

„ZÖLD ENERGIÁVAL A ZÖLD MAGYARORSZÁGÉRT” WEBOLDAL MARKETING SZEMPONTÚ ELEMZÉSE A 7C ALAPJÁN

SZEBERÉNYI ANDRÁS
DOMÁN SZILVIA
TAMUS ANTALNÉ

Összefoglalás

A téma aktualitását indokolja, hogy a marketingeszközök a piacgazdaság kialakulásával robbanásszerű változáson mentek keresztül, napjaink vívmányaiként a világháló megjelenése a megváltozott információáramlás, az elektronikus marketing egyre nagyobb teret nyer a gazdaságban és a társadalomban egyaránt.

Kutatásunk célja, hogy marketing szempontból megvizsgáljuk, értékeljük a „Zöld energiával a zöld Magyarországért” weboldalt, tartalmi és formai aspektusok egyaránt, annak érdekében, hogy a feltárt problémák, hiányosságok alapján a honlap továbbfejleszhető legyen.

Szekunder kutatásunkban vizsgáltuk a zöldenergia jelentőségét, helyzetét hazánkban, az internet, az online marketing lehetőségeit, különös tekintettel a weblap szerepére a marketingkommunikációs tevékenységben és a marketing 7C elemei alapján.

A kutatási eredményeink alapján megállapítható, hogy mind tartalmi, mind formai szempontból fejleszteni szükséges a weblapot, hogy az internetes felület még színvonalasabb és vonzóbb legyen a meglévő és potenciális felhasználók számára.

Kulcsszavak: zöldenergia, technológiai fejlődés, Károly Róbert Főiskola, weboldalelemzés, online marketing, média tartalmak használata

JEL KÓD: M3, O3

"Green Energy for Green Hungary" Website Marketing Analysis on the Basis of 7C Elements

Abstract

The chosen topic is processed and justify the marketing tools of the market economy development that went through an achievement in today's World Wide Web has changed the appearance of the flow of information, electronic marketing increasingly gaining ground in the economy and society as well.

Our research aims to investigate and evaluate the marketing point of view of the "Green energy for green Hungary" website, both substantive and formal aspects based on the identified problems and weaknesses of the site should be developed further.

We examined the importance of green energy, the situation in our country, the Internet, the online marketing opportunities in particular on the basis of the role of web marketing and communication activities by 7C elements. Summarizing our research results we can conclude that both content and formal requirements necessary for the web page interface to be higher quality and attractive to the existing and potential users.

Keywords: green energy, technological development, Károly Róbert College, web analysis, online marketing, media contents

Bevezetés

Egy weboldal első benyomása mindig fontos, ha egy új felhasználó tekinti meg. A legtöbb esetben a felhasználó dönti el, hogy gyakori látogatója lesz a weboldalnak vagy sem. A „Zöld energiával a zöld Magyarországért” weboldal esetében is hasonló a helyzet, amely a TÁMOP-4.2-3-12/1/KONV-2012-0047 azonosító számú projekt keretein belül jött létre. A honlap főként zöld energiával kapcsolatos kutatásokkal és cikkekkkel foglalkozik, amelynek megvalósító intézménye a Károly Róbert Főiskola. A weboldal a <http://kutatas.karolyrobert.hu> címen érhető el. A weboldalon sok érdekes médiatartalmat, kutatásokat, szakfolyóiratokat és különböző konferenciák időpontjait találhatjuk meg, melyhez rögtön találunk egy társweboldalt is, a „JCEGI” menüpontban. A Journal of Central European Green Innovation weboldala a <http://greeneconomy.karolyrobert.hu/> weboldalon érhető el, ahol magyar és angol nyelven is további folyóiratokat és híreket találunk.

