



Mitől függ, hogy ki látható és mennyire hiteles online?

Kohanecz Margó

2022. Május 5.

Mai előadó



Kohanecz Margó

WSI Digitális Marketing Tanácsadó

25 éves marketing szakmai háttérrel rendelkezem, korábban pedig a legnagyobb orvosi és női kiadóknak voltam a felsővezetője. A KPMG egészségügyi tanácsadási csapatának vezetőjeként, többek között digitális fejlesztési programok, gazdasági hatástanulmányok, nemzetközi piacelemzések, piaci szegmentációs, piacra jutást segítő kutatások és felvásárlások területén szereztem tapasztalatot.

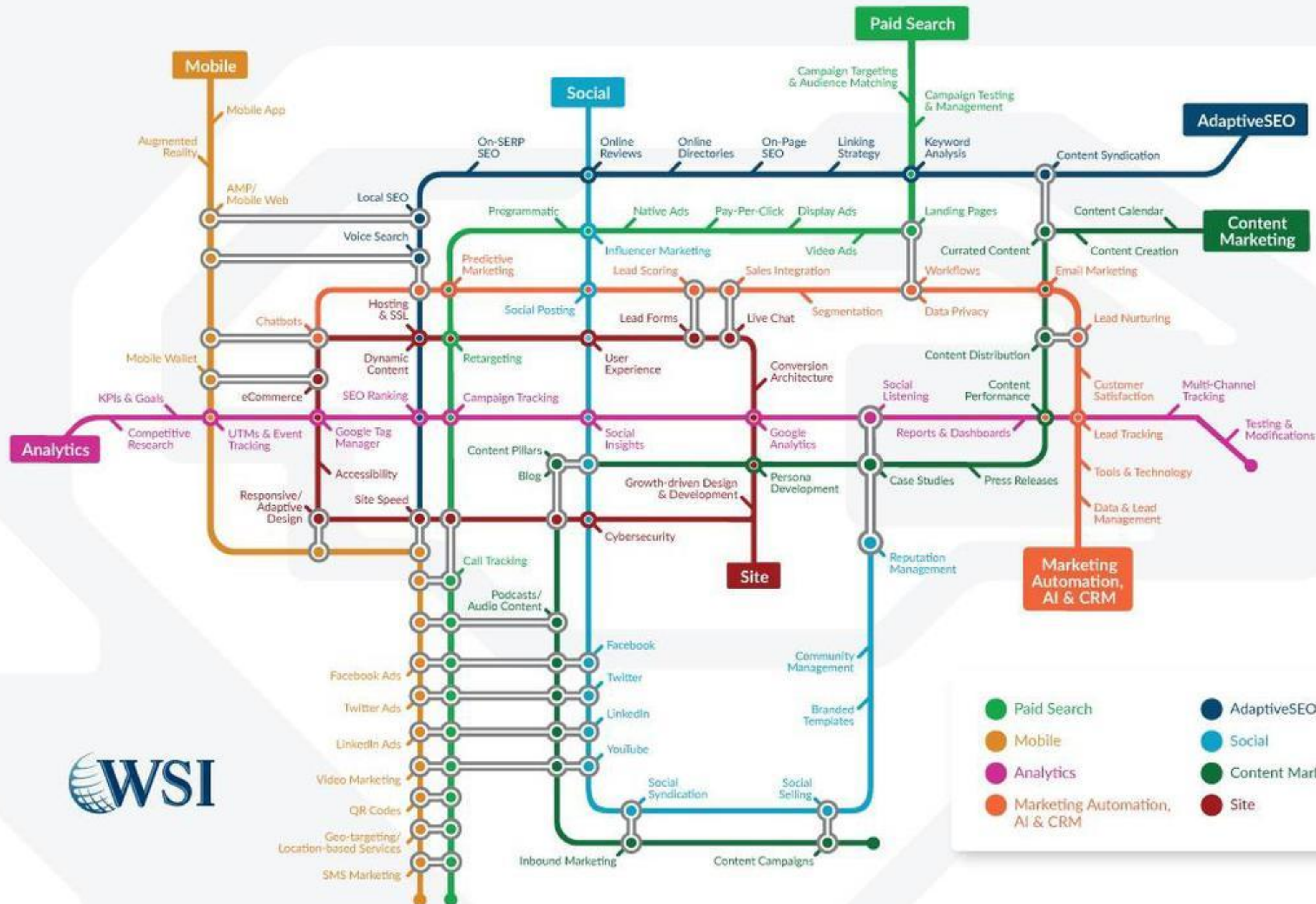
Tapasztalattal rendelkezem továbbá hazai és nemzetközi cégekkel való együttműködésben a gyógyszeripari bevezetések, benchmarkok területén, valamint dolgoztam kormányzati szervezetekkel is. Szakterületemhez tartozik ez egészségügyi, orvosi marketing és kommunikációs programok tervezése, kidolgozása, megvalósításának a felügyelete és azok ellenőrzése.

