Hogyan készíts olyan tartalmat, ami mobilon is jól olvasható?

Mobilbarát tartalmak Facebookra, blogra...

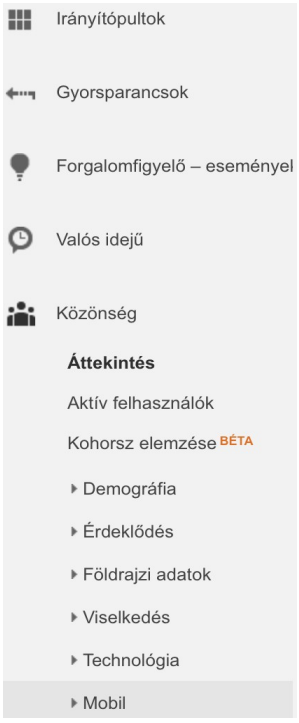
A Facebook legfrissebb tőzsdei jelentésében az áll, hogy a felhasználóknak 90%-a mobilról nézi az oldalt. Éppen ezért fontos, hogy a tartalmaid is jól olvashatóak legyenek Facebookon. És nem csak ott, hiszen a legfrissebb statisztikák szerint az emailek több, mint felét is mobilról nézik a felhasználók, tehát a hírlevelednek is mobil-barátnak kell lennie, a blogodban található tartalomnak is úgy kell megjelennie, hogy mobilról is élvezetesen olvasható legyen.

Ez a rövid vázlat abban segít, hogyan tedd a blogod, a Facebook oldalad, a hírleveled tartalmát mobil-baráttá.

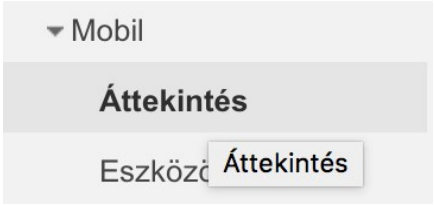
De mielőtt belevágnánk, érdemes utánanézned, vajon a célcsoportod és a felhasználóid hány százaléka nézi a tartalmaidat mobilról.

Ha használsz az oldalad forgalmának mérésére Google Analyticset, ezt a következőképpen tudhatod meg:

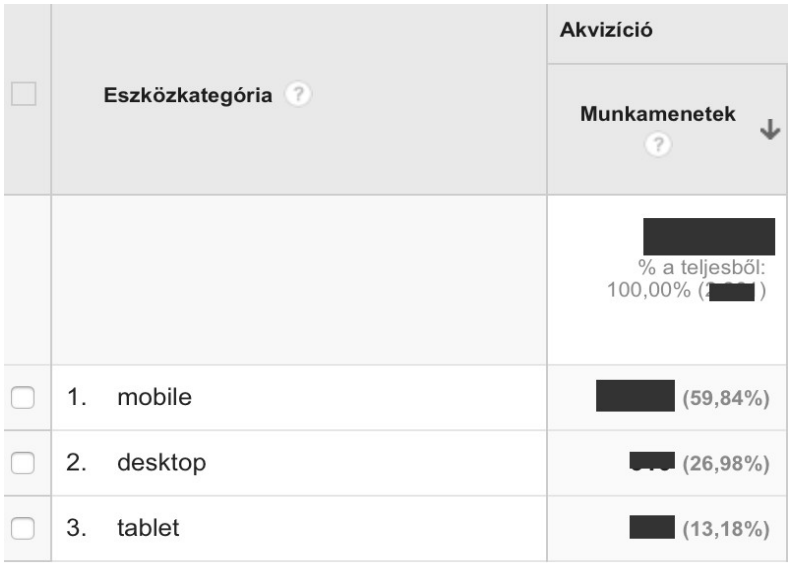
1) Az Analytics fiókodban (www.google.com/analytics) a bal oldali menüben a Közönségek menüpont alatt kattints a Mobil fülre!



2) Ezt követően klikk az Áttekintés menüpontra!



