

# ONLINE MARKETING ESZKÖZTÁR ELLENŐRZŐLISTA



17 ellenőrzőlista a hatékonyabb  
marketingtevékenységhez

Kreatív Kontroll Könyvtár

# *Így készítsd el első infografikád*

## 40 lépéses checklist

- Felmérted a célközönségedet?
- Van jó témád?
- Sztoriba építetted a választott témát?
- Összegyűjtöttél minden kapcsolódó adatot, ami a célközönségednek fontos lehet?
- Ellenőrizted a források hitelességét?
- Vázlatosan felrajzoltad az infografikád kinézetét?
- Megtervezted, hogy hány részlet, szekció lesz?
- Ügyeltél az információk hierarchiájára?
- Elkészítetted a szöveges vázlatodat is?
- Meghatároztad, hogy milyen alapszíneket fogsz használni?
- Stockphotókat úgy szerkesztetted, hogy illik az anyagodba?
- Letöltöttél több olyan stockphotót, ami kapcsolódik az anyagodhoz?
- A forrásgrafikákat egyedivé tetted?

- Elég letisztult a grafika? A felesleges elemektől megszabadultál?
- Használsz adatvizualizációt? (Grafikonok, diagramok stb.)
- Kiválasztottad a betűtípusokat, amikkel dolgozni fogsz?
- Meghatároztad az infografika típusát? (Idővonal, grafikon, számozott lista stb.)
- Optimalizáltál? A felhasználók kényelmesen látják majd tabletről is az elkészült anyagot?
- Külön is szerkeszthetők maradtak a szekciók, rétegek?
- Jól azonosíthatóvá tetted a könyvtárakat, amikbe az elemeket és a rétegeket mented?
- Letisztult, átlátható lett az elkészült anyag?  
Nem túl zsúfolt?
- Jól láthatóan elkülönítetted a részeket? Hagytál white space-eket?
- A beillesztett szöveg a legfontosabb adatokra fókuszál?
- Biztosan nem használsz túl sok szöveget?
- Beillesztetted a forrást a megfelelő helyre?
- A "mi" mellett a "miért" kérdésre is választ adsz az adatoknál?

- Nem túl száraz a szöveg? Van valami meghökkentő, valami váratlan, ami fenntartja az olvasó figyelmét?
- Vannak alcímeid?
- Megkapó és érdekes headlinet írtál?
- Képfájlként is elmentetted az infografikádat?
- Átolvastad és ellenőrizted a szöveget?
- Ellenőrizted még egyszer az adatok helyességét?
- A grafikonok és diagrammok is pontosak?
- Megbizonyosodtál róla, hogy a forrásokat mindenhol beillesztetted?
- Szerepel a logód az anyagon?
- Tökéletes a grafikád? Pixelek, hibák, átfedések nincsenek, a kép tűéles?
- Készítettél blogbejegyzést az elkészült infografikádhoz?
- Megosztottad a közösségi felületeiden? Facebook, Instagram stb.
- Elküldted emailben olyanoknak, akiknek hasznos lehet?
- Elmentetted az elkészült anyagot, hogy a későbbiekben sablonként tudd használni?

## *Így készítsd el a következő e-könyved*

### 22 pontos checklist

- Pontosan meghatároztad, hogy kinek írod a könyvet?
- Megvan a területet, aminek a szakértője vagy?
- Meghatároztad az ebook témáját?
- Felmérted a konkurensidet?
- Meghatároztad a könyv célját?
- Összeállítottad a könyv vázlatát?
- Adtál munkacímet az anyagodnak?
- Biztosan naprakész a tudásod a témában?  
Kutattál friss anyagok után?
- Ellenőrizted a vázlatot, kiszűrted a lényegtelen dolgokat?
- Megírtad a törzsszöveget?
- Olvashatóbbá tetted a szöveget? Tördelések, mondatok rövidítése stb.
- Javítottad a helyesírási hibákat? Más is ellenőrizte?
- Ellenőrizted a forráshivatkozásokat? Biztosan az eredeti forrásra hivatkozol?