Pár szó a WSI-ről

A WSI 25 éve nyújt digitális marketing szolgáltatásokat és átfogó marketingstratégiákat minden méretű vállalkozásnak és különböző iparágaknak.

Teljes körű szolgáltatást nyújtó digitális marketing ügynökség vagyunk, amely segít a vállalkozásoknak emelni online márkájukat, több leadet és eladást generálni, valamint javítani az általános marketing megtérülést.

A TÉRKÉP, AMELYEN ELIGAZODUNK ÉS SEGÍTÜNK ELIGAZODNI



Mi is a keresőoptimalizálás / SEO?

Search engine optimization (SEO), azaz keresőoptimalizálás az online tartalom (weboldal, videó, blog) optimalizálásának folyamata, annak érdekében, hogy a **keresőmotorok (Google vagy Bing)** az első oldalak egyikének tetején (SERP, azaz search engine results page) mutassák a tartalmunkat, amikor az olvasók egy bizonyos kulcsszóra vagy kifejezésre **keresnek**.

MÁS SZÓVAL

A keresőoptimalizálás egy folyamat és módszertan, amivel elérhető, hogy a weblapunk **nagy mennyiségű organikus (nem fizetett) látogatót vonzzon** a Google találati listájáról. Segítségével hatékonyan lehet a bevételeket növelni, csökkenteni a konverziós költségeket, és szert tenni új ügyfelekre.

Bármilyen területről legyen is szó az organikus látogatók elengedhetetlen részét kell képezzék a látogatottságnak. Ezek a látogatók **kulcsszavakat, keresőkifejezéseket – szavakat, vagy akár tagmondatokat – írnak a Google keresőjébe** amikor meg szeretnék találni a számukra legrelevánsabb, minőségben és árban az igényeiknek legjobban megfelelő terméket vagy szolgáltatást.

Nagyjából 73 800 találat (0,53 másodperc)

Hirdetés · <https://www.drbedo.hu/vedjegy> ▼

Védjegy Levédése, Bejelentése - Védjegy Bejegyzés

Ügyvédi segítség végjegy bejelentéskor a jogszerűség biztosításához. Kérjen ajánlatot! Profi segítségnyújtás, hogy márkája biztonságban legyen. Nemzetközi, európai **védjegy** is.

Védjegy bejelentés

Intézzze a védjegyének bejelentését szakértő ügyvéddel

ÁSZF Készítés

Elérhető részletfizetéssel is Kérjen biztos, szakszerű segítséget

<https://szabadalom-vedjegy.hu> ▼  **Traf/mo** (us): 0/0 - **Kw** (us): 0/0

Szabadalom - Védjegy Tanácsadó Kft.

 **Domain Authority:** 21  **Est. Visits:** 0  1  5,700  136 ▼

Szabadalom levédése, vagy **védjegy** bejegyzés? Mit nyerünk vele, milyen biztonságot nyújt számunkra? Tudja meg a részleteket valódi szakértőtől!

[Szabadalmi hivatal](#) · [Ötlet levédése](#) · [Szellemi termék](#) · [Logó levédése](#)

MOZ DA: 21/100 (+17%) Ref Dom: 343 Ref Links: 1.82K Spam Score: 1%

<https://www.sztnh.gov.hu> › [szabadalom](#) ▼ **Traf/mo** (us): -/3 - **Kw** (us): -/9

Szabadalom | Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala

 **Domain Authority:** 80  **Est. Visits:** 0  44  11 ▼

2021. jún. 14. — **Szabadalom**, Használatiminta-oltalom Találmánynak hívjuk a termékre vagy ...

Mi a találmány és mi a **szabadalom**? ... **Védjegy** · **Szabadalom**.

[Mi a találmány, és mi a...](#) · [Szabadalmi oltalom](#) · [A szabadalom előnyei](#) · [Díjtáblázat](#)

MOZ DA: 80/100 (-2%) Ref Dom: 1.56K Ref Links: 568.76K Spam Score: 8%

<https://www.sztnh.gov.hu> › [vedjegy](#) ▼ **Traf/mo** (us): 0/3 - **Kw** (us): 0/9

Védjegy | Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala

 **Domain Authority:** 80  **Est. Visits:** 4 ▼  19 ▼

2021. júl. 22. — Mi a szellemitulajdon-védelem célja? Mire terjed ki az iparjogvédelem? Mi a

találmány, és mi a **szabadalom**? Mit jelent a használati minta? Mire ...

