



# Social Média Covid után

Készítette: NIBADA Kft.

2020. 10. 30.

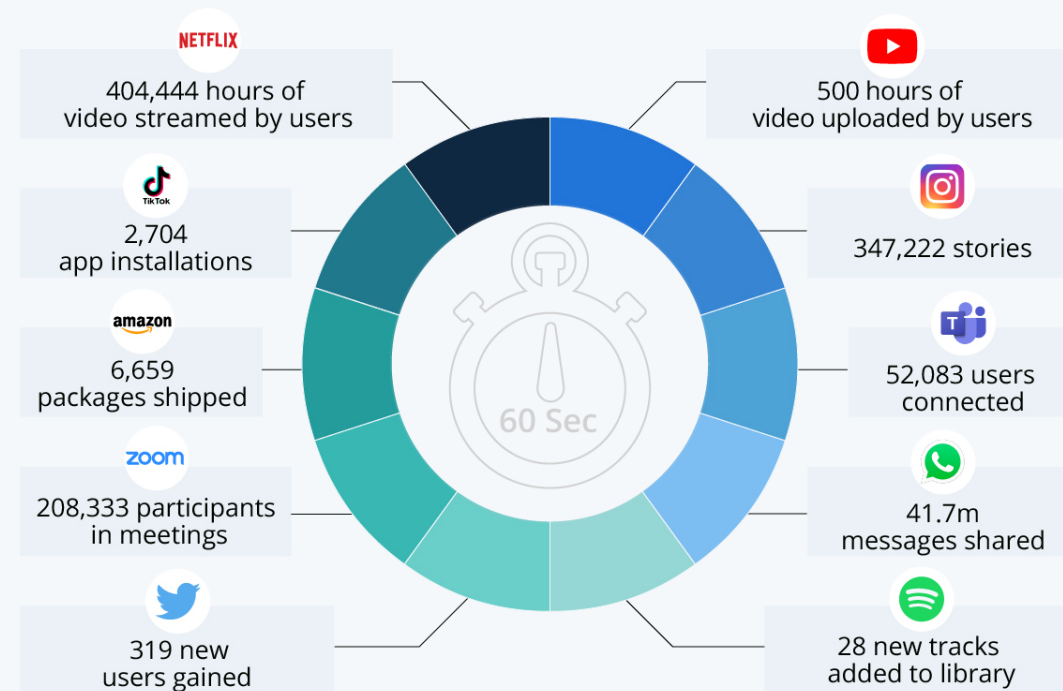
Kép: Canva, fotó: ThisIsEngineering

# Sokkal több minden és nagyobb számban zajlik az interneten 2020-ban

- A mai digitális világunkban sokkal több üzenetváltás, több vásárlás, több online tartalom megtekintése történik, mint korábban bármikor
- Az aktivitás növekedése nem kis részben a Covid következménye is, a növekedés mértéke még talán a szakembereket is meglepte ... és még nincs vége!
- A Statista legfrissebb felmérése látványosan mutatja meg, **1 perc alatt** milyen óriási adatforgalmat hoznak létre a felhasználók által végzett online tevékenységek.
- Mindeközben a közösségi média terén komoly változások, átalakulások mennek végbe.

## A Minute on the Internet in 2020

Estimated amount of data created on the internet in one minute



Source: Visual Capitalist



statista

# A közösségi média már a COVID előtt is fontos szerepet töltött be mindennapjainkban...

## Covid első hullám 2020 márciustól

A vírus okozta megváltozott életkörülmények, a bezártság és az előírt fizikai távolságtartás hatására azonban még fontosabb szerepet kaptak a közösségi média platformok az elmúlt hónapokban.

Az így fenntartott kommunikáció biztosított egy fajta kapcsolattartási lehetőséget és egy új összetartozás érzését.



Kép: Canva, Foto: Edward Jenner

A megnövekedett platform használati igény gyors változásokat eredményezett:

1. Változó ügyfél-élmény
2. Új típusú tartalmak előretörése a közösségi platformokon
3. Technológiai újítások
4. Közösségi média szerepe az ügyfél-kiszolgálásban

# Változó ügyfélmény

Virtuális turizmus

Belföldi érték  
fontossága

A biztonság  
iránti igény

Rugalmas  
foglalási  
feltételek

Fenntartható  
turizmus

Fizikai  
távolságtartás

Ezzel a témával részletesen  
*Az ügyfél-élmény változása*  
tananyagban foglalkozunk.