- Biztosan jó helyre mutatnak az URL-ek?
- Elkészítetted a tartalomjegyzéket is?
- Adtál címet a könyvednek?
- Meghatároztad a könyv dizájnját? Illeszkedik a céges színekhez? Nem viszi el a fókusz a vizuál?
- Megvagy a tördeléssel is?
- Van képed a könyvről, ahol kézzel fogható termékként ábrázolod?
- Eldöntötted, hogy fogják megkapni a könyvet?
- Elkészült a feliratkozási oldal a könyvhöz?
- Megvannak a hirdetések? AdWords, Facebook stb.

## *Így készíts überjő videót, amitől lehidalnak a nézőid*

### 30 elemes checklist

- Hagytál időt magadnak, hogy tiszta fejjel tudj tervezni?
- Meghatározotad, hogy mi az üzleti célod a videóval és tudod, ki a célközönséged?
- Tudod, hogy hol fogod terjeszteni a kész anyagot?
- Megvan az üzenet, amit közvetíteni akarsz a videóval?
- Meghatározotad a videó hosszát?
- Összegezted az erőforrásaidat?
- Eldöntötted milyen költségvetéssel fogsz dolgozni?
- Megírtad a forgatókönyvet?
- Ellenőriztetted profikkal?
- Kész a storyboard is?
- Összegyűjtötted a már rendelkezésre álló felvételeidet? Stockfotók, stockvideók stb.
- Összeállítottad a stábot, megvannak az embereid a forgatáshoz?
- Megvan az operatőröd?

- Kijelölted a forgatási napot/napokat?
- Egyeztetted az operatőrrel? Helyszín, terepismeret, miegymás.
- Összeállítottad a listát a kellékekről?
- Megfontoltad, hogy hány napra éri meg jobban kibérelni az eszközöket?
- Összeírtad, hogy milyen eszközökre lesz szükség? Kamera, állvány stb.
- Kész a diszpó?
- Számolsz a csúszásokkal és nem a legideálisabb menetrendre készülsz, ugye?
- Gondoskottál a stáb enivalójáról?
- Ugye nem sűrgeted az átállásokat, beállításokat és az operatőrt?
- Gondoskodsz biztonsági mentésről és külső tárhelyről?
- Scriptelsz a felvételek alatt?
- Van egy saját rendszered, ami az átláthatóságot segíti az utómunka során?
- Nyersvágással kezded feldolgozni az anyagot?
- Profi szoftverekkel dolgozol?

- Teszteled külső szemlélővel (pl. kollégák) a szerinted már elfogadható verziót?
- Megvan a jogtiszta zenei aláfestés?
- Van ütős címed? (És jó betűtípusod?)
- Ügyeltél a film kimentésénél javasolt paraméterekre?

## *59 lépéses checklist a tökéletes (és hatékony) hírleveledhez*

- Összeírtál legalább 20 előnyt, ami az ajánlatodhoz kapcsolódik?
- A legnagyobb előnyöket alapérzelmekhez kapcsolod?
- Kiválasztottál 1-2 érzelmet, amik dominálni fognak a levélben?
- Összeírtad a kifogásokat?
- Begyűjtötted és használod az összes rendelkezésedre álló infót a célcsoporttól? Pl. emelekből vett jellemző szavak, ügyfélszolgálat tapasztalatai stb.
- Meghatároztad, hogy a címzett mit tud már az ajánlatodról?
- Megnézted, hogy van-e olyan elem az ajánlatodban, amit ingyenesként tudsz kommunikálni? Biztos vagy benne, hogy szükséges használnod?
- Ha van, kommunikáld a garanciát?
- Használod ügyfélvéleményt a levélben?
- Ellenőrizted a levél küldőjét? Azt a nevet használod, amit ismernek a feliratkozóid?
- Összeírtál 10 tárgymezőt?

- A nagy médiumokat segítségül hívtad a tárgymező kitalálásához?
- A/B teszteltél?
- A tárgymeződ csak a megnyitást szolgálja?
- A CTA megfelelő? Egy van belőle? A színe elég kontrasztos?
- Jól olvasható a CTA gombon található szöveg?
- Egyáltalán, van CTA a leveledben?
- A CTA szövege konkrét és egyértelmű értéket kommunikál?
- A CTA után írtad meg a tárgymezőt?
- Megszólítottad a címzeted? Köszöntél? Ha tudod, a nevéen szólítod?
- Egy személy aláírása szerepel a levél végén?
- Az első bekezdésed biztosan jó?
- A legnagyobb előnnyel kezdesz és folyamatosan választ adsz az "és akkor mi van?" kérdésre?
- AIDA modell mentén épül fel a szöveg?
- Kimondod az olvasó jelenlegi problémáját, majd megoldást kínálsz rá?