[Keresés úrlap](#) · [Védjegyek és a doménnevek](#) · [E-kutatás](#) · [Védjegyoltalom](#)

MOZ DA: 80/100 (-2%) Ref Dom: 1.56K Ref Links: 568.76K Spam Score: 8%



Szabadalmi piacon alacsony a verseny, nem túl drága hirdetés

Kulcsszó ↑	Keresések/hó	Háromhavi változás	YoY változás	Verseny	Hirdetésmegjelenítés	Az oldal tetejére vonatkozó ajánlat (alacsony tartomány)	Az oldal tetejére vonatkozó ajánlat (magas tartomány)
szabadalom	480	-34%	-19%	Alacsony	—	40,55 Ft	83,56 Ft
védjegy	880	0%	-32%	Alacsony	—	50,25 Ft	256,46 Ft

Bulk Keyword Analysis 4								+ To Keyword Manager	
☐	Keyword	Intent	Volume	Trend	KD %	CPC (USD)	Com.		
☐	+ védjegy	I T	880		39 	0.37	0.33		
☐	+ szabadalom	I T	480		36 	0.17	0.29		
☐	+ szabadalmi ügyvivő	C	110		13 	0.25	0.34		
☐	+ szabadalmi ügyvéd	n/a	30		n/a 	0.29	0.69		

A KERESŐOPTIMALIZÁLÁS 3 RÉSZE:

Technikai SEO felépítés

A weblap fejlesztői oldalról vizsgált felépítése, állapota. A kódban rejlő lehetőségek és hibák összessége. A technikai felkészültségtől függ, hogy mennyire járható be a Google robotjai számára az oldal, és azok mit indexelnek belőle.

On-site SEO

Az oldalon fellelhető tartalmi elemek összessége, amik segítik vagy hátráltatják az oldal helyes értelmezését és a jó helyezések kialakulását

Off-site SEO

A weblapon kívüli SEO jelek, amik megerősítik a Google robotjait abban, hogy az oldal hiteles, és érdemes arra, hogy jó helyezéseket érjen el.

TECHNIKAI SEO

A technikai SEO számtalan elemzést és vizsgálatot foglal magába, egy külön szakterület. Azonban ha hüvelykujj-szabályként ellenőrizni akarod, hogy mennyire jó egy oldal technikai felépítése, akkor használd a [Google PageSpeed Insights](#) szolgáltatását!

A Google PageSpeed Insights megmutatja, hogy az oldal:

- milyen szintű felhasználói élményt nyújt (UX)
- mennyire gyors
- mennyire mobilbarát – hiszen ma már alapkövetelmény, és egyébként SEO faktor is, hogy a [weboldalad mobilbarát legyen!](#)

Valamint arra is érdemes figyelni, hogy az üzleti folyamatok során keletkezett és tárolt adatokat GDPR konform módon kezeljük.

ON-SITE SEO

Egy weboldal esetében ezeknek az elemeknek az optimalizálására kell törekedni:

- URL
- oldal címe (title)
- elsődleges, vagy fő kulcsszó (primary keyword)
- címsorok, vagy heading-ek (H1, H2, H3, stb)
- meta leírások (meta description)
- kép címek és alternatív leírások (image title, alt text)
- tartalom, azaz a törzsszöveg (paragrafusok, bekezdések, szöveg)

OFF-SITE SEO

Az off-page, vagy más néven off-site SEO azokat a SEO faktorokat és tevékenységeket tartalmazza, amelyek az oldalon kívül történnek, de az oldalunkra hatnak.

Ide tartoznak a következő elemek:

- Mennyi viszontlink (backlink) mutat az oldalunkra?
- A backlinkek milyen minőségű oldalakról mutatnak ránk?
- Milyen a hivatkozás szövege az adott linknél?

Általánosságban elmondható, hogy minél több hiteles és releváns külső hivatkozással bír az oldal, annál jobb helyezést fog elérni a Google rangsorában. Ennek lényege röviden: Ha van egy oldal, aminek 1 linkje van egy gyenge weboldalról, és van egy másik, aminek 12 minőségi viszontlinkje van, akkor az utóbbi lesz a nyertes a találati listában.