# Új típusú tartalmak



Előtérbe került jó néhány új típusú kommunikációs eszköz, amely hozzásegíti a turizmusban jelenlévő márkákat/üzleteket az egyedi azonosítási pontok (USP) megtalálásához, s így hozzájárul hatékonyabb kommunikációs eszközök kifejlesztéséhez.

A trendváltásban nagy szerepet játszik a történetmesélés megerősödése, a digitális élő tartalom gyakorisága és a még mindig népszerű egyedi videó tartalom fejlesztése is.

# Új típusú tartalmak



<https://www.youtube.com/watch?v=ZqX-k8nx-RY>



## Videó-tartalom:

Egyes kutatások (Cisco – Annual Internet Report) szerint 2022-re az összes online tartalom 82%-át teszik majd ki a videós tartalmak. Meggyőző adat ahhoz, hogy belássuk, a videós tartalomgyártás elkerülhetetlen, ha relevánsak szeretnénk maradni a következő években a közösségi médiában.

## Digitális élő tartalom:

az *Instagram Live* az *Instagram Stories* egyik funkciója, amely lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy videókat készítsenek a követőiknek, és valós időben kapcsolatba lépjenek velük. Amikor a felhasználók élő videót közvetítenek a fiókjukban, egy gyűrű kiemeli a profilképét az Instagram Stories alkalmazásban, hogy figyelmeztesse a követőket, megtekinthetik az élő közvetítést. Az Insta 2020-as algoritmus preferálja a digitális élő tartalmat a statikus képekkel szemben.

Forrás: <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/executive-perspectives/annual-internet-report/white-paper-c11-741490.html>

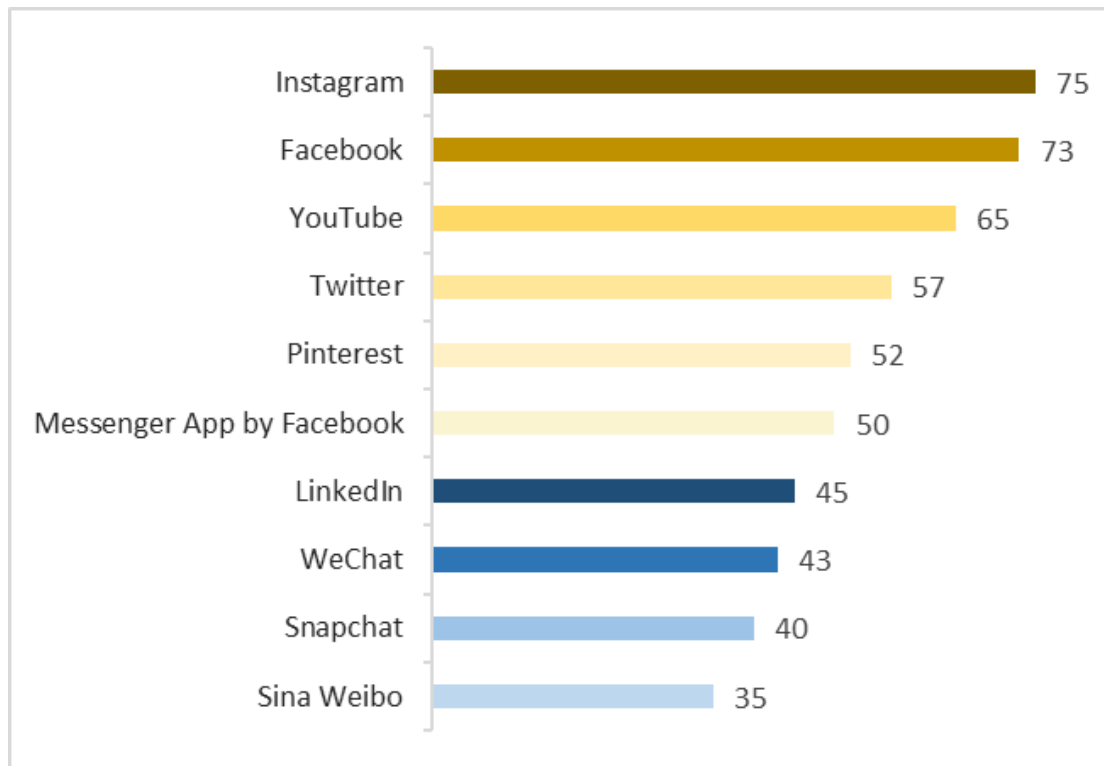
# Új típusú tartalmak – Történet mesélés

