



INGYENES PDF | KKV-KNAK | TD-AI

3 hiba, ami elviszi a hirdetési pénzed

És hogyan javítsd őket — mielőtt újra
bekapcsolod a Google vagy Meta hirdetést.

Gyakorlati útmutató debreceni és országos KKV-knak:
landing, mérés, utánkövetés — komplex audit ajánlattal a végén.

TD-AI & Marketing Ügynökség

Tóth Dániel István · tdaimarketing.hu · +36 30 352 7975



BEVEZETŐ

Miért kaptad ezt a dokumentumot?

Sok debreceni és országos KKV-nál ugyanaz a helyzet: megy a hirdetés, jön a kattintás, de az ajánlatkérések és telefonhívások száma nem követi. Ilyenkor legtöbbször nem a „rossz platformról” van szó — hanem arról, hogy a hirdetés, a landing oldal, a mérés és az utánkövetés nincs egy rendszerbe kötve.

Ez a dokumentum három tipikus hibát mutat be részletesen. Mindegyiknél leírjuk, mit látsz a felszínen, miért veszélyes üzletileg, milyen gyors javításokat tehetsz meg saját magad is, és hol szokott elakadni a folyamat TD-AI ügyfeleknél — mielőtt skálázásba fektetnél.

TD-AI szemlélet

Nem több zajt adunk a marketingedhez, hanem adatvezérelt ügyfélszerző rendszert építünk: üzenet → landing → mérés → utánkövetés. A cél: a hirdetési költség megtérülő befektetés legyen.

Kinek szól ez az útmutató?

- KKV tulajdonosoknak, akik Google Ads-et vagy Meta hirdetést futtatnak (vagy terveznek).
- Vállalkozásoknak, ahol van weboldal, de kevés a minőségi megkeresés.
- Csapatoknak, ahol nincs átlátható mérés: nem tudják, melyik kampány hoz ügyfelet.
- Akiknek kifogyott a türelme a „sok kattintás, kevés eredmény” körtől.



1. HIBA

Rossz landing — a kattintás nem tud konvertálni

Mit látsz a gyakorlatban?

Megy a forgalom, a Facebook vagy Google jelzi a kattintásokat, de telefon és űrlap alig jön. Néha a hirdetési fiók „zöld”, az üzlet meg stagnál.

Miért veszélyes ez üzletileg?

Ilyenkor minden kattintás pénzbe kerül, de nem épít ügyfél-bázist. Ha hónapokig így megy, a tulajdonos azt hiszi, „nem működik a reklám” — miközben a landing az igazi szűk keresztmetszet.

Gyakori okok

- Az ajánlat homályos: nem derül ki, mit kap az ügyfél, mennyiért, milyen feltételekkel.
- A fő CTA (hívás, űrlap) nincs előtérben — görgetni kell, mobilon eltűnik.
- Lassú oldal: 3+ másodperc alatt sok látogató lelép (főleg mobilon).
- A hirdetés ígérete más, mint amit a weboldal vagy landing tartalom mutat.
- Nincs bizalomépítő elem: vélemény, garancia, helyi jelenlét, referencia hiányzik.

Gyors javítások — amit 1–2 héten belül megtehetsz

1. Egyetlen fő CTA minden oldalon: Hívj / Írj / Ajánlatkérés — ismételve, nem elrejtve.
2. Hero blokk: kinek szólsz + mit adsz + hol + miért most (egy mondatban, érthetően).
3. Mobil elsőbbség: nagy gombok, kevés zaj, gyors betöltés, rövid űrlap.
4. Üzenet-egyezés: a hirdetés első mondata tükröződjön a landing első képernyőjén.
5. 3 bizalom elem a fold felett: ügyfélvélemény, garancia vagy vállalás, elérhetőség.

TD-AI tipp

TD-AI-nál landing készítésnél nem „szép oldalt” adunk át, hanem konverzióra optimalizált ügyfélszerző felületet — hirdetéssel, méréssel együtt gondolva.



2. HIBA

Nincs mérés — nem tudod, mi hoz ügyfelet

Mit látsz a gyakorlatban?

„Sok a kattintás” — de nem tudod, melyik kampány, hirdetés vagy kulcsszó hozott minőségi érdeklődőt. A Google Ads és a Meta külön világ, összesített érzésből döntesz.

Miért veszélyes ez üzletileg?

Amit nem mérsz, azt nem tudod javítani. Így jó hirdetések is kieshetnek, rosszak maradhatnak — és a havi költség úgy nő, hogy a bevétel nem követi.

Gyakori okok

- Nincs beállítva fő konverzió (űrlap, hívás, foglalás, kosár).
- Google és Meta ugyanazt a „sikert” nézi — pl. csak kattintás vagy megtekintés.
- Telefonhívás nincs mérve: nem látod, hány hívás jött a kampányból.
- Nincs UTM vagy kampányenkénti elkülönítés — összekevered a csatornákat.
- Havi riport helyett érzésből kapcsolsak ki/be kampányokat.