Reputáció Management = Hitelesség

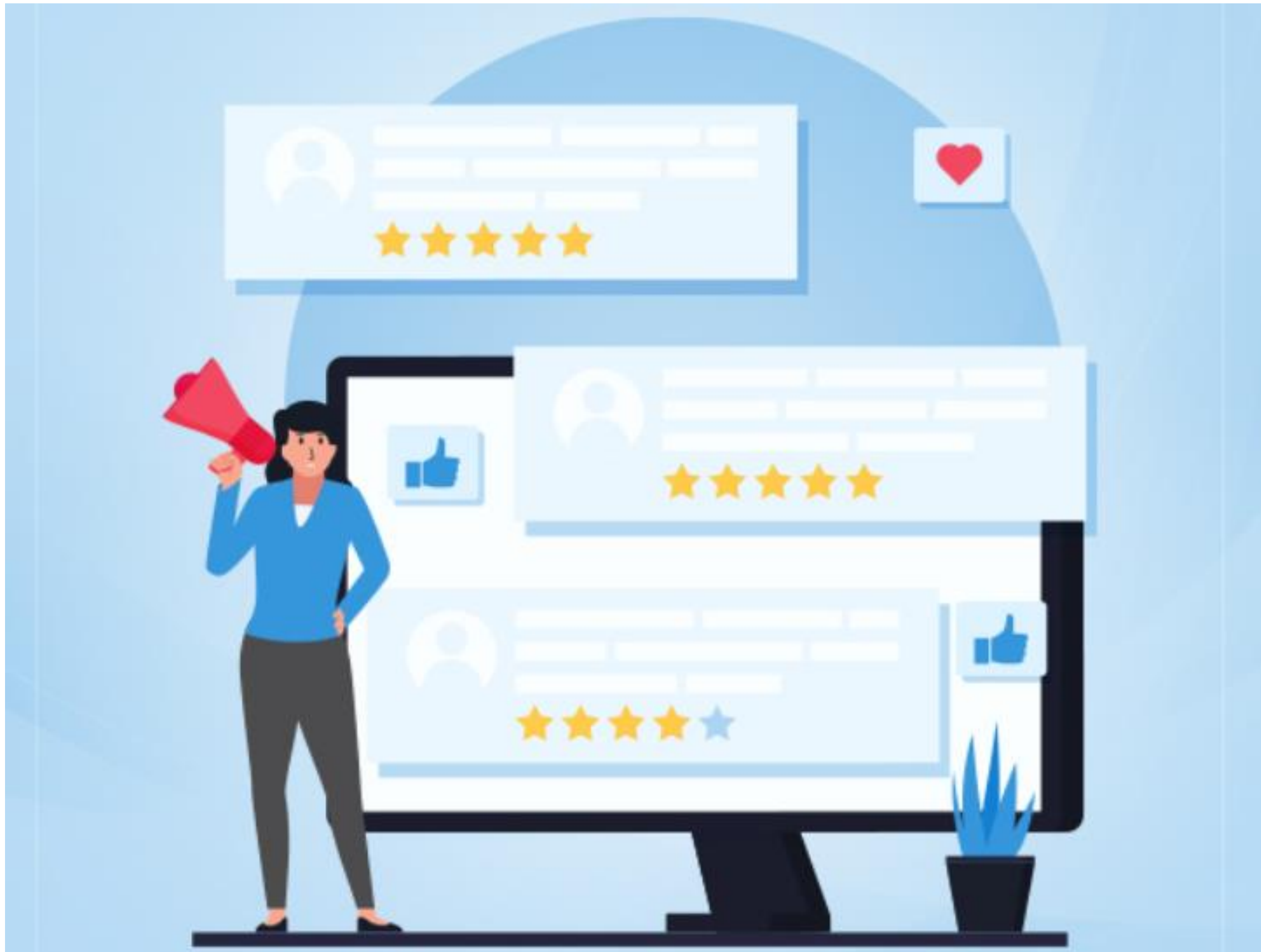
Mindenki, akinek iparjogvédelmi ügyben tanácsadásra, képviselőre van szüksége, az internetet veszi igénybe a kereséshez

Ügyvédi irodákat keresnek a területükön, véleményeket és ajánlásokat olvasnak, hogy teljes képet kapjanak az iroda szolgáltatásainak minőségéről.

Ezért rendkívül fontos, hogy:

- Megtalálható legyen a neten.
- Pozitív hírneve legyen az interneten.
- Cáfolja, nyomja el vagy távolítsa el az Önről szóló negatív tartalmakat az internetről.