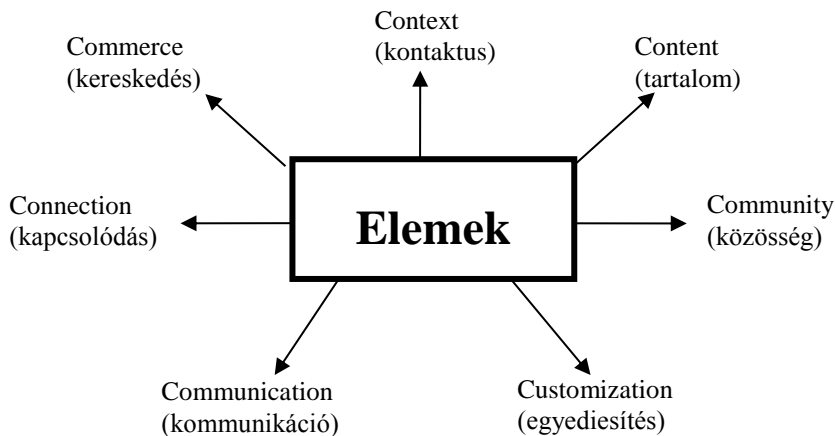
Anyag és módszer

Szekunder kutatásunk során vizsgálni szeretnénk volna a weboldal jelentőségét, tartalmi és esztétikai felépítését és azokat a további elemeket, amelyek megmutatják, hogy mennyire van létjogosultsága egy ilyen aktuális témával foglalkozó honlapnak, mint a zöldenergia. Elemzéseket végeztünk a bannerek felépítéseiről és típusairól, a Search Engine Optimization (SEO), azaz kereső optimalizálás jelentőségéről és alkalmazási módszereiről, valamint a vírusmarketing egyes elemeinek megfelelő használatáról, amelyek még jobban elősegítik, hogy a weboldal még inkább felhasználóbarát legyen.

A „Zöld energiával a zöld Magyarországért” internetes honlapját a Kotler-Keller, Marketingmenedzsment (2006) szakirodalomban fellelhető 7 szempont alapján elemeztük, értékeltük, azaz mennyire tekinthető vonzónak a honlap a felhasználók számára. (1.ábra)

Eredményeinket és következtetéseinket 7 különálló pontba szedve gyűjtöttük össze, amelyben a weboldal pozitív és negatív aspektusai egyaránt megtalálhatóak. A weboldal elemzése során szekunder kutatások és saját megfigyeléseink segítségével további javaslatokat is megfogalmaztunk más területeket illetően is, amelyek elősegítik a honlap színvonalasabb, dizájnosabb és modernebb oldalainak fejlődését, megteremtve a felhasználó barát környezetet. (Malhotra, 2009) A projekt és a Károly Róbert Főiskola egyik közös célja, hogy tudatosan még inkább beleivódjon a köztudatba a zöldenergia és a környezetünk megóvásának fontossága. Ezért kerültek azok a sarkalatos pontok elemzésre, amelyek mindenképpen előmozdíthatják a honlap népszerűsítését a lakosság körében.

Az „Eredmények és javaslatok” részben saját gondolatainkat, ötleteinket, illetve javaslatainkat dőlt betűvel jeleztük.



1. ábra: A vonzó honlap 7 eleme, a 7C

Forrás: Saját készítésű ábra a Kotler – Keller, 2006, pp. 221-232. alapján

Eredmények és javaslatok

Az első szempont a Community, a közösség esetében lehetőséget kell biztosítani a közvetlen kommunikációra a weboldal látogatói között. (Veres, 1998)

A weboldalt látogatók közötti kommunikációra legfőképp élő chat vagy fórum elérhetőségére lenne szükség. Jelenleg ez még nem elérhető a weboldalon, de későbbi felmérések alapján egy új kommunikációs forma lehetne. A vizsgált fórum még mindig jobb választás lehet, hiszen a rendszergazda, vagy a fórum moderátorok sokkal gyorsabban és könnyebben szelektálni tudják a hozzászólásokat. Például: meg lehet szabni, hogy a felhasználók hozzászólásai rögtön megjelenjenek, vagy csak miután egy hálózati vagy moderációs ellenőrzésen átmentek. Ezzel el lehet kerülni a negatív vagy más olyan jellegű problémákat, amelyek nem felelnek meg az internetes etiketnek.

A látogatók itt megoszthatják tapasztalataikat, problémáikat, vagy kifejtethetik a véleményüket a főiskolával és a kutatásokkal kapcsolatosan. Amennyiben a fórum létrehozása a cél, érdemes külön helyen tárolt címet használni, ahol a rendszergazda és a moderátorok teljes jogkört kapnak a fórumhoz.

