Kis karácsony vagy nagy karácsony?

avagy 30+1 online marketing ötlet az év végére

Írta: Vida Ági

1. „Karácsonykor úgy teszünk, mintha jól élnénk”
   egy kis statisztika és bemelegítés

2. Lógj ki a karácsonyi sorból! (marketing ötletek)
   E-mail marketing
   Karácsonyi hirdetés
   Termékkarácsonyosítás

3. Élet karácsony után
   Online marketing ötletek karácsony után

4. ...és lesz jövőre is ;)

1. „Karácsonykor úgy teszünk, mintha jól élnénk”

A fenti állítást nyilván nem kell neked magyaráznom. Biztosan te is tudod magadról, hogy az évnek ebben az időszakában sokkal többet költesz, mint bármikor máskor. Az emberek többsége már novemberben elkezdi a beszerzéseket, a decembert vásárlással, lótás-futással és az átlagnál sokkal több találkozóval és társasági eseménnyel tölti, majd pedig otthon, családi körben, finomságokat majszolva piheni ki az egészet.

A karácsony a legtöbb bolt életében a legjobb időszak, ilyenkor spontán többet vásárolnak az emberek még akkor is, ha semmilyen karácsonyi akció nincsen.

A Deloitte Tanácsadó Iroda felmérése szerint ez idén sem lesz másként. A szeptember-október hónapban végzett felmérésből kiderült, hogy míg Európa nyugati felén az emberek inkább takarékosak lesznek az idei karácsonyi kiadások tekintetében (a felmérésben résztvevők 6,7%-kal fognak kevesebbet költeni idén a karácsonyra, mint tavaly), addig az Európa keleti felében élők idén is ugyanannyit szándékoznak költeni a karácsonyra, sőt még valamivel (0,7%-kal) többet is. Ha tehát eddig úgy gondoltad, hogy idén nem csinálsz karácsonyi akciót, mert idén úgysem költenek annyit az emberek, akkor megnyugodhatsz: a karácsony idén sem marad el!

Számodra, mint online vállalkozó számára különösen fontos lesz az idei karácsonyi szezon, mert -mint az NRC 2009-es E-commerce felméréséből kiderül, egyre nő az interneten vásárlók aránya Magyarországon, 2009-ben már közel 100 milliárd Forintot költöttek el a magyarok az interneten, de még ennél is fontosabb lehet a számodra, hogy a magyar internetezők 92%-a az internetet használja vásárlási döntéseinek meghozatalához. Tehát, még ha nem is közvetlenül az interneten árulsz, a weboldaladnak segítenie kell a vásárlót a tájékozódásban és el kell érnie, hogy végül a te boltodba térjen be, nálad kérjen árajánlatot.

A karácsony elsősorban az ajándékokról szól. Az átlag kelet-európai vásárló 300 euró körüli összeget költ idén az ajándékra, egy-egy ajándékra átlagosan 21 Eurót költünk majd. A gyerekeknek elsősorban kreativitás-fejlesztő, logikai és építőjátékokat, valamint könyveket veszünk idén, a 12 évnél idősebbek CD-t, DVD-t, kozmetikai termékeket, mp3-lejátszót, mobiltelefont és könyveket kapnak. A felnőttek egymásnak idén elsősorban könyveket és kozmetikai termékeket vesznek majd

Nem csak ajándékra költünk

A karácsony-témát nem csak akkor tudod felhasználni a marketingedben, ha olyan terméked vagy szolgáltatásod van, ami közvetlenül a karácsonyi ajándékozáshoz kapcsolódik. Mivel ebben az időszakban többet költünk magukra is, több időnk van olvasni, feltöltődni, szórakozni, ezért akkor is profitálhatsz a karácsonyból, ha a pihenést, a szórakozást helyezed előtérbe.

Nagy lépéselőnyt jelenthet számodra az is, ha könnyebbé teszed a vásárlók számára a karácsonyi bevásárlást, például extra szolgáltatásokat kínálsz a karácsonyi ajándékként megvásárolt termékek mellé (például díszcsomagolást, expressz kiszállítást stb.) - ehhez ad ötleteket a „Lógj ki a karácsonyi sorból!” című fejezet.