Minden a hírnévkezelésről szól, és ez kritikus egy modern iroda sikeréhez.



#1- AZONOSÍTSA A JELENLEGI REPUTÁCIÓT

- Nézze meg, hogy milyen tartalom található Önről a neten
- Legyen proaktív, jelenjen meg saját site-tal, listázza be irodáját és kérjen véleményeket az elégedett ügyfelektől
- Legyen pozitív amikor kritikára vagy negatív visszajelzésekre válaszol, legyen tisztelettudó és mutassa meg, hogy szeretne fejlődni
- Legyen termékeny, állítson elő és osszon meg pozitív tartalmat és PR-t a cégéről.

#2 - KÉRJEN POZITÍV VÉLEMÉNYT, KEZELJE A NEGATÍVAT

- **Kérjen véleményt a legelégedettebb ügyfelektől.**
- **Kérjen véleményt az oldalán.** Ne kérjen túl sokat, de javasolhat néhány opciót az ügyfélnek. A legjobban az működik, ha egy kevésbé magas pontszámú helyre kéri, vagy a Google Cégembe, az a legfontosabb építőkö.
- **Felállíthat egy automatikus visszajelzésekérő csatornát.** Felépíthet egy oldalt, amely megkérdezi az ügyfelet, hogy elégedett-e. Ha igen kérje írásban a véleményét. Ha nem, küldjön privát üzenetet és kezelje az okokat.

#3 - HASZNÁLJA A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁT

- Gondolja át hol találjuk az ügyfeleket? Google? Facebook? LinkedIn?
- Kínáljon olyan értékes tartalmat, mely érdekes az ügyfelek számára, így szívesen olvassák azt.
- Ne legyen túl sales-es, vagy agresszív. Koncentráljon arra, hogy értéket adjon.
- Használjon hashtag-eket.
- Legyen kiszámítható és következetes.

