

## A SZAKDOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

### **Multinacionális FMCG cégek üzleti célú megjelenése a közösségi médiában**

**Tóth Szandra**

Gazdálkodási és menedzsment szak, alapképzés, nappali tagozat

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

*Belső témavezető:* Pető István, Mestertanár, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Kutatásomat 6 hipotézis vizsgálatán keresztül végeztem a multinacionális FMCG vállalatok közösségi médiában való üzleti jelenlétüket illetően. Az elemzések többsége a legnagyobb érdeklődést kiváltó bejegyzések köré épült.

Kétféle módszertant alkalmazva jutottam el eredményeimhez, egy Excel munkafüzetbe kigyűjtött adatsokaság elemzése által, melyek a dolgozat középpontjában álló 3 FMCG cég Facebook-on és LinkedIn-en létrehozott oldalain közzétett bejegyzések adatait tartalmazták 2 hónapos időintervallumban. Továbbá egy saját készítésű Google forms kérdőív segítségével.

Jelen kutatás a vállalatoknak termékeik elektronikus kereskedelem útján történő reklámozását, értékesítését segítheti elő, a közösségi média erejében rejlő kiaknázatlan lehetőségekre világíthat rá, hiszen napjainkban ritka az olyan magánszemély, aki nem rendelkezik legalább egy közösségi média profillal. Az eltérő célközönséggel rendelkező internetes platformokon való kommunikáció, információmegosztás ideális módja költség- és időmegtakarítást jelenthet a cégek számára, továbbá az elérni kívánt fogyasztók köre elérhetőbbé válik, feltéve, hogy rendelkeznek az adott közösségi hálózaton fiókkal.