- "Zajtalanítottad" a szöveget?
- Bal oldalon van a kép?
- Ha ember van a képen, a CTA felé néz?
- Megszabadultál a felesleges képektől?
- Van sok alcímed?
- Konkretizáltad az általános főneveket?
- A főneveket igékre cserélted?
- Minden az olvasóról szól? Megkapja a csomagot és nem te küldöd a csomagot, ugye?
- Ügyeltél rá, hogy sok névmást használj?
- Bemutatod a szolgáltatást használat közben?
- A CTA üzenete befogadható? Nem kérsz túl sokat?
- Lista szerepel a hajtás felett?
- Csak hozzá beszélsz, ahhoz aki megkapja és egyedül olvassa majd a leveledet?
- Jól tagolt a szöveged? Rövid bekezdése, sok alcím, lista stb.
- Hitelessé tetted az állításaidat?

- Az első mondatot a lényegről beszél? Ugye nem "bemelegítész"?
- Kezeled a kifogásokat és meg is válaszolod őket?
- Elég szellős a levél? Ránéztél kívülről?
- Ha kell, alkalmazol sürgető elemeket? Dátum, raktár-készlet, ilyesmik
- Az utolsó bekezdésben le van írva a legnagyobb előnyöd újra? Le van írva, hogy mit csináljon az olvasó?
- Jelezted az olvasónak, hogy válaszolhat is a levélre?
- Használsz kötőszavakat átkötésre?
- Egyetlen egy mondandója van a levélnek?
- Felolvastad a szöveget hangosan?
- Laikusokkal is elolvastattad a szöveget? Mindent értenek?
- Egy ötödikes gyerek is megértené ezt a levelet?
- Elég rövidek a mondatok?
- Törölted a haszontalan szavakat?
- A 3 sornál hosszabb bekezdéseket rövidítetted?
- A CTA a helyén van?

- A hosszú szavaktól megszabadultál és a helyükre rövidket tettél?
- A kiemelt részek átfutásával is érthető a levél tartalma?
- Semmi félreérthető nincs a levélben?
- A kötelező jogi szöveg szerepel a levél aljában?

## *Így írd meg a webszöveged*

### 26 konkrét lépésben

- Meghatároztad a célközönségedet?
- Tudod, milyen szavakat, érveket, kérdéseket használ a közönséged?
- Végeztél kulcsszó kutatást?
- Kidolgoztad az oldaltérképet?
- Meghatároztál minden aloldalhoz egy kérdést, amit megválaszolsz?
- Egyeztetted a designerrel?
- Döntöttetek a tartalomformátumokról?
- Megírtad a törzsszöveget?
- Vannak figyelemfelkeltő alcímeid?
- Megírtad a headlinet?
- Figyeltél a szöveged hosszára?
- Választ ad a szöveg az előre meghatározott kérdésekre?
- Ugye nem magadról, hanem a vásárlódról beszélsz végig?
- E/1 személyben van mindenhol a szöveg?

- A termékelőnyök és tulajdonságok mind le vannak írva?
- Vannak hitelességépítő elemek?
- Kezeled a kifogásokat?
- Szerepel CTA minden oldalon?
- Végig egységes a hangvételed?
- Végeztél helyesírás-ellenőrzést?
- Formáztad a szöveget?
- Szerepelnek link hivatkozások a szövegben?
- Ellenőrizted a szöveg olvashatóságát?
- Kicsinosítottad az URL-t?
- A Google-nel, Facebooknak írt headline-od nem haladja meg a 70 karaktert?
- Megvannak a rövid metaleírásaid?

# Így írd hatékony feliratkozási oldalt

## 43 elemes csekklista

### HEADLINE

- Leírja az anyag legnagyobb előnyét?
- Van benne szám, adat, vagy valamilyen konkrétum?
- Érthetővé teszi az anyagot, pusztán a cím elolvasásával?
- Összevetted hatékony headline formulákkal?
- Releváns a látogatóknak és figyeltél a message matchre?
- Az oldalon tartást "adja el"?
- Tettél ígéretet?
- Belevitted a személyiségedet?