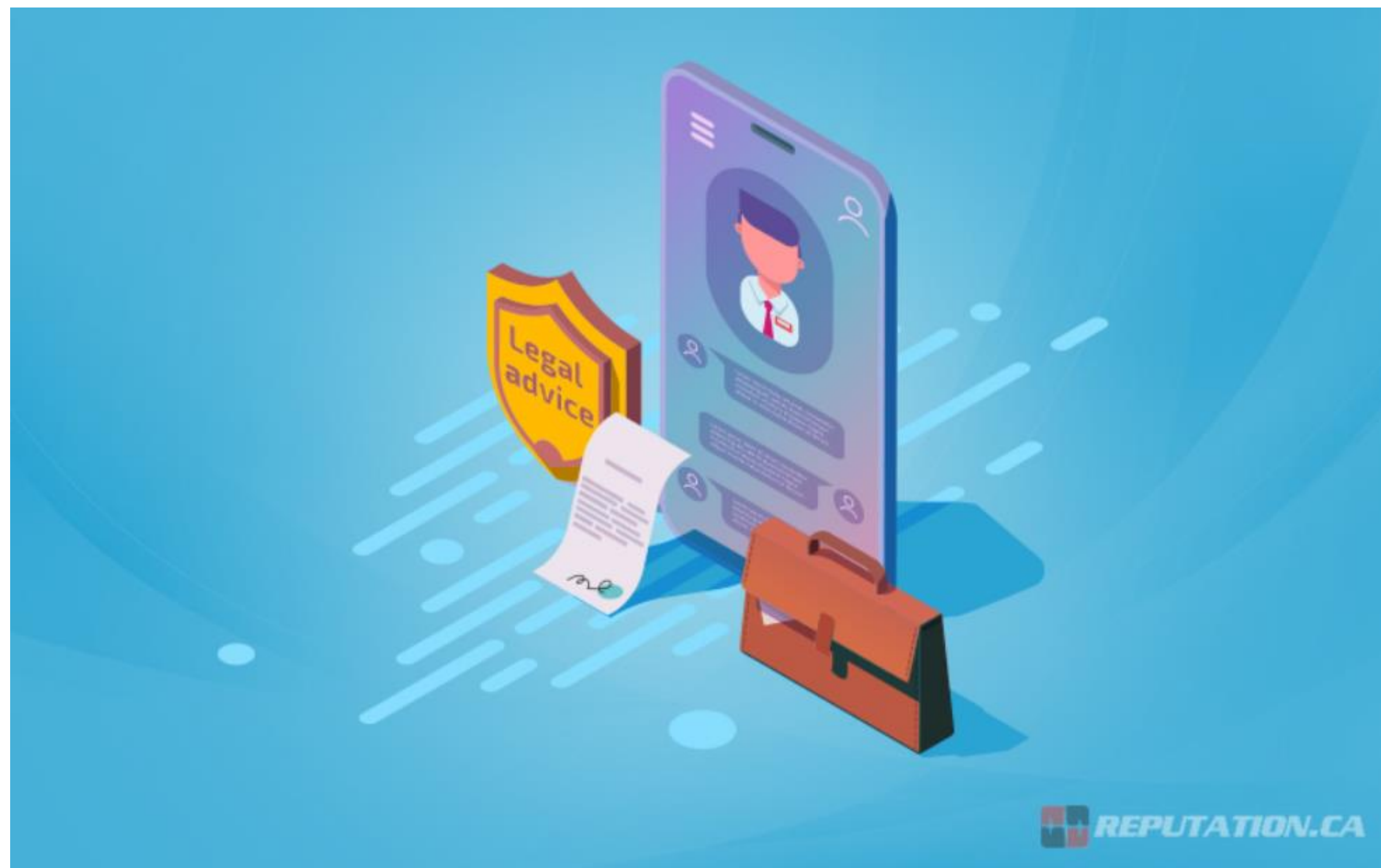
#4 – HASZNÁLJON PR TECHNIKÁT

- Adjon interjúkat, vagy tegyen közzé cikkeket prominens kiadványokban, podcastokon és YouTube-csatornákon. Ezek pozitív PR-üzeneteket generálnak és emelik a hírnevét.
- Lépjen partnerségre megbízható kiegészítő vállalkozásokkal, akik ugyanazt a közönséget szolgálják, de nem közvetlen versenytársak. Ha jó hírnevük van, az segíti az Ön hírnevét is. Például, kereskedelmi ingatlanokkal foglalkozik, együttműködhet vállalkozókkal és üzleti stratégiákkal.

5 - TEREMTSE MEG A SAJÁT, AUTENTIKUS KOMMUNIKÁCIÓJÁT

- **Mondja el a történetét.** Amikor az ügyfelek megérkeznek a weboldalra, a saját szavaival olvashatják a történetét. Webhelye számos lehetőséget kínál arra, hogy érzelmi kapcsolatokat építsen ki közönségével, így nagyobb valószínűséggel bíznak Önben.
- **Végezzen tartalommarketinget,** és generáljon forgalmat saját webhelyére. Idővel a Google egyre jobban megbízik az Ön webhelyében, mint másokban az Ön legnépszerűbb kulcsszavai (például ügyvédei neve) tekintetében, előrébb jeleníti meg a keresési eredmények között, és támogatja az ügyvédi hírnevét.
- **Mutassa be a közösségi bejegyzéseket,** beleértve a kapott pozitív értékelések számát, az Önt bemutató kiadványokat és a megnyert ügyek számát. Amikor a Google megbízik webhelyében, és azt teszi a releváns keresési lekérdezések első célpontjává.
- Az első dolog, amit az ügyfelek látnak az Ön cégéről, így a megbízható ügyvivő hírneve felé vezető út egyre rövidebb lesz

+ #1 – KÍNÁLJON KIMAGASLÓ SZOLGÁLTATÁST



Mit tehet még egy szabadalmi ügyvivő a weben?

1. Figyeli a fogyasztók szokásait és viselkedését
2. Igyekszik tudást, hitelességet és bizalmat felmutatni
3. Proaktívan manageli a webes jelenlétet
4. Számon tartja a legfontosabb kulcsszavait
5. Nagy hangsúlyt fektet a mobil megjelenésre
6. Az ügyfélélményt helyezi a középpontba



#1 - Figyelje a fogyasztók szokásait, választott csatornáit és viselkedését

- Figyelje a vásárló beszélgetéseket
- Elemezze az adatokat (Google Analytics)
- Tanuljon a versenytársaktól
- Közvetlenül kapcsolódjon a vevőkhöz, hogy tudja mire van szükségük



2 - Igyekezzen tudást, hitelességet és bizalmat felmutatni

- **Mutasson tudást:** találja meg, hogy a közönsége mit keres és azután adjon rá választ és még többet is
- **Mutasson hitelességet:** a linkekben és márkában
- **Mutasson bizalmat:** tegyen meg mindent, hogy megbízhatóságot mutasson a weboldalán



