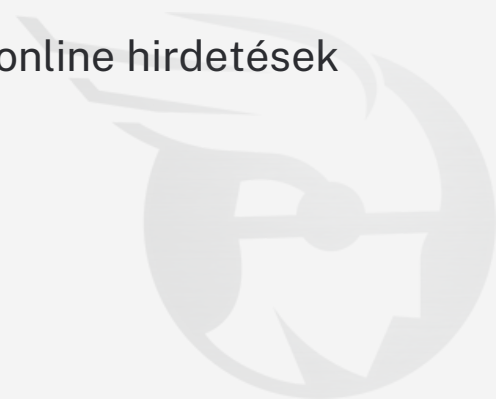
Egy webáruház elindítása és sikeres működtetése több fontos lépésből áll:

- ➔ **Termékkör és célpiac meghatározása:** mit szeretne értékesíteni, és kiknek.
- ➔ **A megfelelő platform kiválasztása:** milyen webáruház rendszert használjon. (Erről bővebben a 3. fejezetben)
- ➔ **Webáruház kialakítása és beállításai:** domain név, tárhely, design és termékfeltöltés.
- ➔ **Marketing és ügyfélszerzés:** hogyan érheti el az első vásárlókat és építhet lojális vásárló bázist.
- ➔ **Automatizáció és optimalizálás:** hogyan teheti hatékonyabbá a működését.

1.3 Kezdeti kihívások, és hogyan kezelje őket

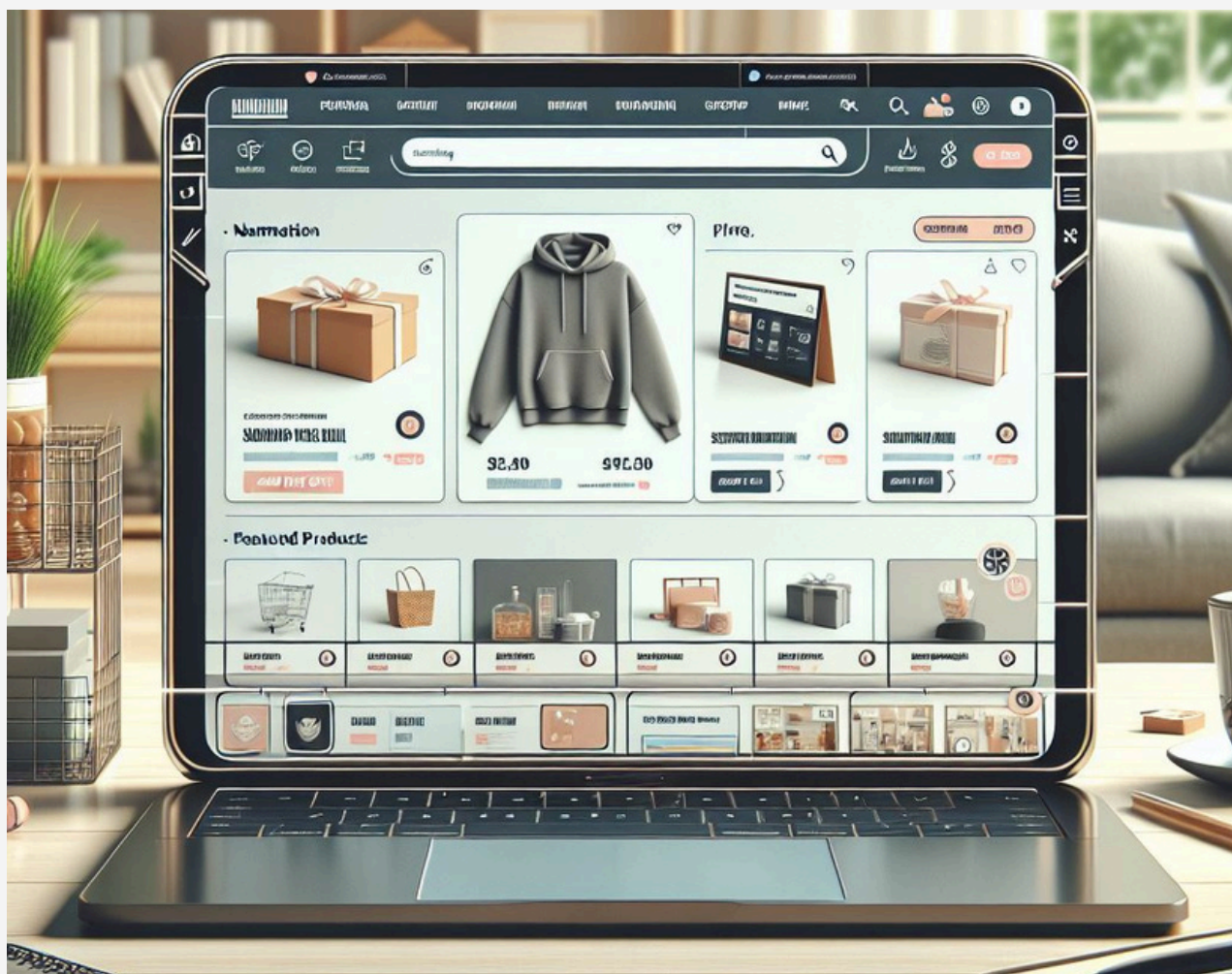
Webáruház indítása és üzemeltetése számos kihívást rejthet magában. Íme néhány gyakori probléma és a lehetséges megoldás:

- ➔ **Nincs elég látogató a weboldalon** → SEO, online hirdetések és közösségi média használata.



- ➔ **A vásárlók elhagyják a kosarat fizetés előtt** → Egyszerűsített fizetési folyamat és emlékeztető emailek küldése.
- ➔ **Nehezen kezelhető a rendelések** → Automatizált számlázás és logisztikai integrációk használata.
- ➔ **Verseny a piacon** → Egyedi márkáépítés, kiváló ügyfélszolgálat és visszatérő vásárlók motiválása kedvezményekkel.

Ezeknek a tényezőknek az ismerete segíthet abban, hogy elkerülje a kezdő webáruház tulajdonosok leggyakoribb hibáit, és hosszú távon sikeresé tegye vállalkozását.



2. WEBÁRUHÁZ ALAPOK

Egy webáruház indítása nem csupán technikai kérdés. Az egyik legfontosabb döntés, amit meg kell hoznia az, hogy mit fog értékesíteni és kiknek. A megfelelő termékválasztás és célcsoport meghatározás alapvetően meghatározza vállalkozása sikerét.

2.1 A megfelelő termék kiválasztása

A webáruház termékkínálatának kiválasztásakor több szempontot is érdemes figyelembe venni:

- ✓ **Piaci kereslet** – Van-e igény a termékre? Végezzen piackutatást, nézze meg a Google Trends adatokat, elemezze a versenytársakat.
- ✓ **Egyediség és versenyelőny** – Miben különböznek az Ön termékei a többi hasonló kínálattól? Mitől lesz egyedi a webáruháza?
- ✓ **Árrés és megtérülés** – A kiválasztott termékek árazása lehetővé teszi-e, hogy megfelelő nyereséget termeljen? Ne csak a beszerzési árat vegye figyelembe, hanem az esetleges marketingköltségeket és szállítási díjakat is.
- ✓ **Logisztika és raktárkezelés** – Mekkora készletet kell tartania? Könnyen kezelhető, raktározható és szállítható a termék?

✓ **Jogszabályi megfelelés** – Van-e speciális szabályozás vagy engedélyezési követelmény a termékkel kapcsolatban?

2.2. Digitális vagy fizikai termék?

Manapság egy webáruház nem csupán fizikai termékeket értékesíthet.