Ha olyan terméket, szolgáltatást kínálsz, amit nem lehet (vagy nem szeretnél) karácsonykor eladni, akkor felhasználhatod ezt az időszakot a listaépítésre és az ismertséged növelésére is – ezzel az „...és lesz jövőre is” című fejezet foglalkozik.

Ha pedig szeretnéd megtudni, mikor és mire költik az emberek szívesen a pénzüket a karácsony utáni időszakban, és szeretnél januárban kapásból nagy bevételekkel indítani, akkor az „Élet karácsony után” című fejezetben találhatsz ötleteket. Lehet, hogy a te terméked is jobban eladható karácsony után?

2. Lógj ki a karácsonyi sorból!

A legtöbb kereskedő számára a karácsony a karácsonyi ajándékok árusítását jelenti, pedig nemcsak ilyen módon húzhatsz hasznot ebből az időszakból. Ha azonban mégis olyan termékeket árulsz, amiket remekül megvásárolhatunk karácsonyi ajándékként egymás számára, akkor érdemes a marketingeddel kilógni a megszokott akciók sorából:

1. Karácsonyi dizájn Ha webshopod van, akkor a karácsonyi akció ne csak egy plusz banner legyen a főoldalon, hanem a karácsonyi időszakra színezd át az oldalt karácsonyi hangulatúra és a hírleveleid is öltsenek más színt erre az időszakra (CSS-ben egyszerűen lehet szép színes karácsonyi hangulatú fejléceket készíteni és ezek a legtöbb levelezőprogramban meg is jelennek, míg a történetek nem.

2. Karácsonyi extrák Nem kell feltétlenül árengedményekkel ösztönözni a karácsonyi vásárlási kedvet, inkább kínálj olyan szolgáltatásokat, amik felértékelődnek a karácsonyi rohanásban:

- „Karácsonyig megérkezik" szállítási garancia
- Az ajándékot az általad kiválasztott csomagolópapírba becsomagoljuk
- „Az ajándékokat a Mikulás viszi házhoz" – szolgáltatás
- Bónuszként olyan ajándékok, amiket továbbajándékozhat
- Ajándék műfenyő, hogy a fa után már ne kelljen rohangálnod
- Bónusz kényeztetés az ünnepek utánra: ajándék éttermi vacsora, nyeremény wellness hétvége

3. Segítünk dönteni A karácsonnyal az a fő gond, hogy sok embernek kell ajándékot venni és nehéz eldönteni, kinek mit vegyünk. Vannak bizonyos csoportok, akiknek különösen nehéz vásárolni, pl. nagyszülők, szülők, tanárok, rokonok gyerekei – ilyenkor jöhet jól, ha az oldalad segít a vásárlási döntésben. Összeválogathatsz ajándékokat 3 árkategóriában csak nagyszülőknek és kitehetsz az oldaladra egy nagymamát ábrázoló bannert, amin azt hirdeted, hogy „segítünk ajándékot választani a nagyinak". Kiküldhetsz egy hírlevelet is arról, hogy „ha nem tudsz ajándékot választani a nagyszüleidnek, akkor most íme néhány ötlet:..."

4. Segítünk dönteni 2. Vagy készíthetsz egy egyszerű legördülő menüs keresőt, az oldaladra, ami a karácsonyi ajándék-vásárlásban segít. A legördülő menüből célcsoport alapján választhatja ki, kinek szeretne ajándékot vásárolni és rákattintva bejönnek az adott csoportnak való ötletek.

+1 ötlet játékáruházak számára A játékokat korcsoportok, nem és árkategória alapján osztályozhatod, így könnyebb a választás. Általában a rokonok gyerekeiről csak azt tudja az ember, hogy 10 éves és fiú – lehetőleg a nekik való ajándékokat egyetlen kattintással tudjam elérni a főlapról.

Könyv- és filmáruházakban is lehet ilyen keresési lehetőséget készíteni, hiszen a vásárlók egy részének az a kérdése, Milyen könyvet vegyek egy 10 éves kisfiú számára? Milyen film való egy 14 éves lánynak?