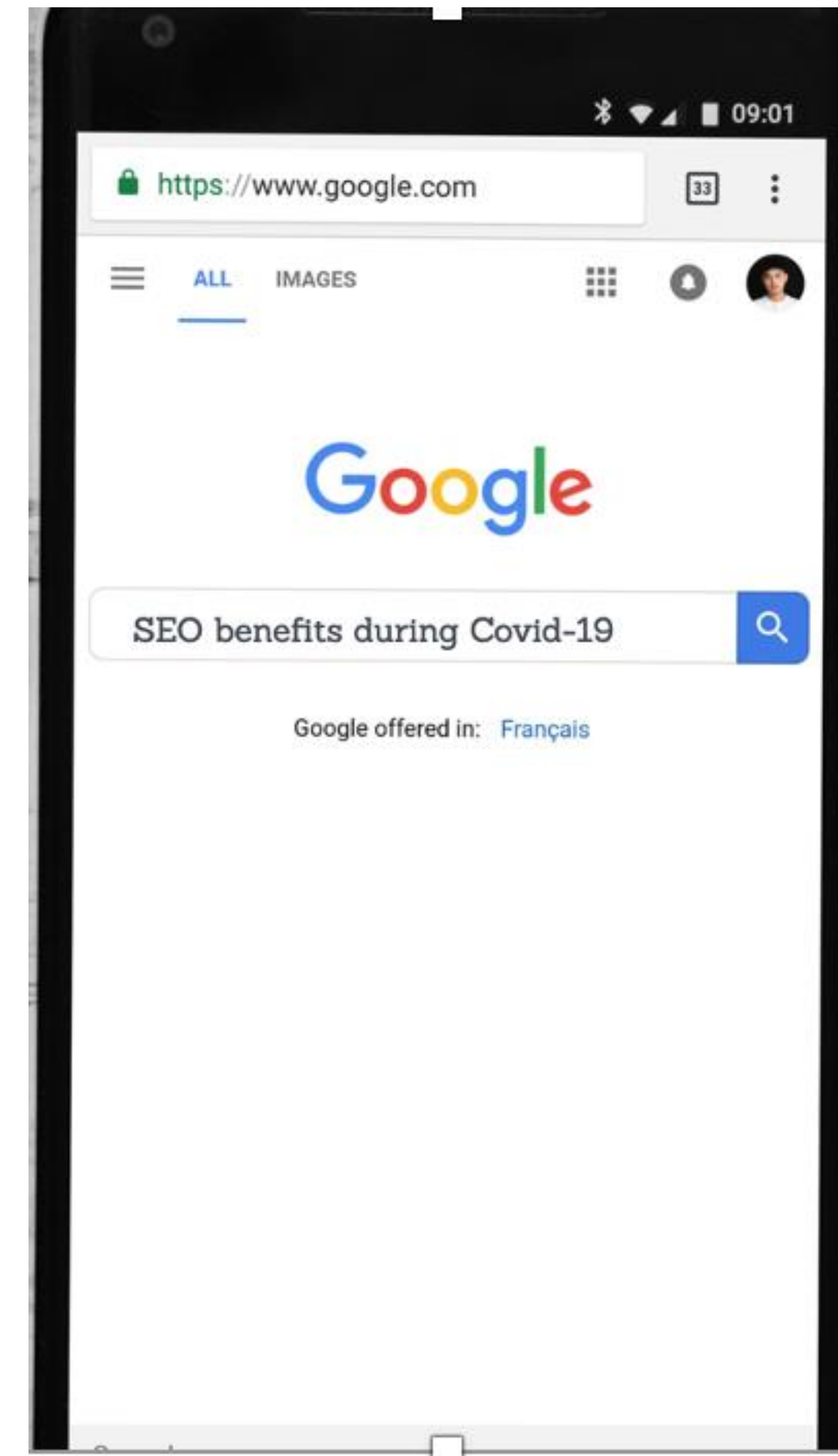
#3 – Proaktívan managelje a cég webes jelenlétét

- **Saját média:** Website, Facebook oldal és blogok
- **Szerzett média:** Megosztott tartalom, márka említések más csatornákon, vélemények, értékelések
- **Fizetett média:** Minden fizetett csatorna amit a márka megmutatására használ