### MAGYARÁZÓ ALCÍM

- Összhangban van a főcímmel?
- Megszólítja a célcsoportot?
- Magyarázza, hogy mi maga a "csalianyag"?
- Kezeli a legfőbb kifogást? (Már ha van.)
- Számszerűsítetted az értéket?

## LEÍRÁS ÉS LISTA

- Tömör a leírásod?
- A főcím és alcím ígéreteit jobban kifejti?
- 3, 5 de maximum 7 elemet használsz a listában?
- A lista eleje és vége a legerősebb előnyöket írja le?
- Minden listaelem egy előny (és nem feature)?
- A leírás végén szöveges call to action is van?

## HERO SHOT

- Nem stock photót használsz, ugye?
- Profinak néz ki?
- Bal oldalon vagy középen van?
- A képen szereplő személy szeme a CTA felé néz?
- Ha nem lehet ábrázolni személlyel, akkor az előnyeit mutatod a képeken?

## ÚRLAP

- Csak a legszükségesebb adatokat kéred?
- Ha több elköteleződést szeretnél, akkor több adatot kérsz be?

- Ha ez az első kontaktus, akkor csak az emailcímét kell megadnia?
- Biztosan szükséges vezeték és keresztnév is? Használni fogod?
- Ha vannak már információid a látogatóról, akkor kitöltöd neki előre a meglévő adatokat?
- A mezőbe beleírt szöveg magyarázza, mit hova kell írni?

## **GOMB**

- A gomb kontrasztos az oldal egyéb színeivel?
- A lehető legnagyobbra vetted a méretét?
- A szöveg leírja, hogy mi történik kattintás után?

## **DIZÁJN**

- Az űrlapot kiemelted?
- Hajtás felett van a CTA?
- Hatalmas a headline?
- Mobilon is rendben van?

## AJÁNLAT

- A letölthető anyag jóval értékesebb az emailcímnél?
- Igazán jó az ajánlatod?
- Az olvasó magára ismerhet az ajánlatot látva?
- Egyértelmű, hogy mit kell csinálnia és mit kap cserébe?

## BIZTONSÁG

- Szerepel az oldalon adatvédelmi nyilatkozat?
- Van checkbox, amivel el tudja fogadni a linkelt adatvédelmit?
- Nincs előre bepipálva, ugye?

*Ezzel a 8 ponttal ellenőrizd, hogy rendben van-e az oldalad szövege*

- A fő kulcsszavak szerepelnek a főcímelekben?
- Az anyagaid hossza rendben van?
- Gyorsan töltődik le az oldalad?
- Megbízható az oldalad a Google szerint?
- Ellenőrizted a kulcsszavakat?
- Ellenőrizted a linkeket?
- Megmérted a dwell time-ot?
- Kiszűrted a duplikációkat?

## *Checklist weblapunk szövegeinek ellenőrzéséhez*

- A fő kulcsszavam szerepel a H1 címmezőben
- A publikációim jellemzően hosszabbak az átlagosnál
- A weblapom betöltési sebessége legalább 70 pontos ellenőrzés itt: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>
- Az oldalam reszponzív ellenőrzés itt: <http://responsive-designchecker.com/>
- Wordpress-oldal esetén használok gyorsító plugint  
Például ezt: <https://wordpress.org/plugins/w3-total-cache/>
- A Domain és Page Authority-értékeim meghaladják a főbb konkurencimét ellenőrzés itt: <https://moz.com/researchtools/ose/>
- Használok kulcsszavakat a címekben, bejegyzésekben
- Nincseken rossz minőségű spamlinkjeim Ha igen, itt törölhetők: <https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links-main?pli=1>
- A lepattanók aránya 40% alatt van ésvagy az átlagos látogató legalább egy percet az oldalamon tölt
- Nincsen az oldalamon duplikált vagy másolt tartalom  
Másolások ellenőrzése itt: <http://copyscape.com/>

## *Hogyan érheted el, hogy megosszák a tartalmadat?*

- Releváns tartalmat készülsz gyártani?
- Minőségi tartalmat írsz?
- A tudásodat frissítetted, a témát lekutattad, mielőtt írni kezdesz?
- A zseniális főcímedet egy zseniális leaddal és meta descriptionnel támogatod?
- Meghatároztad, hol fogod terjeszteni az elkészült anyagot?
- Végzel elemzést minden cikk után?