5. Tanácstalanoknak Készíthetsz egy tesztet, ami segít a karácsonyi ajándékválasztásban. A tesztben meg lehet adni az ajándékozandó ember paramétereit: neme, életkora, milyen értékű ajándékot szeretnél neki venni, érdeklődési köre – majd a teszt kidobja, milyen ajándékokat ajánlasz a shopodból az adott csoportnak. Egy ilyen teszt nagyon hasznos segítség, ugyanakkor jópofa játék is, ezért a közösségi hálózatokban is gyorsan elterjedhet a híre. További előnye ennek, hogy ha elmented ezeket a keresési eredményeket, az adatokból megtudhatod, milyen csoport számára keresnek nálad leggyakrabban terméket az emberek.

+1 Ha valakinek nem tudsz terméket ajánlani, akkor felajánlhatod, hogy iratkozzon fel a listádra és amint lehet, küldesz neki ötleteket az általa keresett témában is.

5. Sláger termékek Mindig vannak karácsonyi slágertermékek, amiket sokan keresnek. Kedvenc mesehősök, kedvenc játékok, top könyvek és filmek. Mindenképpen kommunikáld a listád felé, ha tartasz ilyeneket, és a címlapra is mindenképpen tedd ki ezeket. Érdemes Adwordsben is hirdetni ezekre a szavakra (pl. játékoknál idén a Bakugan, Ben10, Thomas, Transformers)

E-mail marketing tippek a karácsonyi időszakra

6. Időzítés A karácsony környéki időszakban mindenki nagyon elfoglalt, ezért igyekezz úgy időzíteni a kampányaidat, amikor a célcsoportod feltehetőleg ráér megnézni a leveleit. Mivel a legtöbben a hétvégék környékén mennek bevásárolni, hét közben pedig a munkahelyükön tervezgetik a bevásárlást, ezért hét közben tudod a leginkább rávenni őket az online vásárlásra.

7. Egyszerűen Karácsonykor rengeteg-féle ajánlattal találkozik az ember, ezért akkor lesz a leghatékonyabb a kampányod, ha hosszabb ideig küldöd ki, és könnyen megjegyezhető, egyszerű ajánlatról van szó. Ha komplexebb ajánlatod van, vagy az szeretnéd elérni, hogy a teljes shopodból vásároljanak, akkor a 3-4-5. pontban ajánlott módszereket ajánlom, tehát ne egy terméket hirdess mindenáron, hanem segíts megtalálni a megfelelő ajándékokat a termékpalettádról.

8. Konverzió Mivel mindenki karácsony előtt szeretne eladni e-mailben, ezért ilyenkor még az egyébként e-mail marketinggel kevésbé túlterhelt iparágakban is túlságosan sok lehet az ügyfeleidhez érkező hírlevelek aránya, emiatt pedig lecsökken a levelek kinyitási aránya, több levél kerül olvasatlanul a kukába. Éppen ezért nagyon fontos, hogy most különösen érdekes tárgysorokkal és üzenetekkel káprázta sd el a vásárlóidat. A megszokott „Karácsonyi akció! Minden X márkájú termékre 10% kedvezmény karácsonyig!” tárgyú e-mailek helyett szokatlan, ugyanakkor az ünnepekhez kötődő

tárgysorokkal állj elő: „Jó gyerek voltál az idén?”, „Nem tudod, mit vegyél a nagyinak karácsonyra?”, „Mi kerüljön idén a fa alá?”

9. Tudd meg, mi a gondjuk! Ha nagyon agresszíven kampányolsz a karácsonyi időszakban, akkor a nagy reklámzaj miatt a felhasználóid jelentős része leiratkozhat, ezért nem szabad a megszokottnál sokkal gyakrabban és nyomulósabban küldözgetni nekik az ajánlatokat. Szerencsésebb megtudni, milyen problémáik vannak a karácsonnyal kapcsolatban és ezekben segítséget nyújtani nekik – illetve ezekkel kapcsolatban ajánlatokat tenni.

