

YouTube sztárok felhasználása a márkakommunikációban

László Viktória

YouTube Specialist & Community Lead



YouTube sztárok felhasználása a márkakommunikációban

László Viktória

YouTube Specialist & Community Lead



YouTube sztárok felhasználása a márkakommunikációban

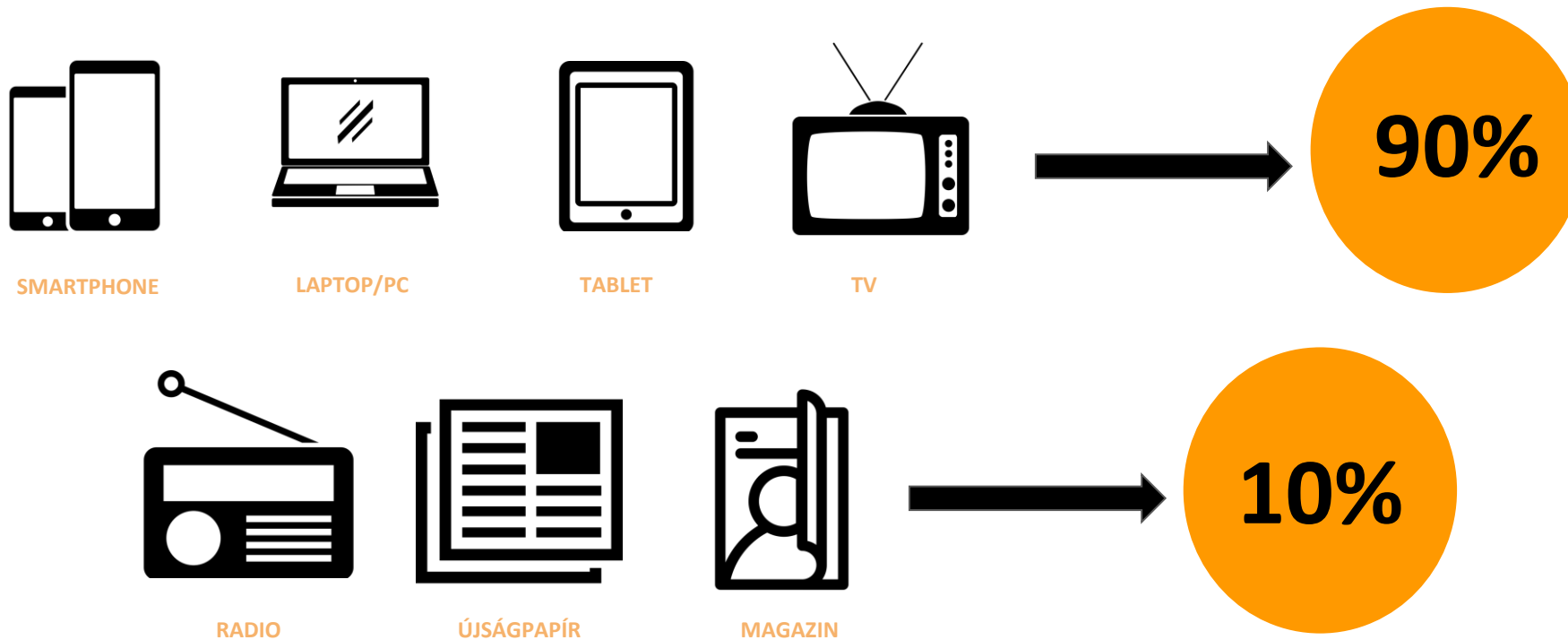