Nézzünk néhány lehetőséget:

- ➔ **Fizikai termékek** – Ruházat, ékszerek, műszaki cikkek, könyvek, kézműves termékek.
- ➔ **Digitális termékek** – E-könyvek, online tanfolyamok, sablonok, stock fotók.
- ➔ **Szolgáltatások** – Online konzultációk, coaching, előfizetéses rendszerek.

A választott terméktípus hatással lesz az üzleti modellre, a szállítási és ügyfélszolgálati folyamatokra is.

2.3. A célcsoport meghatározása

A sikeres webáruházhoz elengedhetetlen, hogy pontosan tudja, kik a vásárlói. Ha mindenkihez próbál szólni, végül senkit sem ér el igazán.

✓ **Demográfiai adatok** – Kik az ideális vásárlók? (Kor, nem, lakóhely, jövedelem, életmód)

✓ **Problémák és igények** – Milyen problémát old meg a termék? Milyen vágyakat elégít ki?

✓ **Online viselkedés** – Hol és hogyan keresnek információt a célcsoport tagjai? Facebook, Instagram, Google keresések, fórumok?

✓ **Döntéshozatali szempontok** – Mi alapján választanak? Ár, márka, vélemények, gyors szállítás?

2.4. Piackutatási módszerek vállalkozóknak

Ha még bizonytalan a célcsoport és a termékkínálat kapcsán, az alábbi módszerekkel érdemes tesztelni az ötletét:

- ➔ **Google Trends és keresőszavak elemzése** – Mennyire keresett az adott termék?
- ➔ **Versenytársak elemzése** – Kik az iparág meghatározó szereplői? Hogyan kommunikálnak?
- ➔ **Közösségi média csoportok** – Milyen problémákról beszélnek a célcsoport tagjai?
- ➔ **Közösségi média hirdetések** – Kisebb tesztkampányok segítségével kiderítheti, hogy mekkora érdeklődés mutatkozik egy termék vagy szolgáltatás iránt.
- ➔ **Kérdőívek és ügyfélinterjúk** – Kérje ki potenciális vásárlók véleményét!

A megfelelő termék kiválasztása és a célcsoport pontos meghatározása meghatározza webáruháza sikerét.

A piackutatás és a célcsoport igényeinek alapos megértése segít abban, hogy ne csak egy online boltja legyen, hanem egy valóban jövedelmező és hosszú távon fenntartható vállalkozása.

3. WEBÁRUHÁZ RENDSZEREK

Egy webáruház sikeressége nagyban múlik azon, hogy milyen platformon működik. A megfelelő rendszer kiválasztása hosszú távon megkönnyítheti az üzemeltetést, a bővítést és az értékesítési folyamatokat.

Ebben a fejezetben három népszerű magyarországi megoldást mutatunk be: **WooCommerce**, **Shoprepter** és **UNAS**. Mindhárom rendszernek megvannak az előnyei és hátrányai, ezért érdemes alaposan mérlegelnie, hogy melyik illik legjobban vállalkozása igényeihez.

3.1 WooCommerce – Rugalmas megoldás WordPress alapon

A WooCommerce egy ingyenesen használható webáruház bővítmény, amely a WordPress nevű weboldal tartalomkezelő rendszerre épül. Ez egy nyílt forráskódú megoldás, amely nagy szabadságot biztosít az egyedi igények testreszabásában.

✓ Előnyök:

- ➡ **Teljes testreszabhatóság.** Szinte bármilyen funkció hozzáadható díjmentes és fizetős bővítményekkel.
- ➡ **SEO-barát.** A WordPress weboldal rendszerén belüli keresőoptimalizálás (SEO) könnyen kezelhető.
- ➡ **Integrációk.** Számos fizetési és szállítási szolgáltatóval kompatibilis, összekapcsolható.

➡ **Saját tulajdon.** Mivel saját tárhelyen fut, teljes kontrollja van felette, saját tulajdona.