Például készíthetsz egy rövid felmérést, amiben kiválaszthatják, melyik kérdéssel kapcsolatban vannak leginkább problémáik:

1. Kevés pénzem van, és ezt szeretném minél jobban beosztani ajándékokra
2. Gondot okoz, mit vegyek a kollégáimnak, főnökömnek, ügyfeleimnek ajándékba
3. Gondot okoz, mit vegyek egyes családtagjaimnak ajándékba

(a csoportokat és a problémákat a saját iparágad szerint testre szabhatod)

Amikor valaki kiválasztja, hogy ő melyik csoportba tartozik, ajánld fel neki, hogy segítséget nyújtasz a problémája megoldásában. Egy kattintással iratkoztasd át egy allistára (erre a legtöbb autoresponder szoftver képes) és az adott csoportoknak a számukra szóló akciókat, üzeneteket juttasd el. Így nagyobb lesz a konverziós arány, hiszen mindenki a saját problémáját megoldó üzeneteket kapja és lecsökken a leiratkozók aránya is.

Karácsonyi hirdetés

10. Mondd meg a tutit! A legtöbb karácsonyi hirdetés tele van a már jól megszokott karácsonyi motívumokkal, sehol semmi izgalom vagy szokatlan esemény. Hát legyél te az :) Az emberek többsége valójában egyetlenegy ok miatt vásárol: szeretné látni a mosolyt a másik ember arcán, és kíváncsi rá, mit szól a másik az ajándékhoz, de nem puszta önzetlenségből, hanem azért, mert ez hízlalja az egóját :) A reklámjaidat alapozhatod erre az érzésre.

Pl. mondhatod azt, hogy „ha ezeket az ötletes ajándéktárgyakat (ide jön a terméked neve) adod a barátaidnak karácsonyra, még évek múltán is emlegetni fogják” vagy „Ha azt szeretnéd, hogy idén mindenki szakadjon a karácsonyfa alatt a röhögéstől, akkor lepd meg őket ezzel a könyvvel.”

11. Gondolkodj másként! Ha Adwordsben hirdetsz, ne csak a megszokott terméknevekre és karácsonyi szóösszetételekre hirdess, hanem gondolkodj áttételesen. Ilyenkor szinte mindenki karácsonyi ajándékok után kutat, ezért

bármelyik célcsoportot megszólíthatod. Ha pl. gyermekkönyveket árulsz, elkezdhetsz olyan szavakra hirdetni, amire a szülők még kereshetnek, például gyermeknevelési kérdésekre, vagy játékokra. De hirdethetsz népszerű gyermekfilmek vagy sorozatok címeire is, ha pl. rákeres valaki a Thomas DVD szóösszetételre, akkor megjelenítheted ezt a reklámot: „Nem találtál Thomas DVD-t? Tegyél a fa alá Thomas könyveket Most ajándék Thomas színezővel”

Vagy ha tipikusan fiatalok által keresett szavakra hirdetsz (pl. zenei klipek címére), akkor a hirdetésed címe lehet ez „Tudod már mit adsz idén karácsonyra a szüleidnek?”

+1 A tinik számára különösen nehéz a szülőknek, testvéreknek ajándékot választani. Készíts a webáruházadban egy aloldalt, ami csak nekik szól és segít a választásban, alacsonyabb áras, zsebpénzre szabott termékekkel. Ha nálad vásárolnak, bónuszként meglepheted őket egy mozijeggyel, amit a két ünnep között használhatnak el.

12. Lista Az ajándék ötletek megtalálása gyakran még a hozzánk legközelebb állók számára is nehéz. Könnyítsd meg ezt a helyzetet azzal, hogy a felhasználóid számára felkínálod, hogy állítsák össze a webshopod tartalmából, mi az az 5 termék, aminek örülnének, és ezt a listát könnyen el tudják küldeni e-mailben bárkinek.

13. Közösség Ne csak az e-mail marketinggel és az Adwordssel próbálkozz, hanem használd ki a közösség erejét is a karácsonyi időszakban. Készíts olyan tartalmakat, listákat, amiket szívesen megosztanak egymással az emberek és amik segítséget, ötleteket nyújtanak a készülődéshez!

14. Videók A karácsonyi időszakban egy találó, humoros videóval nagy sikereket arathatsz. A videó szólhat pl. arról, milyen veszélyekkel járhat a hagyományos bevásárlás (rálépnek a lábadra, órákat kell sorbanállnod, elkapod a tömegben az influenzát stb.) és mennyivel egyszerűbb ezzel szemben online vásárolni a webshopodban. De ahhoz is adhatsz praktikus tippeket hogyan kell a nálad vásárolt ajándékokat becsomagolni.