## *Hogyan írv PR-cikket?*

### 23 elemes csekklista

- Meghatároztam a témámat.
- Tudom, kinek írom a cikket.
- Felmértem a platformot, ahol publikálni fogok, az ottani elvárások szerint szerkesztem a szöveget.
- A cikk írása előtt meghatározom, hogy hány szavas lesz.
- Használok a storytelling erejét.
- Ismerem a célcsoportom problémáját és megoldást is adok a cikkemben.
- A cikkem középponti szereplőjével azonosulni tud az olvasóm.
- Megvan a fő probléma, amire megoldást nyújtok.
- Megfogalmaztam a megoldást.
- Tudom, milyen happy enddel zárok.
- A főcímem tömör és lényegretörő.
- A lead továbbolvasásra ösztönöz.
- Nem magamról (termékemről, cégemről) írok, hanem az olvasóim problémájáról.

- Egyszerű mondatokat használok.
- A termékem legfontosabb infóit beleépíttem a történetbe.
- Konkrétan leírtam, miért lesz jobb, ha a termékemet választja.
- Aktív szerkezetet használtam a szövegben.
- Használok idézeteket vagy megszólaltatók ismert arcokat.
- A szöveg csak 30%-a értékesít.
- Jól olvasható, szellősen tagolt az anyag.
- Ha tudok, saját képi anyagokat használok.
- Kegyetlen ellenőrzés alá vettem a szöveget.

## *Így építsd fel profi tartalomnaptárad*

### 29 elemes csekklistával

- Meghatároztam a buyer personámat.
- Tudom, mi a pontos célom a tartalommal.
- Tudom, milyen kampányhoz készül a naptár.
- Megvan, hogy milyen emberekre és szikillekre van szükségem a projekthez.
- Tudom, hogy mennyi időre tervezek.
- Kiválasztottam a megfelelő platformot, ahol vezetem a projektet.
- Hozzáfértést adtam minden közreműködőnek.
- Kiment a körlevél, amiben leírom, hogyan használják a résztvevőim a táblázatot.
- Világossá tettem (pl. színkódokkal) a szabályokat, ami alapján haladunk a táblázatban.
- Szerepel a cikkek pontos címe.
- Szerepel a cikkek munkacíme.
- Használok címkéket.
- Leírom a tartalom kategóriáját is.

- A publikálás tervezett dátumát szintén.
- Meghatároztam a tartalom formátumát.
- Meghatároztam a tartalom szerzőjét.
- Meghatároztam a tartalom felelősét.
- Jelzem a tartalom jelenlegi státuszát.
- Beszúrtam a tartalmak URL-jét.
- Feltüntettem a SEO kulcsszavakat.
- Leírtam a metaadatokat.
- Szerepelnek CTA-k.
- Leírtam, milyen csatonákon fogom terjeszteni.
- Leírtam, hogy mikor kezdődik a terjesztés.
- Jelölöm, hogy hirdetni fogom-e.
- Meghatároztam, hogy mikor fogom újra posztolni.
- Átlátható a naptár szerkezete (mindenki számára).
- Minden megfelelően működik benne.
- Mindenki tudja szerkeszteni a naptárat (mert nem megtekintésre osztottam meg).

## *Hogyan javítsd a szövegedet 5 perc alatt?*

### 14 lépés

- Átolvastad tiszta fejjel?
- Biztos vagy benne, hogy az első pár bekezdésed nem csupán "bemelegítés"? Törölted, ha így van?
- Felolvastad hangosan?
- Átolvasás közben átformáztad a szöveget?
- A szöveged egy vacsora melletti beszélgetés az ügyfeleddel és nem egy nyelvtan dolgozat?
- A szövegedet szellőzteted sok-sok enterrel?
- Lerövidítetted a mondatokat?
- Újraírtad a címet?
- Használász alcímeket?
- Törölted a szavak 10%-át?
- Mellőzöd a szakzsargont?
- Egyetlen emberhez beszél a szöveged?
- Javítottad a helyesírási hibákat?
- Publikáltad a szöveget?