✗ Hátrányok:

➡ **Technikai tudás szükséges.** Beállítása bonyolultabb, mint egy bérelhető webáruházé.

➡ **Folyamatos karbantartás.** A rendszer és a bővítmények frissítése elengedhetetlen.

➡ **Kezdeti fejlesztési költségek.** Bár az alapverzió ingyenes, egyedi fejlesztésekért és prémium bővítményekért fizetni kell.

Kinek ajánlott?

✓ Azoknak, akik már használnak WordPress-t, és nagyobb rugalmasságra vágnak.

✓ Akik hosszú távon egyedi fejlesztésű webáruházat szeretnének.

3.2 Shoprenter – Bérelhető webáruház gyors indulással

A Shoprenter egy népszerű, magyar fejlesztésű bérelhető webáruház rendszer. Havidíjas konstrukcióban működik, és nincs szükség programozói tudásra a beállításához.

✓ Előnyök:

➡ **Egyszerű kezelhetőség.** Könnyen használható admin felület.



- ➔ **Gyors indulás.** Nincs szükség programozói fejlesztésre, akár pár óra alatt elindítható.
- ➔ **Beépített marketing eszközök.** Keresőoptimalizálás, e-mail marketing, remarketing stb.
- ➔ **Magyar nyelvű ügyfélszolgálat.** Támogatás és dokumentáció magyar nyelven érhető el.
- ➔ **Automatikus frissítések.** Nem kell külön a rendszer karbantartásával foglalkozni.

✗ Hátrányok:

- ➔ **Havidíjas rendszer.** Hosszú távon költségesebb lehet, mint egy saját üzemeltetésű webshop (pl.: WooCommerce).
- ➔ **Korlátozott testreszabás.** Egyedi igényekhez a fejlesztések nehezebben megvalósíthatók.
- ➔ **Nincs teljes kontroll.** Mivel bérelt rendszer, nincs teljes hozzáférés a forráskódhoz, nem saját tulajdon.

Kinek ajánlott?

- ✓ Azoknak, akik gyorsan szeretnének egy működő webáruházat.
- ✓ Kezdő vállalkozóknak, akik nem szeretnének technikai beállításokkal bajlódni.

3.3 UNAS – Bérelhető webáruház vállalkozásoknak

A UNAS egy másik népszerű magyar bérelhető webáruház platform, amelyet sok kis- és középvállalkozás választ.

✓ Előnyök:

- ➔ **Gyors indulás.** Néhány kattintással létrehozható egy működő webáruház.
- ➔ **Kedvező árak.** Többféle előfizetéses csomag közül lehet választani.
- ➔ **Integrációk.** Számos magyar szolgáltatóval kompatibilis (pl. Számlázz.hu, Barion, FoxPost stb.).
- ➔ **Mobilbarát megoldás.** Reszponzív dizájn, amely mobilon is jól működik.
- ➔ **Automatikus frissítések és ügyfélszolgálat.** Nincs szükség karbantartásra.

✗ Hátrányok:

- ➔ **Limitált egyedi fejlesztések.** Bár több lehetőséget kínál, mint a Shoprenter, még mindig kevesebb testreszabási lehetőség van, mint WooCommerce esetében.
- ➔ **Havidíjas konstrukció.** Az előfizetési díjat folyamatosan fizetni kell.
- ➔ **Fejlettebb marketing eszközök hiánya.** Néhány funkció nem olyan fejlett, mint a versenytársaknál.

Kinek ajánlott?

- ✓ Azoknak, akik egy könnyen kezelhető, gyorsan elindítható webáruházat keresnek.
- ✓ Olyan vállalkozásoknak, akik nem akarnak technikai karbantartással foglalkozni.