3) A jobb oldalon ebben a táblázatban találod a százalékos adatokat (alapból az elmúlt 1 hónap adatait mutatja, az oldal tetején tudod állítani az időintervallumot):



Vajon a célcsoportod mekkora arányban nézi mobilról vagy tabletről a Facebookot? Ennek az adatnak a Facebook hirdetési fiókodban tudsz utánanézni a Célközönségek Elemzési Adatai funkcióban!
(a használatához Facebook hirdetői fiók szükséges, anélkül nem tudod megnézni)

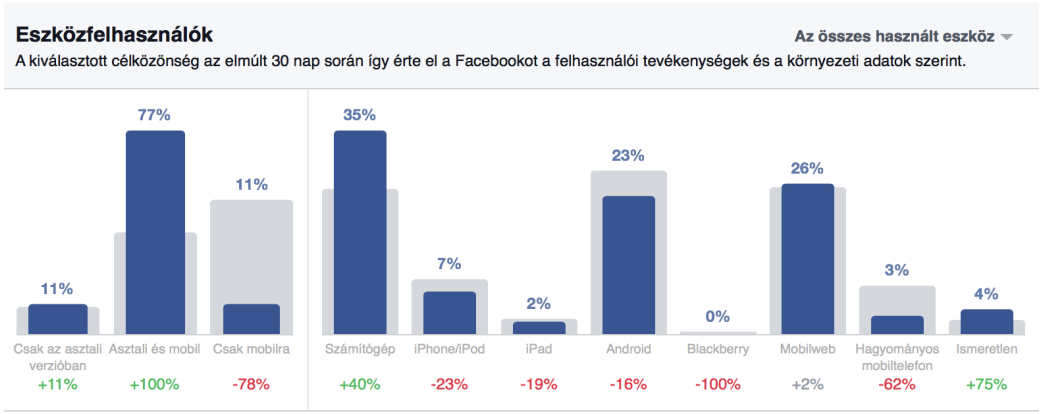
1) Nyisd meg ezt az oldalt: https://www.facebook.com/ads/audience_insights

2) Válaszd ki melyik célcsoportról szeretnél többet megtudni!

3) A bal oldali menü segítségével állítsd be a célközönség demográfiai adatait, amiről többet szeretnél megtudni!

4) A felső menüben katt a Tevékenységek menüpontra!

5) Gördíts lejjebb és máris láthatod az adatokat!



A saját oldalaim elemzéséből az derült ki, hogy a többség asztali gépről és mobilról is nézi a tartalmakat, azonban hónapról hónapra nő a csak mobilról érkezők száma, de ami még fontosabb: egyre több megrendelés érkezik mobilról!

Milyen tartalmakat olvasunk szívesen mobilról?

A legkönnyebben ezt úgy tudod meg, ha figyeled magad: amikor legközelebb mobilról internetezel, nézd meg, mire kattintasz rá, hogyan viselkedsz!
Aztán figyeld meg magad akkor, amikor asztali gépről internetezel! Ott mire kattintasz rá? Milyen oldalakat nézel meg? Miben viselkedsz másként?

Miben viselkedik másként a mobilról érkező felhasználó?

1. Mobilról nem böngészőből, hanem alkalmazásból nyitod meg a Facebookot, ezért elsőként a hírfolyamot nézed át. Asztali gépről nem mindig a hírfolyamot nézed meg elsőként, hanem közvetlenül azokra az aloldalakra mész fel, amik érdekelnek.

2. A mobilról netezők gyorsan görgetnek végig az üzenőfalon, ezért könnyebben átsiklanak a tartalmak felett. Ha el is olvassák, nem feltétlenül lájkolják, vagy osztják meg, mert az megakasztja őket a görgető mozdulatban.

3. A mobilról érkezők rövidebb időt töltenek az oldalon, elsősorban az újdonságokra kíváncsiak, aztán gyorsan továbbmennek.

4. Mobilról ritkábban szólnak hozzá, rövidebben írnak, viszont szívesen osztanak meg, mert az alkalmazásban az csupán egy klikk.

5. Mobilról gyakran mobilnetet használva érkeznek a felhasználók, ami kicsit lassabb a szokásosnál, ezért a gyors oldalbetöltés kötelező!

Amire biztos figyelned kell:

Ragadd meg a figyelmet!

A mobilról érkező felhasználó görget-görget lefelé az oldalon, ha egy másodperc törtrésze alatt nem ragadod meg a figyelmét, továbbgörget a tartalmad felett.

Mi az, amit észrevesz?

- Szokatlan képek,
- élénk színek,
- érdekes címsorok.

Néhány példa jól észrevehető tartalmakra:

Idézetek:

Élénk színek:

Szokatlan formák:

A kép mellett nagyon fontos figyelemfelkeltő elem a szöveg is.
A szöveged első részére tekints úgy, mint egy címsorra, aminek az a feladata, hogy „eladja” a folytatást, azaz elolvassák az utána következő szöveget.

Néhány saját szövegem a Facebookról, ami jó továbbkattintási arányt eredményezett:

Van egy új terméked és szeretnéd
ha sokan megvennék?