Másrészt biztonsági szempontok miatt is sokkal szerencsésebb, mert amennyiben a „Zöld energiával a zöld Magyarországért” weboldal valamilyen okból üzemképtelenné válik, a fórum egy külön szekcióban tovább üzemel, és ezáltal máris egy újfajta értelmét nyeri, ugyanis a hibát vagy problémákat azonnal meg lehet írni, ami segítség a web üzemeltetőnek és a weboldal karbantartójának egyaránt.

Lehetőség van külön részlegek létrehozására is vagy kategorizálható menedzselésre is, amely szerint fel lehet osztani, hogy bizonyos fórum részek mindenki számára (dolgozók, pedagógusok, hallgatók, és nem hallgatók, stb.) elérhetőek legyenek, és ezen belül külön létrehozni olyan szekciókat, amelyek csak a hallgatók számára, vagy csak a vezetőség számára, illetve a Tanulmányi osztály dolgozói számára elérhetőek. Ez nagyban

elősegítheti a gyorsaságot és az átláthatóságot is. Amennyiben a kapacitás és munkaerő megengedi, lehetőség van más szoftverek használatára is, amelyek nagyban segítenék a „Zöld energia a zöld Magyarországért” projekt információs szolgáltatásait. Ilyenek lehetnek a: Skype, Facebook, Viber (Bluestacks, Genymotion által menedzselhető, amelyek elterjedt szabványának köszönhetően már bárki bárhonnán elérheti.)

A Facebook esetében lehetőségünk van külön ablakként a weboldalakhoz rendelni, így interaktív chat vagy kedvelői oldal is kialakítható, amelyet rögtön elérünk a weboldal látogatásakor. Ezt a fajta technikát nagyon sokan használják, mert rövid idő alatt nagyon sok emberhez elér, aminek oka, hogy látják a facebookon regisztrált tagok, hogy ki mit és mikor kedvelt, ezért ha nem is látogatják meg rögtön a weboldal, de látják (és már elolvasták legalább egyszer), hogy a másik felhasználó mit nézett meg.



2. ábra: A „Zöld energiával a zöld Magyarországért” Facebook felületének fejléce

Forrás: Saját készítésű kép a <https://www.facebook.com/kutatas.krf?fref=ts> weboldalról

A „Zöld energiával a zöld Magyarországért” esetében teljes mértékben jó döntés a Facebook közösségi oldalán való részvétel és interaktivitás. A profil 2012. november 30-án jött létre, és azóta is aktívan működik. Az események időpontjai, tartalmi felépítései, helyszínei és a hozzá tartozó sok más információ mind megtalálható a profilon belül sok-sok képpel fűszerezve. Főiskoláról lévén szó, a kommunikáció az egyik legfontosabb tényező egy ilyen intézmény esetében, hiszen az iskola célja nem csak az, hogy a hallgatók létszámát növelje, hanem az is, hogy színvonalas oktatást nyújtson, és tudományos légkört teremtsen.

A második szempont a Customization, az egyediesítésnél lényeges, hogy a weboldal megfeleljen a szolgáltatás különböző igényű és korosztályú célcsoportjainak. (Kotler – Keller, 2006)

A „Zöld energiával a zöld Magyarországért” weboldalának létrehozásakor a fejlesztők törekedtek arra, hogy a weboldal egyszerű, de informatív legyen minden korosztály számára. Média által ismert eszközöket is megfelelően használja, amelyek táblagépekről, vagy okos telefonokról is zökkenésmentesen megtekinthetők.

A „TV Műsorok” menüponton belül nagyszámú informatív interjú és a projektek célját bemutató videót találunk, amelyek rengeteg időt takarítanak meg nekünk az információszerzés során, hisz nem csak kényelmesebb, de szinte nem is kell tovább kutatnunk a témák iránt.

A bannerek esetében tettünk javaslatot, hogy hiányos az interaktív rich-media banner tartalom. Ennek használata sokkal életteltelibbé teszi az oldalt és akarva akaratlanul is

megjegyezzük majd az ott látott tartalmakat. Az egyediesítéshez hozzátartozik olyan alkalmazások és tartalmak alkalmazása, amelyek valamilyen módon többet nyújtanak a weboldal a felhasználói számára, nem csak információ szinten, hanem tapasztalati vagy különböző interaktív módon.