Gyors javítások — amit 1–2 héten belül megtehetsz

1. Válassz 1 fő konverziót (pl. ajánlatkérés vagy kattintás-to-call) és azt optimalizáld.
2. Állíts be hívás- és űrlap eseményeket — Google Tag / Meta Pixel rendesen telepítve.
3. UTM címkék minden kampányhoz: forrás, kampány, hirdetés szinten is.
4. Heti 15 perces rutin: melyik hirdetés hozott üzenetet vagy hívást az elmúlt 7 napban?
5. Kizárás: rossz kulcsszavak, irreleváns közönség, gyenge placementek — spórolás azonnal.

TD-AI tipp

Mérés nélkül nincs skálázás — csak szerencsejáték. TD-AI projekteknél az első hét egyik célja, hogy lássuk: honnan jön a minőségi lead és mennyibe kerül.



3. HIBA

Gyenge utánkövetés — a lead kihúúl

Mit látsz a gyakorlatban?

Jön néhány megkeresés, de sok nem válik ügyféllé. Visszahívnaál, de későn — vagy elfelejtődik. Nincs nyomon követés, ki milyen státuszban van.

Miért veszélyes ez üzletileg?

A lead „meleg” csak rövid ideig. Ha 24–48 órán túl nincs reakció, az ügyfél máshoz fordul. Ilyenkor a hirdetés dolgozott — az értékesítési folyamat dobta el a pénzt.

Gyakori okok

- Nincs visszahívás SLA (pl. 2 órán belül munkaidőben).
- Minden érdeklődő ugyanazt a sablon választ kapja — nincs személyre szabás.
- Nincs emlékeztető: elveszik az e-mail, a Messenger üzenet, a CRM bejegyzés.
- Nem tudod, hány leadból lett ügyfél — a marketing és értékesítés nem beszél össze.
- Nincs follow-up sorozat (2. nap, 5. nap) — egy próbálkozás után leállsz.

Gyors javítások — amit 1–2 héten belül megtehetsz

1. Cél: első reakció 30–120 percen belül munkaidőben (ideális), max. 24 óra.
2. Egyszerű CRM vagy tábla: dátum, forrás, státusz (új / folyamatban / ügyfél / elveszett).
3. 3 lépéses follow-up: 1. nap hívás/üzenet, 2. nap rövid e-mail összefoglaló, 5. nap záró CTA.
4. Sablon helyett 2–3 mondatos személyre szabás: honnan jött, mit keresett, mit ajánlasz.
5. Havi visszanezés: mely forrás hozott fizető ügyfelet — nem csak leadet.

TD-AI tipp

A TD-AI automatizációs csomagok pont ezt a rést zárják be: emlékeztető, státusz, e-mail sorozat — hogy a hirdetésből jövő érdeklődő ne vesszen el.



ÖNELLENŐRZÉS

Melyik a te eseted? — pipáld ki

Jelöld meg, mely állítások igazak rád. Nem baj, ha több pipa van — pont ezért készült ez az útmutató. A lényeg: lásd tisztán, hol van a legnagyobb pénzveszteség.

[] Hirdetés fut, de kevés minőségi megkeresés érkezik

A kattintás nem válik telefonná vagy ajánlatkérésé.

[] Nem tudom, melyik kampány vagy hirdetéscsoport hozott ügyfelet

Nincs rendes konverziómérés vagy UTM rend.

[] A hirdetés üzenete nem egyezik a weboldallal

Más ígéretet adsz, mint amit a landing teljesít.

[] Mobilon lassú vagy nehéz az oldal

A látogató lelép, mielőtt kapcsolatba lépne.

[] Nincs rendszeres visszahívás 24 órán belül

A lead kihűl, az ügyfél máshoz megy.

[] Nem mérem a hívást vagy az űrlapos leadet

Csak a kattintást látom, a bevételt nem.

Ha legalább 2 pipa igaz rád → érdemes ingyenes komplex auditot kérni. Átnézzük együtt a hirdetést, landinget, mérést és utánkövetést.



KÖVETKEZŐ LÉPÉS

Ingyenes komplex audit — kötelezettség nélkül

30 perces egyeztetésen átnézzük a jelenlegi hirdetésedet, landing oldaladat, mérésedet és utánkövetésedet. Kapsz 3 konkrét javítási irányt prioritás sorrendben — hogy a következő hirdetési forint már ügyfelet hozzon, ne csak kattintást.



Tóth Dániel István

TD-AI & Marketing Ügynökség · alapító

+36 30 352 7975

admin@tdaimarketing.com

tdaimarketing.hu/ajanlatkero

Tipp: Írd az e-mail tárgyába: „3 hiba ebook — komplex auditot kérek”. Így gyorsabban priorizáljuk a visszajelzést. Hétvégén is elérhető vagyok.