## Történet-mesélés:

A külföldi szaknyelv által storytelling névre keresztelt technika lényege, hogy egy adott márkát, terméket vagy szolgáltatást nem pusztán úgy mutat be, hogy elmondja miért lesz jó neked, ha megvásárolod. Helyette egyszerűen elmesél egy történetet.

Melyek a leghatékonyabb közösségi média csatornák a történet mesélés jellegű tartalom közvetítéséhez?

A trendváltásnak része az online kommunikációs csatornák kedveltségi sorrendjének megváltozása is.



Forrás: Destination Storytelling 2020: A Guide to Telling Great Stories / <https://skift.com/destination2020/>

# Közösségi média szerepe az ügyfélszolgálatban

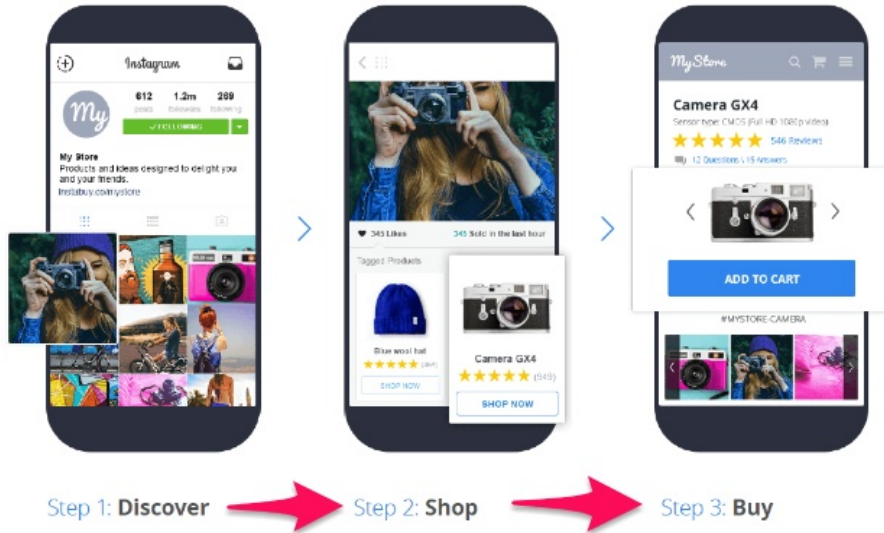


Ez egy olyan fejlődés előtt álló terület, mely lehetőséget teremt egy kötetlenebb, direkt kommunikálásra az ügyféllel. Gyors, hatékony és személyre szabott.

Az ügyfél felmerülő problémájának gyors megoldása fontos a márka image szempontjából.



# Közösségi média szerepe az ügyfélszolgálatban



## Interaktív vásárolható posztok

Nagyobb közösségi platformokon már régóta elérhető ez a funkció. Ez a trend erősödik, és ebben igen nagy szerepe van az interaktív vásárolható posztok népszerűségének. (A képen látható termék kattintással megvásárolható).



## Facebook Messenger

Egyre több márkával lehet felvenni a direkt kapcsolatot, rendeléssel kapcsolatos ügyfél tájékoztatásra a messengeren. Manapság már egyre inkább elmosódik a határ ismerős és márka között, ha az adott cégnek sikerült közvetlen kapcsolatba lépni az ügyféllel.

Az online felületek hatékonyan használhatók gyors ügyfél-probléma megoldására. Légitársaságok már a Covid előtt is hatékonyan használták a Facebook ezen szolgáltatását egyedi ügyfél-kiszolgálásra.



**Köszönöm a figyelmet**