Az újfajta AdWords, GiffMaps, amelyek egyfajta reklám és média tartalomkezelő alkalmazások és egyéb külső alkalmazások segítségével lehetőség lenne rá, hogy az oldalon belül külön fület, ikonokat, ábrákat létrehozva egyszerűbben navigáljunk az oldalon, vagy felkínálja az opciót a Journal of Central European Green Innovation weboldalhoz való átlépésre, amely a társoldala a „Zöld energiával a zöld Magyarorszáért” weboldalnak.



3. ábra: A „Zöld energia a zöld Magyarorszáért” informatív kutatási animációi

Forrás: Saját készítésű kép a „Zöld energia a zöld Magyarorszáért” weboldal alapján, saját megfigyelés 2014. július 20.

A 3. ábrán szemléltetett képeken is találhatunk még további animációkat, amelyek a projekt biomassza kutatáshoz kötődő Zöldláng- „Komplex települési zöldenergia ellátás új pirolízises eljárással, új fafajtákkal, termesztési és betakarítási technológiákkal” projekt sikeres megvalósítása érdekében a „legjobb gyakorlatok” (Best practices) feltérképezését megcélzó megújuló energiaforrások felhasználása témakörhöz további információkat szolgáltattak. Itt a lejátszás gombra kattintva elindíthatóak a videók vagy elérhetővé válnak további a lejátszásra vonatkozó beállítások. Az itt található flash animációk nem a legújabb technológiával készültek, ez a fajta megoldás a Windows XP és Windows Vista rendszereken nagy népszerűségnek örvendett, de mostanra amikor a legfőbb operációs rendszer a Windows 8.1 és a Windows 10, ahol az internetes keretrendszer 4.5.1-es NET profilja a legfőbb használati rendszer, már az elavult kategóriába tartozik. *A fentebb említett technológia kiváltására legegyszerűbb módszer a JAVA Standard Edition lehetne, ami a számítógépek hardwarét sem terheli meg jelentősen és sokkal kisebb sávszélességű internetsebesség mellett is gyorsabban tölti be a flash és animációs tartalmakat.*

A harmadik szempont a Communication, azaz a kommunikáció szerepe a honlap interaktivitásában mutatkozik meg. A látogató kapjanak lehetőséget a kétoldalú kommunikációra. (Kotler – Keller, 2006)

Az oldal „Elérhetőség” menüpontja alatt, nem csak a projekthez tartozó intézmény telefonszáma, fax száma és címe található meg, hanem más a projektben résztvevő társaságok illetve igazgatóságok elérhetőségei is itt szerepelnek.



4. ábra: A „Zöld energia a zöld Magyarországért” weboldal „Elérhetőség” menüpontjában található információk

Forrás: Saját készítésű kép a „Zöld energia a zöld Magyarországért” weboldal alapján, saját megfigyelés 2014. szeptember 12.

Hiányoljuk a személyes kontaktus kialakulásának lehetőségét, konkrét, a projektben jártas kontaktszemély vagy személyek név szerinti bemutatását, rövid szakmai életrajzzal, fotóval ellátva.

A negyedik szempont a Connection, a kapcsolódásnál jelentős előny lehet, ha kapcsolódik más releváns weboldalakhoz, amik tartalmazznak egymásra kölcsönösen mutató linkeket. (Kotler – Keller, 2006)

A weboldalon található további más weboldalra hivatkozó linkeket, mint a „JCEGI”, amelyen további információkat és „green economy”-hoz tartozó projektek fellelhetők. *De további fejlesztésként új menüpont részeként létre lehetne hozni olyan kapcsolódó linkeket, amelyen a zöld energiához tartozó további tartalmi és most megvalósuló projektek lennének megtalálhatóak. Vagy a további résztvevők régiókra, megyékre vagy országrészekre osztva, amelyeken, nyomon követhetővé válik, hogy Magyarországon milyen szinten foglalkoznak a zöld energia kérdéssel, és milyen technikai eszközöket, munkaerőt vagy minősítéseket használnak ennek elősegítése érdekében.*