Termékkarácsonyosítás

15. Karácsonyosíts! Ha olyan terméked van, amit nem kifejezetten ajándékként szoktak egymásnak adni az emberek, akkor készítsd el belőle a karácsonyi verziót!

1. Készíts a termékednek karácsonyi csomagolást (Special Christmas Edition :))

2. Indokold meg, miért pont most vásároljanak ilyet: Ha a sales oldal eddig azoknak szólt, akik ilyet szeretnének vásárolni maguknak, akkor most szóljon azokhoz, akik ajándékba szeretnék megvenni az adott terméket vagy pedig szóljon arról, miért megfelelő alkalom a karácsony arra, hogy meglepjék magukat ezzel a termékkel.

16. Karácsonyi tippek Nem csak a slágerajándékok léteznek, vannak más termékek is. Ha a te termékeid nem tartoznak a TOP10 termék közé, adj tippeket, hogyan és kinek adhatnák őket karácsonyi ajándék-képpen.

17. Karácsonyi körítés A termékeidet fotózd le karácsonyi környezetben, a karácsonyfa alatt és a hirdetésben is megemlítheted, milyen klassz lesz ezt az ajándékot a fa alatt kibontani.

18. Csomagolj! Ha olcsóbb termékeid vannak, magasabb áron adhatod el őket (és többet adhatsz el belőlük), ha karácsonyi csomagokat készítesz belőlük. Például többféle hasonló témájú könyvet teszel egy csomagba és adsz hozzá egy karácsonyi receptkönyvet is. Ilyen megoldást láthatsz pl. a kozmetikumoknál is.

19. Rohanóknak Karácsony előtt a legtöbb ember már nagyon rohan és kapkod, ezért nincs idő már olyanokra, hogy nincs ár a termék mellett és csak árajánlatot lehet kérni. Minden terméked mellett legyen ár, legyen egyértelmű, mikorra szállítod ki (karácsony előtt érjen oda), valamint hogy hol lehet személyesen átvenni, ha már nem érne oda karácsony előtt. December 17 után már elkezdhetsz külön akciókat hirdetni a későn vásárlóknak – amennyiben tudod vállalni, hogy még karácsonyig odaér az áru.

20. UPSELL Ebben az időszakban a legkönnyebb eladni az Upsell ajánlatokat. Ha valaki fényképezőgépet vesz, automatikusan ajánljátok fel neki a hozzá való táskát, teleobjektívet, elemet és asztali állványt. Elektronikus dolgoknál, játékoknál különösen fontos és magától értetődő az elemkérdés, ne a fa alatt derüljön ki, hogy nem lehet azonnal kipróbálni az ajándékot.

3. Élet karácsony után

Nem mindenki szeretne feltétlenül karácsonyi akciókat indítani, például azért, mert ezt az időszakot inkább pihenéssel töltené, vagy mert nincs kedve felvenni a versenyt a nagy konkurenciával, ez azonban nem jelenti azt, hogy le kéne maradni az év végi marketing hadjáratból. Vannak olyan célcsoportok ugyanis, akik éppen karácsony után kezdenek költeni, akikhez jól lehet szólni a karácsonyt követő időszakban is.

