

2026.10.14-15., Kalocsa

ONLINE MARKETING WORKSHOP



A Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara
tisztelttel meghívja Önt és munkatársait a kétnapos

ONLINE MARKETING

workshopjára.

Előadó: **Gazdag Zoltán**, a MyMarketing Inspiration Kft. ügyvezetője

A workshopon elméleti és gyakorlati témák kerülnek feldolgozásra.

1. nap

Online jelenlétből ügyfélszerzés – Hogyan épül fel egy működő marketingrendszer?

Az előadás célja, hogy a résztvevők megértsék, hogyan kapcsolódnak össze az online marketing különböző elemei, és mitől lesz egy vállalkozás online jelenléte valóban ügyfélszerzésre alkalmas.

Fő témák:

A marketing mint rendszer

Miért nem különálló Facebook-, Google-, weboldal- vagy e-mail-eszközökben érdemes gondolkodni, hanem egy összekapcsolt rendszerben?

Az ügyfél útja az első találkozástól a vásárlásig

Hogyan jut el valaki attól, hogy először találkozik egy vállalkozással addig, hogy érdeklődővé, majd vásárlóvá válik?

Figyelem, bizalom és ajánlat

Az online marketing három fontos építőeleme: hogyan szerezzünk figyelmet, hogyan építsünk bizalmat, és hogyan tegyük érthetővé az ajánlatunkat.

Mitől lesz jó egy ajánlat?

Mi a különbség egy termék vagy szolgáltatás bemutatása és egy valóban vonzó ajánlat között? Ár, érték, kockázatcsökkentés, bizonyítékok és egyértelműség szerepe.

A tartalom szerepe az ügyfélszerzésben

Milyen szerepet töltenek be az edukációs, bizalomépítő, figyelemfelkeltő és értékesítési tartalmak, és miért nem kell minden posztnak közvetlenül eladnia?

Weboldal és landing oldal, mint értékesítési felület

Milyen elemek szükségesek ahhoz, hogy egy weboldal ne csak bemutatkozó felület legyen, hanem támogassa az érdeklődések és vásárlások megszerzését?

A program a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara Vállalkozásfejlesztési Projektjének megbízásából,
Magyarország Kormányának támogatásával valósul meg.

Organikus és fizetett marketing kapcsolata

Mi az organikus jelenlét valódi szerepe, mire jó a hirdetés, és miért nem helyettesíti egyik a másikat?

Melyik csatorna mire való?

Facebook, Instagram, TikTok, Google, e-mail és weboldal szerepe az ügyfélút különböző szakaszaiban.

Bizalomépítés az online térben

Vélemények, értékelések, referenciák, esettanulmányok, szakértői kommunikáció és social proof szerepe a döntési folyamatban.

Marketingmérés kisvállalkozói szemmel

Milyen számokat érdemes követni, és mely mutatók félrevezetők önmagukban? Elérés, kattintás, érdeklődés, konverzió, ügyfélszerzési költség és megtérülés.

Miért nem működik sok vállalkozás marketingje?

A leggyakoribb rendszerhibák: rossz célcsoport, gyenge ajánlat, következetlen kommunikáció, rosszul megválasztott csatorna, hiányzó utánkövetés és mérés.

2. nap

Tudatos online marketing – Kampányok, ügyfélszerzés és növekedés

Fő témák:

Marketingstratégia és marketingkampány közötti különbség

Mi a hosszú távú stratégia és mi az időszakos kampány szerepe, és miért fontos a kettőt különválasztani?

Hogyan épül fel egy kampány?

Cél, célcsoport, ajánlat, üzenet, kreatív, csatorna, landing oldal, utánkövetés és mérés kapcsolata.

Marketingtőlcsér és ügyfélút

A hideg közönségtől a vásárlásig vezető folyamat. Mit kell másképpen kommunikálni annak, aki még nem ismeri a vállalkozást, annak, aki már érdeklődik, és annak, aki döntés előtt áll?

A vásárlói döntés pszichológiája

Milyen tényezők gyorsítják vagy lassítják a döntést? Bizalom, kockázat, ár, sürgősség, társadalmi bizonyíték, egyszerűség és ismertség.

Ajánlatstratégia

Hogyan lehet ugyanazt a terméket vagy szolgáltatást különböző módokon pozicionálni és ajánlatként kommunikálni?

Hirdetési rendszerek működése

Hogyan érdemes gondolkodni a Meta és Google hirdetésekről, milyen helyzetben, melyik lehet hatékonyabb, és mit tud, illetve mit nem tud megoldani egy hirdetési kampány?

Kreatívok és üzenetek szerepe

Miért válik egyre fontosabbá a kreatív, hogyan érdemes különböző üzenetekkel megszólítani ugyanazt a célcsoportot, és mit jelent a kreatív tesztelés?

Remarketing és utánkövetés

Mi történik azokkal, akik érdeklődnek, de nem vásárolnak azonnal? Remarketing, e-mail, ismételt kommunikáció és bizalomépítés.

Ügyfélmegtartás és visszatérő vásárlók

Miért nemcsak új ügyfeleket kell szerezni, hanem a meglévő ügyfélállomány értékét is növelni? Újra vásárlás, ajánlások és ügyfélérték.

Marketing és értékesítés kapcsolata

Hol ér véget a marketing, és hol kezdődik az értékesítés, illetve miért okoz problémát, ha a két terület nincs összehangolva?

Marketingszámok és üzleti mutatók

CPA, CPL, konverziós arány, ROAS, ügyfélérték és megtérülés értelmezése egyszerű, vállalkozói szemmel.

Skálázás és növekedés

Mikor érdemes több pénzt tenni a marketingbe, és mikor nem? Miért nem jelenti automatikusan a nagyobb költségvetés a nagyobb profitot?

Mesterséges intelligencia a marketing következő szintjén

Hogyan használható az AI kutatásra, ötletelésre, ajánlatok és üzenetek fejlesztésére, tartalomtervezésre és marketingfolyamatok gyorsítására?

A marketing jövője kisvállalkozói szemmel

Milyen irányba változik az online marketing, és mi az, ami várhatóan továbbra is fontos marad? Márka, bizalom, saját adatbázis, jó ajánlat és következetes kommunikáció.

Időpontok:

1. nap: 2026. október 14., szerda, 9:00–13:00

2. nap: 2026. október 15., csütörtök, 9:00–13:00

Helyszín: **Bács-Kiskun Vármegyei Kereskedelmi és Iparkamara képviselőtérme (Kalocsa, Búzapiac tér 10.)**

A rendezvényen történő részvétel díjmentes, de regisztrációhoz kötött. A jelentkezők száma limitált, ezért kérjük, minél hamarabb, de legkésőbb **2026. október 12-ig** jelezzék részvételüket az alábbi linken:

[JELENTKEZÉS](#)

További információ:

Mészáros Mónika
képviselővezető – Kalocsa
+36 70 930 1802
meszaros.monika@bkmkik.hu