3.4 Melyik webáruház rendszert válassza?

Az alábbi táblázat segíthet a döntésben:

Szempon	WooCommerce	Shoprenter	UNAS
Elindítás költsége	Alacsony, de fejlesztési költségek lehetnek	Havidíjas	Havidíjas
Testreszabhatóság	Nagyon magas	Közepes	Közepes
Használati egyszerűség	Haladó szint	Könnyű	Könnyű
Üzemeltetés és frissítés	Saját felelősség	Automatikus	Automatikus
Marketing eszközök	Széleskörű bővítményekkel	Beépített	Beépített
SEO lehetőségek	Kiváló	Jó	Jó
Fejlesztési lehetőségek	Korlátlan	Korlátozott	Korlátozott
Ügyfélszolgálat	Közösségi támogatás	Magyar nyelvű	Magyar nyelvű

Összegzés:

- ➡ Ha teljes kontrollra és rugalmasságra van szüksége, és nem riad vissza a technikai beállításoktól, a WooCommerce lehet a legjobb választás.
- ➡ Ha egyszerű, gyorsan indítható és karbantartásmentes megoldást keres, akkor a Shoprenter vagy UNAS ideális lehet.
- ➡ Ha olcsóbb, de mégis funkciókban gazdag webáruházra van szüksége, az UNAS lehet a megfelelő.



4. AUTOMATIZÁCIÓ ÉS HATÉKONYSÁG A MŰKÖDTETÉSÉBEN

Egy sikeres webáruház üzemeltetése sok időt és energiát igényel, de az automatizáció segítségével jelentősen csökkentheti a manuális feladatokat. Az alábbiakban bemutatjuk, hogyan teheti hatékonyabbá a webshop működését különböző eszközökkel és folyamatokkal.

4.1 Rendeléskezelés és ügyfélszolgálat automatizáció

A vásárlói élmény javítása érdekében fontos, hogy a rendelési folyamat gördülékeny legyen, és az ügyfelek gyorsan megkapják a szükséges információkat.

Automatikus rendelés visszaigazolások

- ➔ Egy jól működő webshop automatikusan küld visszaigazoló e-mailt a vásárlónak a rendelés leadása után.
- ➔ Példa eszközök: Shoprenter, UNAS, WooCommerce beépített megoldásai.

Szállítási értesítések és nyomon követés

- ➔ A csomagok állapotáról szóló automatikus értesítések növelik a vásárlói bizalmat.
- ➔ Integrálható szolgáltatások: Foxpost, GLS, MPL stb.

Chatbotok és automatizált ügyfélszolgálat

- ➔ Gyakran ismételt kérdések megválaszolása chatbotokkal, amelyek gyors választ adnak a látogatóknak.

4.2 Marketing automatizáció a forgalom és eladások növelésére

Az automatizált marketingfolyamatok segítenek növelni a vásárlói elköteleződést és hatékonyabbá tenni az ügyfélszerzést.

E-mail marketing automatizáció

- ➔ Hírlevelek, kosárelhagyási e-mailek és ügyfélutókövető kampányok automatizálása.
- ➔ Példa eszközök: MailerLite, SalesAutopilot.

Dinamikus kedvezmények és személyre szabott ajánlatok

- ➔ Vásárlói viselkedés alapján generált automatikus ajánlatok.
- ➔ Példa eszköz: WooCommerce Dynamic Pricing.

Hirdetések automatizálása

- ➔ Facebook és Google Ads kampányok automatizálása, hogy folyamatosan a megfelelő célcsoportot érje el.
- ➔ Példa eszközök: Google Ads Smart Campaigns, Meta Ads Manager.



4.3 Adatgyűjtés és elemzés automatizálása

Az üzleti döntések meghozatalához pontos adatokra van szükség. Az automatizált jelentések és elemzések segítenek nyomon követni az eladásokat, a látogatói viselkedést és a kampányok eredményességét.

Automatikus jelentések és analitika

- ➔ Google Analytics és Facebook Pixel segítségével részletes adatokat kaphat a forgalomról és a konverziókról.
- ➔ Példa eszközök: Google Looker Studio, Hotjar hő térképes elemzés.

