



Képmás – másképp

Közösség és média szakkör a kontakt találkozásoktól a virtuálisig

Végre arról szól a közösségi média, ami!

Optimista vagyok, és azt tartom, minden rosszban van valami jó. Ha köszönhetünk valamit a koronavírus-járványnak, akkor azt mindenképp, hogy kiscicás videók és nyaralási képek helyett egyik napról a másikra elkezdtek arra használni az online felületeket, amire érdemes: magán és munkahelyi kapcsolattartásra, gyorsabb ügyintézésre, céges folyamatokra, tanulásra, képzésekre, interaktív online tartalmak fogyasztására, új kommunikációs modellek kialakítására. No, és vásárlásra...

Voltaképp semmi olyan új eszköz nincs, amit ne használhattunk volna akár évek óta. Munkahelyi környezetben eddig is léteztek projekttervezési szoftverek felhőben tárolt adatokkal, eddig is szerkeszthettünk távolról közösen munkanyagokat, indíthattunk videós céges értekezleteket, közvetíthettünk élő és felvett tartalmakat és sorolhatnám. Mégis, a kulturális intézményeken túl a kis- és középvállalkozások eddigi folyamataiban is azt

látom, méltánytalanul mellőzték ezeket a megoldásokat. Pedig többségük ingyenes, gyorsan integrálható a szervezeti folyamatokba és csupán a komfortzónát kellett (volna) átlépni.

Napjaink része lett a home office, a képzésekre alkalmas webinarium. A céges értekezletek világából egy csapásra önálló szórakoztató, hír- és kulturális tartalmakat kiszolgáló médiummá vált a Zoom, a Google Hangouts. Az otthoni tanulást segíti például a Google Classroom, a Drive, a Microsoft Teams. Számatalan módon vonhatjuk be ezeket az eszközöket a kultúra, a képzések, ismeretterjesztés folyamataiba is: interaktív játékok, interjúk, riportok, tudományos bemutatók, online kiállítások, vagy akár karantén koncertek valósíthatók meg.

Izgalmas volt minden perc, amit azzal tölthettem, hogy hogyan helyezhetjük át például a kulturális értékek közvetítését a virtuális térbe. Vállalkozások közösségi tartalomkezelésén túl két olyan folyamat szerencsés részese lehetek, amelyek tanulságosak a közművelődési szakemberek számára.

A Nemzeti Művelődési Intézet Jász-Nagykun-Szolnok megyei projektje, a Martfűn tartott *Közösség és média szakkör* egyik előadójaként számomra is élmény volt, ahogyan az első néhány foglalkozás után élesben is láthatták, tapasztalhatták a résztvevőink: milyen gyakorlati jelentősége van a helyi közösségek, civil egyesületek, kistérségek életében annak, hogyan tudnak alkalmazkodni a megváltozott helyzethez.

Az Aba-Novák Agóra Kulturális Központ képzéseit, klubjait, kiállításait, gyermek és felnőtt kulturális tartalmait pedig lényegében 48 óra alatt kellett virtuálisan elérhetővé, és ami ebben a médiazajban nagyon fontos, trendivé, érdekessé konvertálnunk. A számos közösségi felület, a targetált, azaz célcsoport szerint célzott multimediális anyagok, és nem utolsósorban a céges belső online kommunikáció kialakítása igencsak izgalmas és komplex feladat volt. Azt gondolom, nagyon sikeres projekteket hoztunk létre, átölelve a közösségi média teljes spektrumát, lehetőségeinkre szabva, alkalmazva az üzleti életből hozott jó gyakorlatokat.



Ugord át a komfortzónádat!

A Nemzeti Művelődési Intézet *Közösség és média szakköre* még néhány hónappal a járvány kezdete előtt indult. Elsősorban kistélepülések, helyi intézmények, szervezetek képviselőinek segítettünk megtalálni a kapcsolódást célcsoportjaikhoz, igyekeztünk jó gyakorlatokkal szolgálni arra, hogyan építhetik közösségeiket, hogyan juttathatják el fő üzenetüket minél hatékonyabban és sikeresebben. Az élet úgy hozta, hogy ezeket az ismereteket, készségeket még a képzés alatt élesben gyakorolhatták a résztvevők, hiszen rendezvényeiket, előadásait, saját képzéseiket ők sem tarthatják meg. A karantén alatt a martfűi képzést is online folytathatták a résztvevők, nagy köszönet érte a Martfű Média csapatának. Ők a város többi intézményével együttműködve kiválóan segítik a helyiek, agglomerációban élők mindennapjait. Hír- és kulturális műsorokat gyártanak, nyomtatott és elektronikus magazint adnak ki, a Nemzeti Művelődési Intézet szakkörén pedig a vizuális tartalomkészítésről és publikálásról osztanak meg elméleti, és jól használható gyakorlati ismereteket.

A karantén idején többszörös mennyiségű hasznos (és hasznontalan) tartalmat gyártottak és fogyasztottak az emberek világszerte. Ebből a gigantikus információdömpingből kell kitűnni. A Közösség és média Martfű képzés foglalkozásain megismerhették a résztvevők a különböző platformok különlegeségeit, esettanulmányokban mutattuk be a folyamatokat, kipróbálhatták a spontán tartalomkészítést és a stratégiai tervezést, személyre szabott ötleteket adtunk a saját te-

rületükön való hatékony közösség-építésre, kommunikációra. Összességében ez a képzés egy nagyon átfogó, mély szakmai tartalommal, és mézsűrűségű, naprakész információval szolgál. Példaértékű és kiváltképp hasznos lehet az ország más részein ténykedő helyi és civil közösségeknek is.