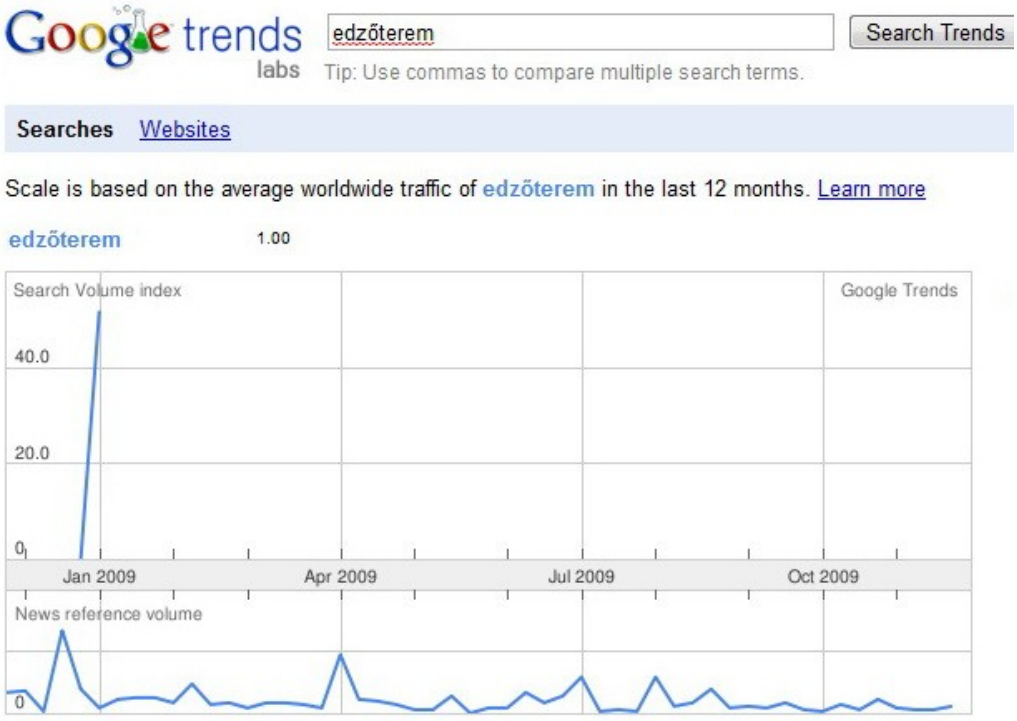
21. Fiatalok, tinédzserek Ők gyakran pénzt kapnak karácsonyra, amit a két ünnep között vagy az ünnepek után költenek el. Ha olyan termékeid vannak, amiket ők keresnek (iPod, mp3 lejátszók, mobiltelefonok, zenei CD-k, pólók, sportcipők stb.), akkor hirdethetsz kifejezetten a két ünnep között érvényes akciókat a számukra.

22. Még egy kis karácsony... Ha nincs olyan terméked, amit karácsonyra adhatnál, akkor kiajánlhatod partnerek karácsonyi termékeit jutalékért a listádnak.

23. Téli szünet Mivel a két ünnep között valamivel le kell kötni az otthonlevő csemetéket, ezért ilyenkor sikerrel hirdethetsz mindent, ami ezt a szülők számára könnyebbé teszi: játszóház belépőket, bábszínházat, családi étteremlátogatást, fél-egy napos családi programokat. Ha nincs ilyen szolgáltatásod, akkor a megvásárolt termékek mellé kínálhatsz ajándék mozijegyet, ebédet vagy kedvezményes kupont a játszóházba. Mondhatod azt is, hogy ha most vesz nálad DVD filmet, akkor egy gyerekfilmet vagy egy társasjátékot kap ajándékba, amivel leköthetni a gyerekeket a téli szünet alatt.

24. Újévi fogadalmak Az emberek jelentős része tesz valamilyen újévi fogadalmat, amin változtatni szeretne. A TOP3 téma, amit megfogadnak az emberek: fogyókúra, rendszeres sportolás, félreteszek egy kis pénzt. Hogyan tudsz ebből profitálni? Például úgy, hogy január első napjától kezdve ezekre a szavakra hirdetsz az Adwordsben, ilyenkor ugyanis többen érdeklődnek ezen témák iránt.

Ezen az ábrán látszik, hogy január elején az emberek intenzíven keresnek edzőtermet az interneten:



(Erről a jelenségről elsőként Fehér Mártontól az OMA alapítójától hallottam, köszi érte :))

25. Jövőbelátás A két ünnep között vagy január elején megvásárolt termékek mellé adhatsz ajándékba egy személyre szóló 2010-es horoszkópot, vagy egy horoszkópos könyvet.

26. Bónusz! Az újévi fogadalmakat elősegítő termékeket is adhatsz bónuszként pl. fogyókúrás naptárt, sporteszközöket, felszerelést, edzőtermi bérletet, fogyókúrás receptkönyvet. Ha pénzügyi tanácsadó vagy, akkor pedig egy bónusz tanulmányt az újévi pénzügyi fogadalmak megtartásáról.