A kapcsolódási linkek a weboldalkereső optimalizálása miatt fontosak, mert az előzőekben már kitértünk rá, hogy a Search Engine Optimization (SEO) leginkább

figyelembevett szempontja, hogy egy adott oldalhoz mennyi releváns és hozzá kapcsolódó weboldal tartozik. Pozitívuma a „Zöld energiával a zöld Magyarorszáért” weboldalnak, hogy mindent összevetve másik 3 weboldal is hozzátartozik: A főiskola honlapja, ahol konkrét direkt linket találunk, a JCEGI weboldala, amely egyfajta társoldala a projektnek, és a facebook profil, ahol szintén konkrét linket és eseménylistát, médiatartalmakat találunk, amely a „Zöld energiával a zöld Magyarorszáért” weboldalhoz tartozik, illetve átszerkeszthetőségi profilképet hoz létre.

Az ötödik szempont a Commerce, a 7C ezen eleme a kereskedésekre vonatkozik főként, ahol a cégnek el kell döntenie, hogy lehetőséget nyújt-e a vásárlók számára weboldalon keresztül vásárlásra. (Kenesei – Kolos, 2007)

A „Zöld energiával a zöld Magyarorszáért” weboldal a „Kiadványok” menüpontjában 5 különböző kiadványt találunk. A kiadványok 22-32 oldal terjedelműek, főként tudományos témáról szólnak és a megújuló energiaforrások egyre fokozódó szerepéről magyarországi és nemzetközi szinten. A fájlok ingyenesen letölthetőek PDF formátumban, abban az esetben, ha a számítógépünk rendelkezik az Adobe Reader vagy más PDF olvasó program kiterjesztéssel. Ebben az esetben könnyen le tudjuk menteni a kiadványokat, de amennyiben nincs fent ez a kiegészítőnk, nem tudjuk lementeni a folyóiratokat. *Ezzel kapcsolatos javaslatunk az volt, hogy a külön letöltési opcióra azért van szükség, hogy az Adobe Reader program hiánya esetén is le tudja menteni a felhasználó a kiadványokat.*



5. ábra: A weboldalról letölthető ingyenes kiadványok

Forrás: Saját készítésű kép a „Zöld energia a zöld Magyarorszáért” weboldal alapján, saját megfigyelés 2014. szeptember 27.

A hatodik szempont a Content, magában foglalja a szöveg, kép, audio - és video tartalmakat. A megjelenített tartalom legyen hasznos, informatív és érdekes. Tartalmazzon egy vázlatos vagy részletes leírást a termékekről és a szolgáltatásokról. A hírek ne legyenek elévültek. Legyen rajta keresőprogram, a látogatók tájékozódását könnyíti a weblapon. Tartalmazzon letölthető cikkeket, vagy árlistát, katalógust. Legyenek videók, képek, fotók a szolgáltatásról. (Kotler-Keller, 2009)

A tartalmat tekintve a weboldal megfelel az elvárások többségének. A „Híres és Események” menüpontban számos naprakész esemény és információ megtalálható különböző zöld energiával és biomasszával kapcsolatos tevékenységről, előadásokról. Új menüpontként került fel az „EU-s verseny”, amely a projekt keretein belül saját szervezéssel áprilisban rendeztek meg. Itt találhatunk képeket, videókat, leírásokat a résztvevő csapatokról vagy arról, hogy milyen előkészületekkel járt a verseny megszervezése.

Itt meg kell még említeni, hogy az adott eseményekről szóló meghívók PDF formátumban vannak feltöltve „direct” megtekintési lehetőséggel. Ez esetenként kényelmetlenséget okozhat némely felhasználónak, mert akinek nincs feltelepítve a JAVA vagy Adobe Reader nevű programok, azoknak hibásan tölthetnek be ezek a tartalmak. A PDF formátumokat külön ablakban is megnyithatjuk, vagy a videókat megtekinthetjük a Youtube csatornáján is, előbbinél van lehetőségünk a letöltésre is, egy kis hozzáértés segítségével, mert az ikonok nem mindig egyértelműek (ez nem a weboldal hibája). Hiányoljuk a kereső opció lehetőségét is, amely a modern weboldalak esetében már egy alapvető funkciónak mondható és az a weboldalon való konkrét böngészést is jelentősen meggyorsítja. Másik hiányosságként megemlíthető a külön „letöltés” opció az események mellett, felett vagy alatt, mert így mindenki számára egyszerűbb lenne, ha például ki szeretné nyomtatni, vagy valamilyen formában szerkeszteni szeretné (természetesen csak akkor, ha nincs LockSecure, vagyis védelem a PDF fájlokon).

