

SZAKDOLGOZATI ÖSSZEFOGLALÓ

Tornai Evelin

2023

Magyar Agrár és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

Az internet nyújtotta lehetőségek alkalmazása a marketingben

Konzulens:

Dr. Domán Szilvia

Egyetemi docens

Készítette:

Tornai Evelin

**Kereskedelem és marketing szak
Marketingkommunikáció szakirány
nappali tagozat**

2023

Szakedolgozati összefoglalás

Az internet megjelenése miatt alakult rengeteg új lehetőséget kihasználva lépett a marketing is az online térben. A marketing megjelenése az online világban elsősorban a rengeteg új lehetőséget mutatja, mint következmény viszont jobban áttekintve hordozhat magával negatív dolgokat is. A szakedolgozatom során szerettem volna feltárni ezeket a lehetőségeket mind a pozitív mind a negatív területét. Elsőként a téma szakirodalmi részét tekintettem át és ezzel kapcsolatos szekunder kutatásom mutattam be részletesen, ezek után pedig egy primer kérdőíves megkérdezési mód alkalmazásával igyekeztem a fogyasztók egy részének megkérdezése alapján következtetéseket levonni.

Első sorban a dolgozatom során az internet nyújtotta lehetőségek alkalmazását szeretném elemezni a marketing területén és azon belül kitérni az internethasználat előnyeire és veszélyeire. A szakedolgozatom írásakor a választott kutatási módszerem a szekunder és primer kutatás voltak, ezért a szakirodalmi áttekintés során szakkönyveket, kutatási munkákat vettem alapul ezen felül pedig a személyes tapasztalataimat és a személyes véleményemet is belefűztem. A szakedolgozatom második felében pedig a fentebb említett primer kutatást készítettem el egy kérdőíves megkérdezés alapján, mely során igyekeztem az internet hatásait, előnyök és hátrányok szintjén kideríteni a fogyasztókra való tekintettel.

A szakedolgozatom során ezen a célkitűzésem mellett felállítottam hipotéziseket, amelyeket a kérdőíves megkérdezésemre kapott válaszok alapján tudtam eldönteni, hogy bebizonyosodott vagy nem. A felállított hipotézisek pedig az alábbiak voltak:

1. Az online marketing eszközei segítenek a hatékonyabb döntéshozatalban.
2. Az influencerek, közéleti emberek szerep az online térben nagy hatással bír a fogyasztói döntések során.
3. Az online reklámok, hirdetések vásárlást generálnak.
4. Az online reklámozási eszközök a leghatékonyabb és ígéretesebb reklámeszköznek tűnnek.

A véleményem, hogy fogyasztóként rengeteg reklámmal találkozunk az online térben mindenféle oldalakon. Az online marketing eszközeinek pozitív hozadéka a megkérdezésem alapján, hogy a rengeteg információ, ami rendelkezésünkre áll nagy segítséget jelenthet a fogyasztói döntések során, hiszen kisebb időbefektetéssel sokkal hatékonyabbá tehetjük a vásárlást, ugyanis gondoljunk bele, ha el kell mennünk a boltba akkor ha csak nem szeretnénk

az egész várost bejárni, ami nagy idő és energiabefektetés azok közül a termékek közül válogathatunk, amelyek megtalálhatóak az adott boltban, viszont az internet segítségével könnyedén körülnézhetünk és válogathatunk az árak és a minőség alapján sokkal kevesebb idő alatt és akár a kanapén ülve. A kérdőívem során kiderült, hogy ezt a lehetőséget a kitöltők nagyrésze rendszeresen ki is használja.

A következő, ami a pozitív hatássá tudható be a véleményem szerint, hogy kétirányú kommunikációt eredményez az online tér. Ez megmutatkozik abban is, hogy a fogyasztók szabadon kifejezhetik a véleményük és tapasztalataikat az adott termékről és szolgáltatásról, ezzel könnyítve a vásárlást a többi fogyasztónak, illetve visszaigazolást adhat a vállalat számára is, mind pozitív mind negatív értelemben is. Könnyedén tudnak ezáltal a vállalatok is reagálni a fogyasztói igényekre, illetve javítani a hibájukat, nem csak a termék kapcsán, de akár egy elrontott reklám kapcsán is, hiszen online szinte azonnal szerkeszthetőek a reklámok vagy akár törölhetőek is míg egy kihelyezett plakát tekintetében ez nem elérhető lehetőség. A kérdőívem során az is kiderült, hogy a megkérdezettek nagytöbbségben ezt a lehetőséget is kihasználják és szokták olvasni a fogyasztói véleményeket, van, hogy figyelembe is veszik a vásárlás során, illetve nagyrészt ők is megosztják tapasztalataikat valamilyen formában.

Erre a lehetőségre viszont a vállalatok akár hátrányként is tekinthetnek, hiszen a véleménynyilvánítás akár negatív is lehet, ami viszont negatív véleményt is alakíthat ki róluk, míg ez az offline marketing eszközök esetében többnyire szóbeli úton terjedhetett a negatív vélemény.

Ezeket kívül egy fontos előnye szerintem az online térnek is, hogy a segítségével hatékonyabb lehet a segítségnyújtás a vásárlók irányába, hiszen az internet segítségével akár a nap huszonnégy órájában elérhetőek az ügyfélszolgálatok, sokszor telefonos de chat funkcióként mindenképp, ahol ugyan minden dolgot nem feltétlenül lehet megoldani azonnal az éjszaka közepén is, viszont konkrét gyakori kérdésekre azonnali választ kaphatnak a fogyasztók, illetve nem kell személyesen bemenni egy ügyfélszolgálati beszélgetéshez, hanem munka közben és után is kérhetünk segítséget. A kérdőívem során az is kiderült, hogy a kitöltők nagyrésze hatékonyabbnak gondolja a segítségnyújtást az online ügyfélszolgálatok segítségével.

A válaszok kiértékelése után a hipotézis vizsgálat során kiderült, hogy két hipotézisem bizonyosságot nyert, mégpedig az, hogy „Az online marketing eszközei segítenek a hatékonyabb döntéshozatalban a vásárlás során”, illetve „Az online reklámozási eszközök a leghatékonyabb és ígéretesebb reklámeszköznek tűnnek.”. Egy hipotézisem nem nyert bizonyosságot „Az influencerek, közéleti emberek szerep az online térben nagy hatással bír a

fogyasztói döntések során.” illetve egy hipotézisem során nem tudtam meghatározni egyértelműen mert nem kaptam egyértelmű válaszokat a kérdéseimre.

Összefoglalva tehát úgy gondolom a téma szakirodalmi megközelítése mellett a legfontosabb előnyöket és hátrányokat is sikerült áttekintennem fogyasztói szempontból és ezek összesítése és értékelése után úgy gondolom, hogy megannyi pozitívumot és negatívumot fel lehet sorolni a témával kapcsolatban, a kulcs a fogyasztói tudatosságban van a döntések során. Ahogyan a vállalatoknak komoly átgondolást igényel az online marketing eszközök alkalmazása, úgy a fogyasztóknak is tudatosnak kell lenniük, hogy a pozitív lehetőségeit ragadják meg és ne hagyják magukat befolyásolni.