4. ...és lesz jövőre is ;)

Ha még véletlenül sem szeretnéd kivenni a részed a karácsonyi felhajtásból, vagy az iparágad nem kimondottan köthető a karácsonyhoz, akkor is kihasználhatod egy kis marketingre a karácsony hírértékét, például építheted a listádat és a hírnevedet egy kis karácsonyi gerilla-akcióval

27. Karácsonyi különszám Ha van szakmai hírleveled, akkor elkészítheted a karácsonyi különszámot, amiben kötetlenebb, szórakoztatóbb stílusban írhatsz, mint év közben – ez lehet a karácsonyi ajándék az előfizetőidnek.

28. Karácsonyi segítség Ha kézművességet oktatsz, akkor készíthetsz egy segédanyagot, ami bemutatja, hogyan és milyen ajándékokat készítsenek karácsonyra. Ha főzést tanítasz, bemutathatsz egy különleges karácsonyi menüt. Ha szoftvereket készítesz, összedobhatsz egy speciális karácsonyi bevásárlólista tervező programocskát. Az elkészült meglepetést Mikulás ajándékként adhatod a listádnak (így fel tudják használni a karácsonyi készülődéshez), de közösségi oldalakon is spontán terjedhetnek az ilyen akcióid.

29. Most növeld a listádat! Ha a szakmádhoz kötődően tudsz adni tippeket a karácsonyi készülődéshez, akkor azt most humoros formában megteheted (pl. Lakberendezési tippek karácsonyra, Hogyan NE szedj fel 2 kilót karácsonykor? stb.) Ezeket az anyagokat extra csaliként használd fel, a karácsonyi időszakban ezeket hirdesd az Adwordsben a megszokott csalid helyett, valamint Twitteren, Facebookon, Youtube-on is terjesztheted őket, ezzel növelheted a listádra feliratkozók számát.

Még hatásosabb, ha ugyanarra a témára egész kis sorozatot építesz fel több darabból, például mindegyik videón más ajándékot készítesz el 5 perc alatt, minden tanulmányban más tippet adsz a zsírégető edzéshez, vagy leforgatod a szerencsétlen Mikulás történetét egy 5 részes, egyenként 3 perces sorozatban :)

30. Legyél Te is az üdvözlet része! Az emberek többsége szeret interneten küldeni üdvözletet a barátainak karácsonyra-újévre, ennél jobban már csak színes karácsonyi idézeteket tartalmazó PPT fájlokat szeretnek továbbadni :)

Hogyan profitálhatsz te ebből? Készíts vicces karácsonyi üdvözlőlapokat, a sarkukban a webcímeddel és tedd őket közzé az oldaladon – egy egyszerű flash űrlappal megoldható, hogy továbbküldhessék őket. Készíthetsz karácsonyi PPT prezentációkat is, amiket üdvözletként lehet továbbküldeni, de ennél sokkal jobb a zenélő karácsonyi üdvözlőlap, amit flashben (pl. Swish segítségével) vagy PPT-ben is elkészíthetsz. Direkt reklám ebben ne legyen, csak a linked.

+1. Vágjátok együtt a centit! A vonalzókat szívesen használják a rendszeresen fórumozók. Te is kihasználhatod ezt, például elkészítheted a saját vonalzódat, amin karácsonyig vagy újévig lehet visszaszámolni. Ebben az a jó, hogy a vonalzók a te oldaladra linkelődnek át, ezzel spontán linkeket szerzel és az ismertséged is nő. Minden nagyobb CMS (Drupal, Joomla, Wordpress) alá létezik Ticker modul/plugin. Ezt az ötletet felhasználhatod az újévi fogadalmak teljesítéséhez is, hiszen egy ilyen vonalzó abban is segíthet, hogy számolja, hány napja sikerült megtartani az újévi fogadalmát :)

Na, melyiket fogod megcsinálni?

Az ilyen ötletgyűjtemények, mint ez a mostani nem arról szólnak, hogy szolgaian lemásold, amit olvastál, hanem, hogy felpiszkálják a kreativitásodat és eszközöket adjanak a kezedbe, amiket azonnal megvalósíthatsz.

Szeretnél megtanulni egy olyan stratégiát, amivel igazán hatékony és ütős lesz az idei karácsonyi kampányod?
Tarts velünk itt >>