A valóságon innen és túl

Egyik előadásom címe volt ez, azt gondolom, jól illik a mostani helyzetre is. Még ma is él a tévhit, miszerint a közösségi média, az online világ csupán weboldalból és a Facebookból áll. Pedig ez cseppet sem igaz. Ma már egy komplex, egymással összefüggő, hálózatos, jó esetben dinamikusan kapcsolódó és változó, élő organizmusról beszélhetünk. Rendszert kell építeni az érdeklődő szerzéstől – az adatbázisok összehangolásán túl – a különböző közösségi felületekre szánt tartalmakig, beleértve a személyre szabott hírlevelet, az online foglалásokat, jegyvásárlást, a digitális anyagaink online formátumait, az automatikus visszacsatolásokat, a remarketinget stb.





Az online képzések esetén is jól látható ez a folyamat. De vajon mi az előnye az online képzéseknek?

- A képző, előadó és a képzések résztvevői térben és időben szabadabbak;

- sok esetben elég egyszer elkészíteni, felvenni a képzést anyagát;

- bármikor szabadon fejleszthető, módosítható egy-egy modul, vagy az egész folyamat;

- nincs terem, sokkal kevesebb a költség, az adminisztráció;

- nincs létszámkorlát, földrajzi korlátozottság;

- automatizmusokkal az egész értékesítési, képzési, visszacsatolási folyamat megoldható;

- korlátlan ismételtetés;

- mérhető eredmények;

- kiváló marketingérték, referencia a közösségi felületeken;

- több platformon publikálható tartalmak.

A következő kérdés az, hogyan valósítható ez meg a gyakorlatban?

- A képzés tematikáját, bemutatóit, feladatait elérhetővé kell tennünk egy lehetőleg egyszerűen és jól kezelhető platformon (virtuális tárolón, élő közvetítésben, letölthető formában stb.).

- A képzés résztvevőit hírlevélben, organikus módon és fizetett online hirdetésekkel toborozzuk. Weboldalunkon belül egy jól felépített, ún. landing oldalra irányítjuk, feliratkoztatjuk az érdeklődőket, ott online ki is fizethetik a tanfolyamot.

- Az egyes állomásoknál automatikus válasz e-mailt kapnak.

- A regisztrált tagok helytől és időponttól függetlenül, saját időbeosztásuk szerint végezhetik el a modulokat, majd szintén online adhatnak számot a megszerzett ismeretekről.

- Marketing szempontból a folyamat több pontján is újabb felületeinkre terelhetjük az érdeklődőket. Minél több adatunk van vevőinkről, érdeklődőinkről, annál személyesebben tudjuk őket megszólítani az általuk használt közösségi platformokon. Saját közösségünk tagjaivá válva pedig egyéb szolgáltatásunk, termékünk értékesítési tölcserében a jövőben is elérhetjük őket.

Hogyan kürtöld világgá?

Nézzünk egy egyszerű példát! Egy élő online konferenciát premier időponttal reklámozhatunk, a regisztrált felhasználókat később elvezethetjük YouTube csatornánkra, weboldalunkra, hírlevelünkre, hogy újra megnézhessék, ha lemaradtak, illetve további anyagainkat is megismerjék. A témában linkelhetjük blogunkat, hasonló tartalmainkat, feliratkozathatjuk őket követőink közé. Az anyagból készíthetünk cikket, tanulmányt, vagy hanganyagot, amit podcast formában is publikálhatunk. Egy tartalomról így könnyedén több mutációt varázsolhatunk.

Képzésekre, szakmai konferenciákra és kulturális, ismeretterjesztő tartalmakra is kiválóan alkalmasak az említett technológiák. Ezek közül számos megoldást a veszélyhelyzet elmúltával is meg kell tartani, érdemes megtartani. Mondhatni, a veszélyhelyzet egyfajta katalizátor az intézmények, települések, vállalkozások digitalizációjának felgyorsításában.

HAJDÚ CSABA kommunikációs és marketing szakember, vállalkozó. 30 éve dolgozik országos és helyi rádióknak, közel 20 éve foglalkozik webfejlesztéssel, multimédia tartalmak készítésével, másfél évtizede marketinggel. 1990-től a Magyar Rádió Szolnoki Körzeti Szerkesztőségében, a szolnoki Amadeus Rádióban és az Aktív Rádióban zenei szerkesztő, programigazgató, szerkesztő-műsorvezető, 2014-től a szolnoki Aba-Novák Agóra Kulturális Központ marketing főmunkatársa. Nevéhez fűződik az Agóra online marketing stratégiájának, marketing portfóliójának kialakítása, online tartalmi fejlesztések. 2005 óta a Pragmamedia tulajdonosaként KKV-k online marketingjét segíti. Online média előadásokat tart középiskolásoknak, 2019-2020-ban a Nemzeti Művelődési Intézet Közösség és média képzésének előadója. Szakterülete a közösségi média.

www.pragmamedia.hu

www.facebook.com/pragmamedia

www.instagram.com/pragmamedia

www.linkedin.com/in/csaba-hajdu-5a8369138