



Bevezető:

A lenti dokumentum a 2025-ös SPAR Marketing Bootcamp *Kommunikálj hatékonyabban a social médián az AI segítségével* workshop jegyzete. A beszárgázott szöveg egy példát mutat be, a helyére természetesen saját terméked/perszonád/honlapod/stb. tedd.

1. Perszonakutatás

Piackutató vagy, aki széles körű tapasztalattal rendelkezik a ügyfélkarakterek (perszónák) készítésében. Az a feladatod, hogy 2 darab részletes perszónaprofil (ügyfélkaraktert) dolgozz ki egy **prémium kézműves csokoládé**márka számára.

A perszónaprofilok a marketingkommunikációs stratégia elkészítését fogják támogatni. Én vagyok az ügyfeled, és az alábbiakban a perszónaprofil felépítéséhez szükséges információigényeimet adom meg. A feladat elvégzése során használd piackutató készségeidet, legyél éleslátó és a potenciális vásárlók igényei iránt empatikus. Megadom a Facebook-csoportok url-jét, ahol a célcsoport aktív. Ezekben a csoportokban folyó beszélgetések alapján 2 perszónaprofil kell beazonosíts: **egy magasabb jövedelmi kategóriájú 30 éves családayát, egy gourmet, a mindennapokban aktív 20-30 éves üzleti világban dolgozó hölgyet.**

<https://>

Ha szükséges, pontosítani szeretnél valamit nyugodtan tegyél fel nekem, az ügyfelednek további kérdéseket, Kérlek a perszónák felépítését a következő lista szerint készítsd el, minden pontra részletes leírást adva.

- Demográfiai profil:

Add meg a részletes demográfiai információkat, beleértve az életkort, a nemet, a lakóhelyet, az iskolai végzettséget, a foglalkozást és minden egyéb releváns demográfiai tényezőt.

- Pszichográfiai elemzés:

Vizsgáld meg a perszóna érdeklődési körét, értékeit, életmódját és egyéb pszichológiai jellemzőit. Magyarázd el, hogy ezek a tényezők hogyan befolyásolják viselkedésüket és preferenciáikat.

- Fogyasztási szokások:

Sorold fel a perszóna márkapreferenciáit, ha vannak ilyenek. Írd le a mindennapi életüket és a tipikus fogyasztási szokásaikat.

- Motivációk, célok:

Határozd meg és írd le a perszóna elsődleges szakmai céljait és motivációit, amelyek döntéshozatalát és viselkedését befolyásolják, azért, hogy minél meggyőzőbb üzeneteket tudjak



létrehozni ennek a perszónának a **csokoládé-vásárlással** kapcsolatban.

- Fájdalompontok és kihívások:

Sorold fel és fejtsd ki a perszóna fő kihívásait, fájdalompontjait, amikkel a perszóna a **csokoládé-vásárlással kapcsolatban** találkozik.

- Kommunikációs preferenciák:

Add meg azokat a kommunikációs csatornákat, ahol a perszóna előszeretettel lép kapcsolatba másokkal, ahol további információkat gyűjt be **a csokoládékkal** kapcsolatban. Például közösségi média csatornák, weboldalak, blogok vagy iparági kiadványok. Ezek segíthetnek nekem, a marketingesnek, hogy olyan tartalmakat és üzeneteket készítek, amivel növelhető a kommunikáció hatékonysága.

- A vásárlási döntést befolyásoló tényezők:

Milyen terméktulajdonságok és hozzáadott értékű szolgáltatások fontosak a perszóna számára? Milyen kockázatokat akar elkerülni a perszóna?

- Vásárlási helyzetek:

Válaszolj az alábbi kérdések bármelyikére, amennyiben az releváns az adott perszóna számára a **csokoládé-vásárlási** döntéseinek meghozatalakor: Hol? Kivel? Milyen termékkategóriákkal vagy szolgáltatásokkal együtt vásárol a perszóna ilyen terméket? Mit csinál a vásárlás közben? Mikor vásárol ilyen terméket? Hogy érzi magát a perszóna a vásárlás során? Mi motiválja a perszónát, hogy ilyen terméket vegyen? Milyen előnyöket keres a vásárlás során a perszóna?

2. Versenyтárs/Influencer elemzés

Social média marketing menedzserként elemezd **a X márka/influencer** Facebook és Instagram jelenlétét, amit ezen az url tudsz elérni:

<https://www.facebook.com/>

<https://www.instagram.com/>

Mi a top 5 leggyakoribb téma az oldalon?

Mik a leggyakrabban előforduló kifejezések az oldalon? Add meg a 20 leggyakrabban előforduló kifejezést, melléknevet az oldalon!

Válaszok után külön beírva:

A Facebook oldal alapján mi az **X márka** USP-je, egyedi ígérete, ami meggyőzi a vásárlóit, megmutatja mi a legfontosabb haszna vásárlóknak, ha az ő termékeit veszik?



3. Stílus/hangvétel

Egy tapasztalt social media marketingszakember vagy, aki figyel arra, hogy márkája egységes hangnemben, stílusban kommunikáljon. A **X márka** Facebook és Instagram oldaláért felelsz, amiket ezeken az **url-eken találasz**:

Határozd meg és dokumentáld az **X márka** hangvételét, stílusát és azt, hogy ez hogyan tükröződik a közösségi médiás tartalmakban.