Pénzügyi kimutatások és számlázás automatizálása

- ➔ Automatikus számlázás és pénzügyi nyilvántartás a NAV-nak megfelelően.
- ➔ Példa eszközök: Billingo, Számlázz.hu.

4.4 Hatékonysági tippek vállalkozóknak

Az automatizáció nem csupán a nagyvállalatok kiváltsága. Az alábbi tippek segítségével Ön is hatékonyabban működtetheti webáruházát:

✓ **Használjon integrált rendszereket** – Az e-mail marketing, a rendeléskezelés és az ügyfélszolgálat összekapcsolásával minimalizálhatja a manuális munkát.



- ✓ **Időzítse előre a kampányokat és akciókat** – Ne hagyja az utolsó pillanatra az ünnepi promóciókat és hirdetéseket.
- ✓ **Tesztelje és optimalizálja folyamatosan a folyamatait** – Használjon A/B teszteket, hogy megtalálja a legjobban működő megoldásokat.
- ✓ **Fókuszáljon a vásárlói élményre** – Minél gördülékenyebb és gyorsabb a folyamat, annál több vásárló térhet vissza.

Az automatizáció bevezetése nemcsak időt takarít meg, hanem növeli a hatékonyságot és a vásárlói elégedettséget is. Ha jól használja ki ezeket az eszközöket, webáruháza versenyképesebb lesz, és kevesebb manuális munkával is nagyobb bevételt érhet el.



5. ÖSSZEGLZÉS

A webáruház indítása és működtetése összetett feladat, amely alapos tervezést, megfelelő eszközök kiválasztását és hatékony menedzsmentet igényel. Ebben a kisokosban bemutattuk a legfontosabb lépéseket és döntési pontokat, amelyek segítenek abban, hogy sikeresen elindítsa és fejlessze online vállalkozását.

5.1 Az első lépések összefoglalása

◆ Üzleti és technikai tervezés

Meghatározta a célközönségét, az üzleti modellt és a szükséges funkciókat.

◆ A megfelelő webáruház rendszer kiválasztása

Áttekintette a WooCommerce, Shoprenter és UNAS előnyeit és hátrányait, és kiválasztotta az Ön számára legmegfelelőbb megoldást.

◆ Automatizáció és hatékonyság

Megismerte, hogyan könnyítheti meg a rendeléskezelést, marketinget és ügyfélszolgálatot különböző eszközökkel.

5.2. Hogyan építse tovább webáruházát?

A webáruház indítása csak az első lépés. Ahhoz, hogy fenntarthatóan növekedjen, folyamatosan fejlesztenie kell a stratégiáját.

✓ **SEO és tartalommarketing fejlesztése**

Javítsa webáruháza láthatóságát keresőoptimalizálással és hasznos tartalmakkal (pl. blogcikkek, termékleírások, vásárlói vélemények).

✓ **Közösségi média és hirdetések**

Használja ki a Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest és Google Ads lehetőségeit, hogy növelje a látogatók számát.

✓ **Ügyfélélmény fejlesztése**

Gyorsabb ügyfélszolgálat, egyszerűsített rendelési folyamat és személyre szabott ajánlatok.

✓ **Új termékek és ajánlatok bevezetése**

Folyamatosan tesztelje és bővítse kínálatát a vásárlói igények alapján.

✓ **Adatelemzés és finomhangolás**

Figyelje az értékesítési adatokat és optimalizálja a kampányokat, árképzést és termékpalettát.

Egy webáruház sikeréhez türelemre, stratégiai gondolkodásra és folyamatos fejlesztésre van szükség. Ha tudatosan építi a vállalkozását, a megfelelő eszközöket használja, és figyel a vásárlói igényekre, akkor hosszú távon fenntartható, jövedelmező online boltot alakíthat ki.

Most már Ön is készen áll arra, hogy saját webáruházát sikerre vigye! **Kezdje el a megvalósítást még ma!**

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



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.