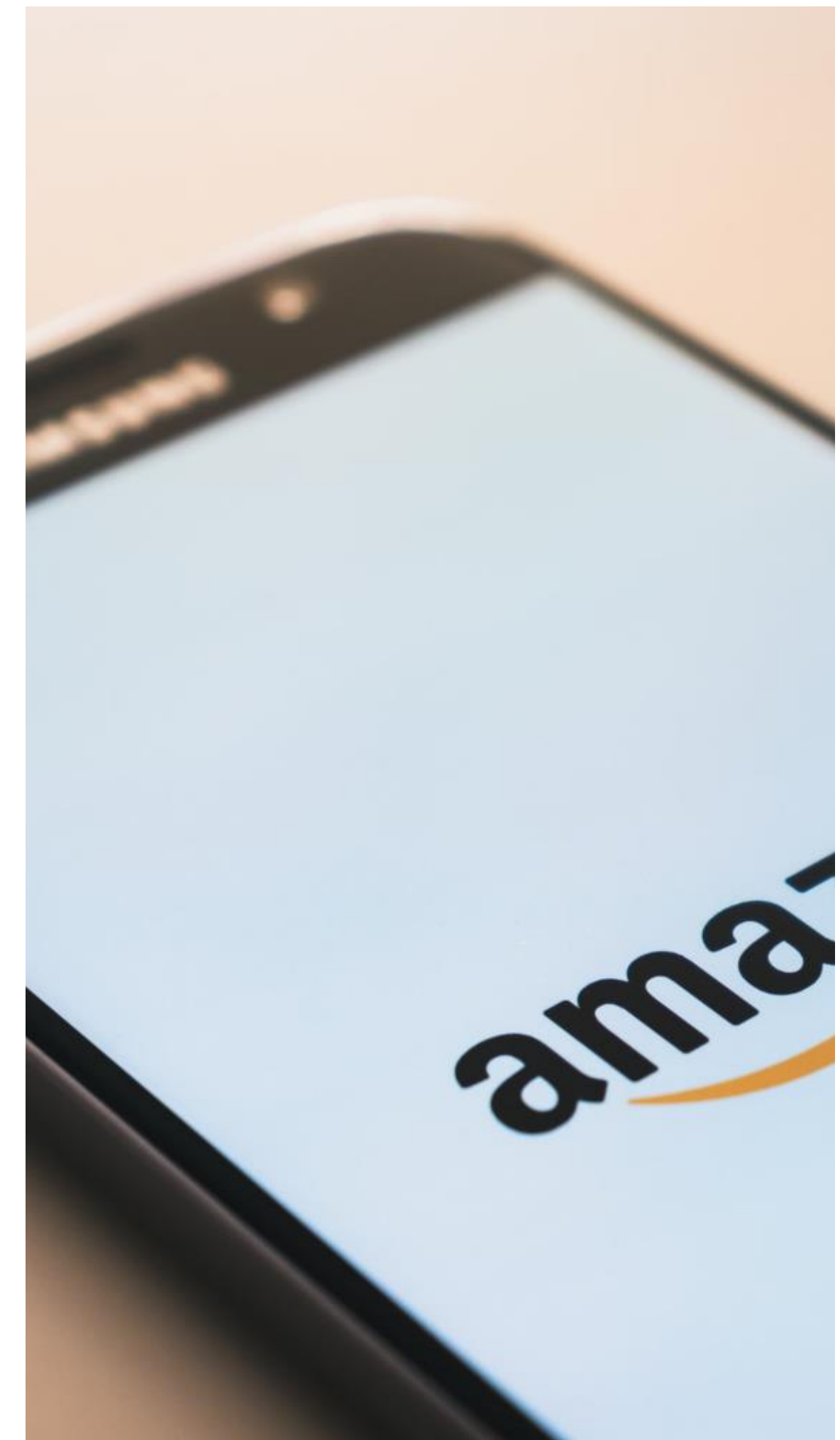
#4 – Tartsa számon a legfontosabb kulcsszavait

- Értse hogyan keresnek a vásárlók a szolgáltatásaira / termékeire
- Keressen új kulcsszavakat és figyelje őket
- Értse a keresési szándékot a keresés mögött



#5 – Fektesse nagy hangsúlyt a mobil megjelenésre

- 2019 július 1 óta a Google bevezette a „mobil az első” indexálást
- Folyamatosan 50%-növekedést látunk a mobil adatforgalomban évről évre
- A kereskedelmi tranzakciók 54%-a már mobilon történik



#6 – Helyezze az ügyfélményt a középpontba

- Szűkítse a fókuszt
- Ne akarjon túl sokat mondani
- Legyen az ügyfélszolgálat gyorsan és könnyen elérhető
- Adjon garanciát

“

Retention is the new acquisition, helping is the new selling.



Örömmel válaszolok a kérdésekre:

Kohanecz Margó +36 30 366 0314
m.kohanecz@originconsulting.hu



Örömmel segítünk.