A szóhasználatodnak lézerfókuszúnak és pontosnak kell lennie. - Nemcsak a szavakat, hanem a szövegek ritmusát is alaposan vizsgáld meg - a mondatösszeállítások és azok variációi kulcsfontosságúak.

Az aprólékos elemzés után állíts össze egy rendkívül részletes briefet egy senior social média marketinges számára. Bontsd le a módszereket, hogy replikálni tudja posztjaiban a márka stílusát. Találd meg a márka hangnemének lényegét, a használt érzelmeket és hangulatot!.

Határozz meg öt kulcsfontosságú márkahangnemet, és jelenítsd meg őket egy egyszerű táblázatban a következő oszlopokkal: hangnem, hangnem definíciója, teendők, tiltások (mit lehet és mit nem lehet a social media menedzsernek csinálnia).



4. Tartalomnaptár

Tapasztalt közösségi média menedzserként használd az alábbi információkat egy március havi tartalomnaptár elkészítésére ami egy prémium kézműves csokoládémárka 12 Facebook-bejegyzés posztálásához készül.

A megcélzott perszónákat a csatolt dokumentumokban találod. Nincs most teendőd velük, csak szólj, ha áttekintetted és megismerted a perszónaprofilok tartalmát.

FELTÖLTÉS - PERSZONAPROFILOK

A márka USP-je a mellékelt dokumentumban található. Nincs most teendőd vele, csak szólj, ha áttekintetted és megismerted a márka egyedi ígérését!

FELTÖLTÉS - USP

A fókuszban lévő termékek ebben a hónapban a következők: EPRES CSOKOLÁDÉ, DUBAI CSOKOLÁDÉ,

A fókusz promóció ebben a hónapban a következő: két bonbon mellé ajándék szív alakú csokoládét is adunk most

Feladataid a következők:

- Készíts egy havi tartalomnaptárat úgy, hogy a fő témák és közösségi posztkategóriák, a megcélzott perszónák és a CTA-k meghatározásra kerüljenek minden poszthoz..
- Javasolj egy következetes posztolási ütemtervet.
- Az információkat strukturált, egyértelmű, könnyen áttekinthető táblázatos formában add meg. Emellett a naptár tervezésekor vedd figyelembe a magyarországi szezonális eseményeket, hogy releváns javaslatot adj. A fő cél: minél több ember elérése/ minél nagyobb bevonódás (reakció, komment) elérése.



5. Szöveges poszt elkészítése

A feladatod, hogy írd meg egy social posztot, ehhez használd a mellékelt USP és perszonalprofilokat. Fontos tudnod, hogy mindjárt itt van a Valentin nap, így célszerű lenne erre felépíteni a poszt szövegét. Ehhez kapcsolódik, hogy éppen van egy promóció is, két bonbon mellé ajándék szív alakú csokoládét is adunk most. Erre csináld meg a promóciós poszt szövegét. Készítheted!



1. Képes poszt elkészítése

Az előző, elkészült social poszthoz készíts egy képet. A kép kapcsolódjon a valentin napi promócióhoz. Élethű, természetű képet szeretnénk, ami lehet modern. A helyszín lehet bármi, ami romantikus, egy kastély vagy egy tengerpart, tópart. Szereplő ne legyen rajta, csak a két bonbon és az ajándék szív alakú csokoládé. Jól legyen megvilágítva. A képarány 1:1 legyen.

Készítheted!

2. META hirdetési szöveg elkészítése

Hirdetési szövegíró vagy, aki social média fizetett hirdetésekhez készít szövegeket Facebook platformra. hozz létre három egyedi hirdetési szövegváltozatot, kb. 100 karakter hosszúságban **prémium kézzel készített csokoládéra**. A hirdetési szövegben használd az alább felsorolt 50 szó bármelyikét, hogy a hirdetés barátságosabb hangzású legyen, a hirdetés a csatolt perszónának szóljon. Hogy lásd, milyen típusú posztokkal dolgozunk ebben a hónapban, csatoltam a havi tartalomnaptárat is (feltöltés). A hirdetés szövegének a tematikája az alábbi legyen: promóció: **2 bonbon mellé ajándék szív alakú csokit adunk most!**

Az 50 szó a következő:

1. sokszínűség
2. részvétel
3. egység
4. összefogás
5. pozitív
6. család
7. fitt
8. összetartó
9. közösség
10. gondoskodás
11. boldogabbak együtt
12. öröm
13. kapcsolat
14. bizalom
15. empátia
16. megértett
17. elfogadás
18. kötődés
19. támogató rendszer



20. hovatartozás
21. megoszt
22. nyitott
23. barátságos
24. meleg
25. nincs diszkrimináció
26. megnyílik
27. sokoldalú
28. nyitott szemléletű
29. tartalmazza
30. nyitott mindenre és mindenkire
31. nincsenek korlátok
32. ingyenes
33. bővülő
34. biztos
35. biztonságos
36. elfogadott
37. progresszív
38. támogató
39. egyenlőség
40. kényelem
41. üdvözlő
42. növekvő
43. megértő
44. törődő
45. validált
46. hiteles
47. értékes
48. eredeti
49. valódi
50. egyedi