A 6. ábrán található képek nagy felbontásúak, jó minőségűek, de szükség lenne részletes, a kép alá vonatkozó konkrét leírásokra. A képek nagy felbontású megtekintéséhez kattintsunk a képekre, és itt lehetőségünk van letöltésre is. A legtöbb eseménynél átlagosan 4-8 kép figyelhető meg, főként természetes, utólag nem módosított formában.

Lehetőség szerint már elérhetőek ingyenesen hozzáférhető szoftverek, melyek segítségével nagyon profi és figyelemfelkeltő képek szerkesztésére van lehetőség, ami a zöld és fehér kompozícióból álló oldal harmóniájába egy kis életet csempészhette. Az eseményekhez videó és hanganyag is készül, amit részben meg is találunk a weboldalon, de esetenként előfordul, hogy már előre megvágott formában. Azok számára, akiket részletesebben érdekelnek a kutatások, saját videó portálos csatornát, vagy külön menüpontot ki lehetne alakítani.



6. ábra: Az első Európai Unió verseny életképei, amely elérhető a „Zöld energiával a zöld Magyarorszáért” weboldalon

Forrás: Saját készítésű ábra a „Zöld energiával a zöld Magyarorszáért” weboldal alapján

A hetedik szempont a Context, a kontaktus az elrendezést és dizájn foglalja magában. Ahhoz, hogy az elrendezés igazán vonzó legyen, a nyitóoldal/főoldal legyen gyorsan letölthető, áttekinthető, jól olvasható, egységes arculatot jelenítsen meg, valamint a nyitóoldal tartalmazza a logót. (Kotler – Keller, 2006)

A weboldal betöltése gyors, nem szakadozik, flash formátumú tartalom is megtalálható, ami nagyon jó választás hisz ez a fajta megoldás látványosabb, de nem árt szem előtt tartani, hogy a régebbi számítógépeken vagy más böngészők használatakor (Firefox, Chrome, Explorer, Waterfox, Empire, Opera, Safari, stb.) esetleges problémák jöhetnek, elő vagy nehezebben letölthetővé válhat az oldal.

A betűméret optimális, bár a menüpontok esetében lehetne nagyobb, például 18-24-es betűméret, mert ez jelképezi a weboldal lelkét, és mindenki elsőként a menüpontokra összpontosít. A főoldal összességében elég egyhangú, igaz, az sem előnyös, ha túl sok szín van jelen egy oldalon, de az oldalt látogató felhasználókkal folytatott beszélgetések alapján az oldal egyhangúságát célszerű lenne megtörni. Jelen esetben a zöld és fehér árnyalatai a tisztaságot és a „megújulást” jelképezik és a zöld energiára is asszociálnak, így teljesen helyénvaló e két szín használata, de egy harmadik szín, mint a kék valamely árnyalata nagyon hiányzik.

A főoldalon a jobb és bal szélén rengeteg a hely, bőven van még lehetőség rá, hogy valamilyen interaktív tartalommal kitöltésre kerüljön. Természetesen az sem előnyös, ha túl sok az információ, mert akkor átláthatatlanná válik a weboldal, de mérsékelt margóbetartás figyelembevételével, mindenképpen ki lehet hozni belőle a maximumot.

Összességében a szöveg és a címek jól láthatóak, mind nagyság szempontjából, mind pedig a betűtípus szempontjából is, de a menüfejléc esetén nem szerencsés a dőlt karakterek használata, inkább a vastag betűs normál Calibre, vagy Times New Roman betűtípus az olvashatóbb és a szemnek is kényelmesebb. (Ogilvy D., 2006) A fejlécben beleillesztették a főiskola nevét, és a fejléc színvilága jól visszatükrözi a logó hangulatát. A főbb menüpontok kiemelt részekben vannak elválasztva, amelyek belül egyes részek külön is megtekinthetők Adobe Reader, vagy Flash player segítségével.