## *Hogyan írd valódi előnyöket?*

### 4 lépéses írási segédlet

- Felsoroltad a terméktulajdoságokat?
- Kiszűrted a legfontosabbakat?
- Mindegyiknél feltetted a kérdést, hogy „ez mit csinál az ügyfelemnek”?
- Minden előnyt érzelemhez vagy alapmotivációhoz kötöttél?
- A leírt motivációt vagy érzelmet az olvasó életébe vitted?

## *Nem konvertál a landing page-ed?*

Ezzel az 5 lépéssel növeld meg a konverziód

- Eltávolítottál minden olyan elemet, ami nem a landing fő célját szolgálja? Nincsenek YouTube-ról beágyazott videók és egyéb külső oldalakra mutató linkek?
- Tartod a kontextust? Design, szöveg, stílus stb.
- Elég konkrétan írod le az ajánlatodat? Használsz szám-szerű adatokat?
- Figyelsz arra, hogy hitelesek legyenek az állításaid?
- Kezeled a kifogásokat a CTA mellett?

## *11 lépés, hogy több feliratkozó legyen*

- Exkluzív tartalmat adsz a feliratkozóidnak?
- Végeztél A/B tesztet?
- Gondoskodtál róla, hogy növeld az oldalon töltött időt?
- Optimalizáltad az oldal letöltődésének idejét?
- A tartalmad minőségi?
- Több helyen is fel tudnak iratkozni a látogatóid?
- A feliratkozó űrlap olyan egyszerű, hogy még egy kínai is tudná, mit és hova írjon?
- Minden eleme teljesen érthető, még ha csak egyetlen egy pillantást is vetettem rá?
- Éltél a csordaszellem erejével? Nem féltél megosztani, hogy hányan iratkoztak fel eddig, ugye?
- Tesztelted és az eredményeknek megfelelően használod vagy nem használod a pop-up/exit pop-up ablakokat?
- Készítettél egy külön feliratkozó oldalt?

## *„A szövegem nem konvertál, mit csináljak?”*

### 16 dolog, amit elronthattál

- Ellenőriztem a technikai oldalát a kampánynak.
- Meggyőződtem róla, hogy a termékem piacképes.
- Megnéztem, a forgalom rendben van.
- Jól határoztam meg a célcsoportomat is.
- Ismerem a célcsoportomat, a szavaikat, az igényeiket és a szövegben megoldást nyújtok egy problémájukra.
- Adok értékajánlatot.
- Nincs olyan link, ami “kiengedné” a landingemről a látogatót.
- A célcsoportom problématudatának szintjéhez (vagy annak hiányához) illeszkedik a szöveg.
- Ránéztem kívülről a landingre vagy elolvastattam valakivel. Ez alapján konkretizáltam és kifejtettem bővebben a nehezen érthető részeket.
- Ellenállhatatlanná tettem az ajánlatomat.
- Figyelembe vettem, hogy az emberek érzelmi alapon vásárolnak.
- Helytálló érzelmekre hatok.

- Hitelessé tettem az ajánlatomat a látogatók számára.
- Egyértelmű a szöveg és a design is, nincsenek félreérthető vagy felesleges részek.
- A CTA-m rendben van.
- Nem siettetem az értékesítést.
- Aktuális az ajánlatom, és alkalmazok sürgető elemeket is.

## *A Hook-modell*

### eszközöd egy saját közösség felépítésére (és fenntartására)

- Meghatároztam a problémát, amit a termékem megold a vásárlómnak.
- Hirdetések vagy az evangelistáim segítségével kommunikálom a probléma megoldását.
- Minőségi tartalmat adok, amit szívesen megosztanak a követőim.
- A lehető legegyszerűbb módon tudják végrehajtani a kívánt cselekvést (vásárlás, feliratkozás stb.) az oldal látogatói.
- Biztosítok motivációt a cselekvésre.
- Kommunikálom rendszeresen, hogy mennyi előnnyel jár, ha visszatérnek az oldalra.
- Érdekeltté teszem a közösségem, kérek tőlük (megosztást, testimonialokat stb.).



# SIPOS ZOLTÁN

marketing-szövegíró

Azért hoztam létre ezt az oldalt,  
hogy segítsék azoknak a kis- és középvállalkozóknak, akik  
szeretnének vonzó módon kommunikálni az interneten.  
Az oldalon eddig 533 bejegyzést publikáltam.

[marketing]szöveg  
.com