Így csináld:
-----... Továbbiak

Amit elkezdtél azt végig is kell csinálni.
Ha már elkezdted, fejezd is be.
Te is hiszel ebben?
Akkor rossz hírem van:
----... Továbbiak

Néha kifogysz az ötletekből?
Nem jut eszedbe semmi, amiről írhatnál?
Erre van egy jó kis kreativitásbeindító módszer
(mibe, hogy gyerekkorodban játszottál ilyet...)... Továbbiak

Blogbejegyzéseknél a cím és a lead (rövid leírás), ami sokat számít abban, hogy rákattintanak-e.

Milyen címekre kattintanak sokan?

1. Ami gyakorlatias, valamilyen dolognak a megoldását tartalmazza, pl. „Hogyan fúrj lyukat a falba fúró nélkül?", „Odakapott az ebéd. Mit tehetsz, hogy megmentsd?"

2. Listák: „5 dolog, amit biztosan nem tudtál a penészgombáról", „7 ötlet, ami segít megszabadulni a pattanásoktól", „3 lépés a szebb hajért"

3. Érzelmekre ható címsorok: „A videó, ami garantáltan könnyeket csal a szemedbe"

4. Statisztikák: „10-ből 7 embernek rendszeresen fáj a feje. Mi lehet az oka?", „A magyarok 73%-át érinti ez a probléma. Hogyan szabadulj meg tőle?"

5. Történetkezdő címek: „Egy furfangos járókelő bátor kérdést tett fel az ismert politikusnak. A válasz, amit kapott, meglepő volt:"

Honnan szerezhetsz inspirációkat képekhez?

- Regisztrálj az Instagramra, kezdj el követni több felhasználót (híresség, cégek az iparágadból, webáruházak, híroldalak), tanulj a példájukból! (az én Instagramom: https://www.instagram.com/vidaagi/)
- Indíts saját Instagram fiókot, kezdj el rendszeresen posztolni és figyeld meg, milyen képek kapják a legjobb visszajelzéseket!
- Használd a Pinterestes megoldást, amit az első videóban mutattam!

Miután megragadtad a figyelmet a következő lépés, hogy jól áttekinthetővé tedd a tartalmadat, hogy végig is olvassák:

Legyen a szöveged átlátható, könnyen olvasható!

Mindegy, hogy Facebookon vagy blogon írsz

Használj alcímeket!

a jobb olvashatóság érdekében!

Hírlevélben és Facebookon is
fontos, hogy a sorok rövidek
legyenek,szinte már-már
mintha egy verset írnál.

A fontosabb részeket kiemelheted

aláhúzással

NAGY BETŰVEL

Vagy
minden
szót
írhatsz
új
sorba
is.

A blogodon nyugodtan használhatsz hosszabb sorokat, de itt is fontosak a ***belső formázások*** és a rövid bekezdések közötti gyakori sortörések a jobb olvashatóság érdekében.

A hírleveleidet is érdemes hasonlóan megírnod, mint a Facebook posztokat, azaz:

- érdekes tárgymezővel indíts (ez a Facebook posztnál az első pár sor, a blogbejegyzésnél a címsor),
- a szövegben ne legyenek túl hosszúak a sorok,
- és legyenek benne egyszerű formázások, alcímek, kiemelések a jobb olvashatóság kedvéért.

És egy fontos tanács, hogyan alkalmazd mindazt, amit ebből a tanulmányból és a két videóból megtanultál:

1. **TESZTELD AZ ÚJ MÓDSZEREKET!**

Legyen minden héten néhány teszt posztod, amiben kipróbálsz valami új ötletet és megnézed, hogyan reagál rá a célközönség!

2. HASZNÁLD AZT, AMI A LEGJOBBAN MŰKÖDIK!

Minden hónapban egyszer nézd végig az adott hónap statisztikáit:
- hírleveleket (Melyiket nyitották meg a legtöbben? Melyiben volt a legtöbb kattintás?),
- blogbejegyzéseket (Melyiket nézték meg a legtöbben? Melyiket osztották meg a legtöbben? Melyiket olvasták a leghosszabban? És, ha haladó vagy és van konverziókövetésed beállítva: Melyik hozta a legtöbb új feliratkozót? Melyik hozta a legtöbb új vásárlót?)
- közösségi média posztokat (Melyiknél volt a legtöbb interakció? A legnagyobb organikus elérés?)

És azokat a típusú tartalmakat használd tovább, amik a legjobban teljesítettek.

Ha pedig még többet szeretnél tudni arról, hogyan légy sikeres a közösségi médiában katt ide >>