Letöltésre is lehetőségünk van, amennyiben a későbbiek folyamán offline verzióban és szeretnénk hozzáférni ezekhez a dokumentumokhoz vagy képekhez, de mint korábban javasoltuk, mindenképp jól működne a direkt letöltéshez kapcsolódó letöltési lehetőség, így nem csak egyszerűbben hozzáférhetővé válik, hanem sok kattintást megtakarít nekünk. Ha nem rendelkezünk az Adobe Reader vagy Flash player programmal a számítógépünkön, akkor is le tudjuk menteni a dokumentumokat és később meg tudjuk tekinteni.

Az animációk és videók megtekintése csak online kapcsolat segítségével érhető el, ezek nem tölthetők le az oldalról jogvédelmi szempontok miatt. A flash animációk megőrzése érdekében, hogy harmadlagos felhasználásra ne kerüljön, érdemes lenne valamilyen védelmi funkcióval ellátni, így ha a későbbiekben letölthetővé válna, akkor is védve maradnak a dokumentumok, így nem tudják egy az egyben felhasználni.

Következtetések

A fenti vizsgálatok és kutatások alapján megállapítható, hogy a „Zöld energiával a zöld Magyarországért” weboldal megfelelő mértékben használja az online marketing egyes elemeit.

A vonzó honlap – szakirodalmi forrásokon alapuló - 7C elemzése során említésre került a design és a tartalom, ahol további átgondolást igényel a tartalom fejlesztése. A Context keretein belül elemzésre került a weboldal szövegtípusa és felépítése is, amelyben első benyomásként megállapítottuk, hogy a zöld és fehér színek jól harmonizálnak együtt, a szemet sem zavarják, de mégis egy idő után hiányérzetet produkál, mert nem elég étellel teli a főoldal, amelynek a legtöbb esetben ütősnek kell lennie, hogy a látogatóra hatással legyen. A menüt illetően – tipográfiai szempontok alapján – indokolt lenne egy kicsit nagyobb betűméret használata, ami a kisebb felbontású technikai eszközök esetében is jobban láthatóbbá teszi a weboldalt.

A 7C elemeinek segítségével rámutattunk azokra az optimalizált megoldásokra is, amelyet már hatékonyan használ a weboldal, de azokra a hiányosságokra is szeretnénk volna rávilágítani javaslatok által, amelyek módosításával még fejlettebbé és informatívabbá válhat a honlap.

Köszönetnyilvánítás

A kutatás a TÁMOP-4.2-3-12/1/KONV-2012-0047 azonosító számú „Kutatási eredmények és innovációk disszeminációja az energetikai biomassza (zöldenergia) termelés, átalakítás, hasznosítás, a vidékfejlesztés és a környezeti fenntarthatóság terén a Zöld Magyarországért” című pályázat támogatásával jött létre.

Hivatkozott források

- [1.] Kenesei Zs. – Kolos K. (2007): Szolgáltatásmarketing- és menedzsment, Budapest, Alinea Kiadó, 400p
- [2.] Kotler P. (2001): Kotler a marketingről, Park Könyvkiadó Kft., Budapest, pp. 285.
- [3.] Kotler P. – Keller L. (2006): Marketingmenedzsment, Akadémia Kiadó Zrt., Budapest, pp. 985.
- [4.] Malhotra N. K. – Simon J. (2009): Marketingkutató, Budapest, Akadémiai Kiadó Zrt., pp. 832.
- [5.] Ogilvy D. (2006): Ogilvy a reklámról, Budapest, Park Kiadó, pp. 222.
- [6.] Veres Z. (1998): Szolgáltatásmarketing, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, pp. 343
- [7.] <https://www.facebook.com/kutatas.krf?fref=ts>
- [8.] <http://kutatas.karolyrobert.hu>
- [9.] <http://greeneconomy.karolyrobert.hu>

Szerzők:

Szeberényi András

Vállalkozásfejlesztés (MA) szak
II. évfolyam
proftecandris@gmail.com

Dr. Domán Szilvia

főiskolai docens
Üzleti Tudományok Intézete
doman@karolyrobert.hu

Tamus Antalné Dr.

főiskolai tanár
Üzleti Tudományok Intézete
tamusne@karolyrobert.hu