László Viktória

YouTube Specialist & Community Lead





A napi médiafogyasztás a képernyőkön történik





Nagy része a **You Tube**-on

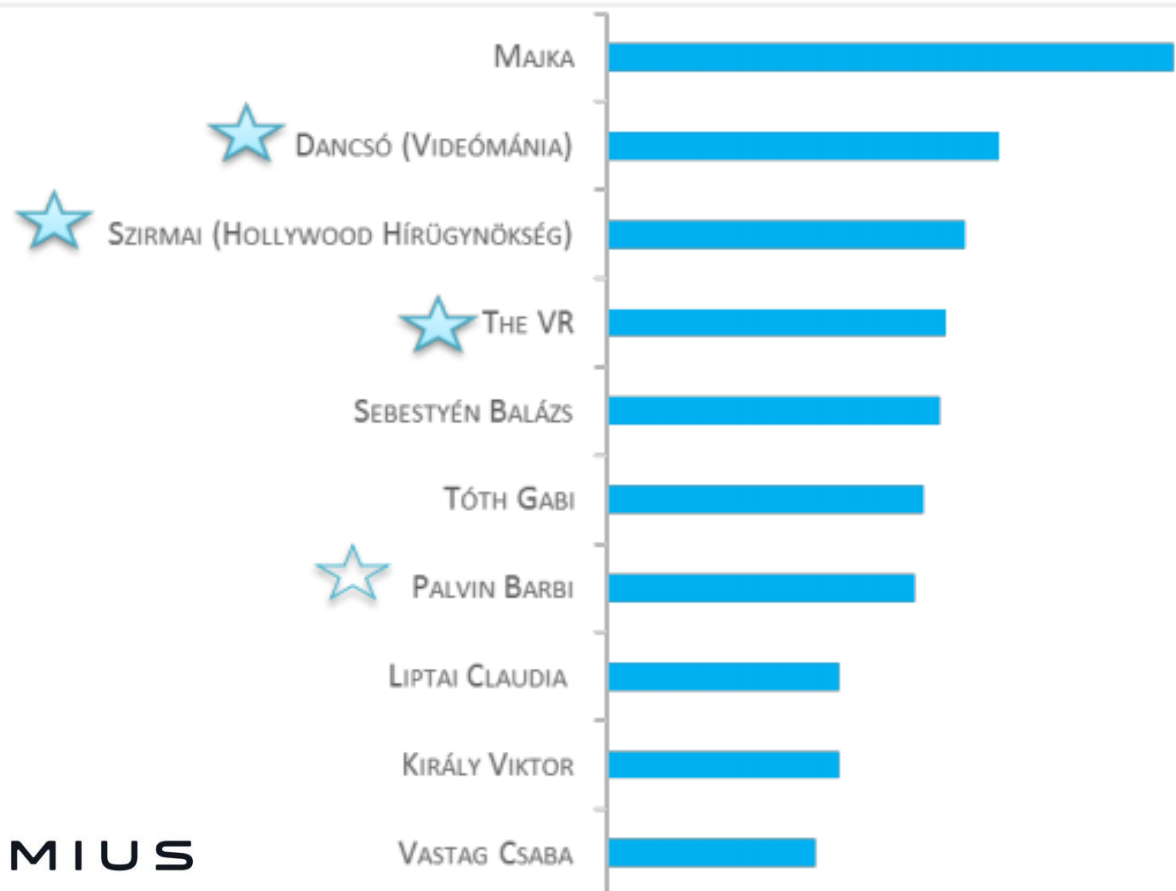
Havonta **1 milliárd felhasználó**

Havonta **6 milliárd videómegtekintés**

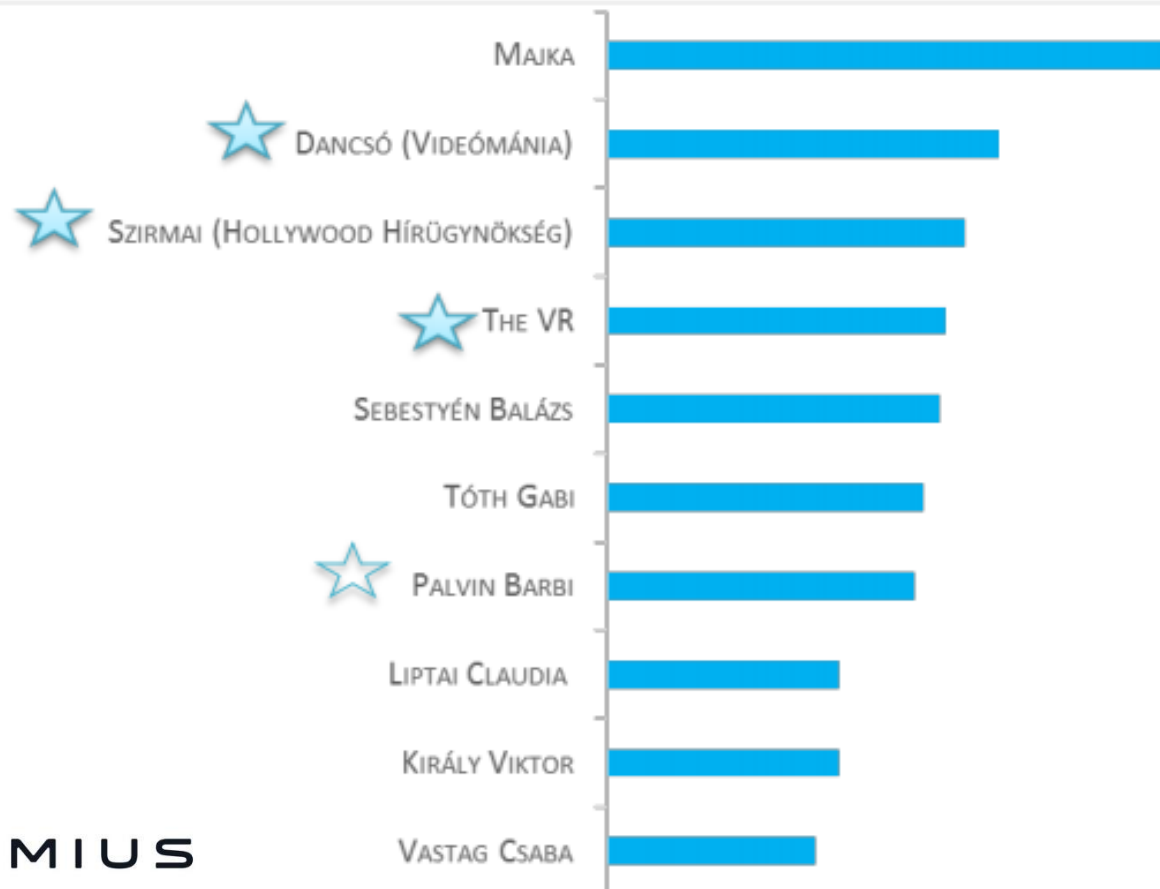
5 millió ember Magyarországról



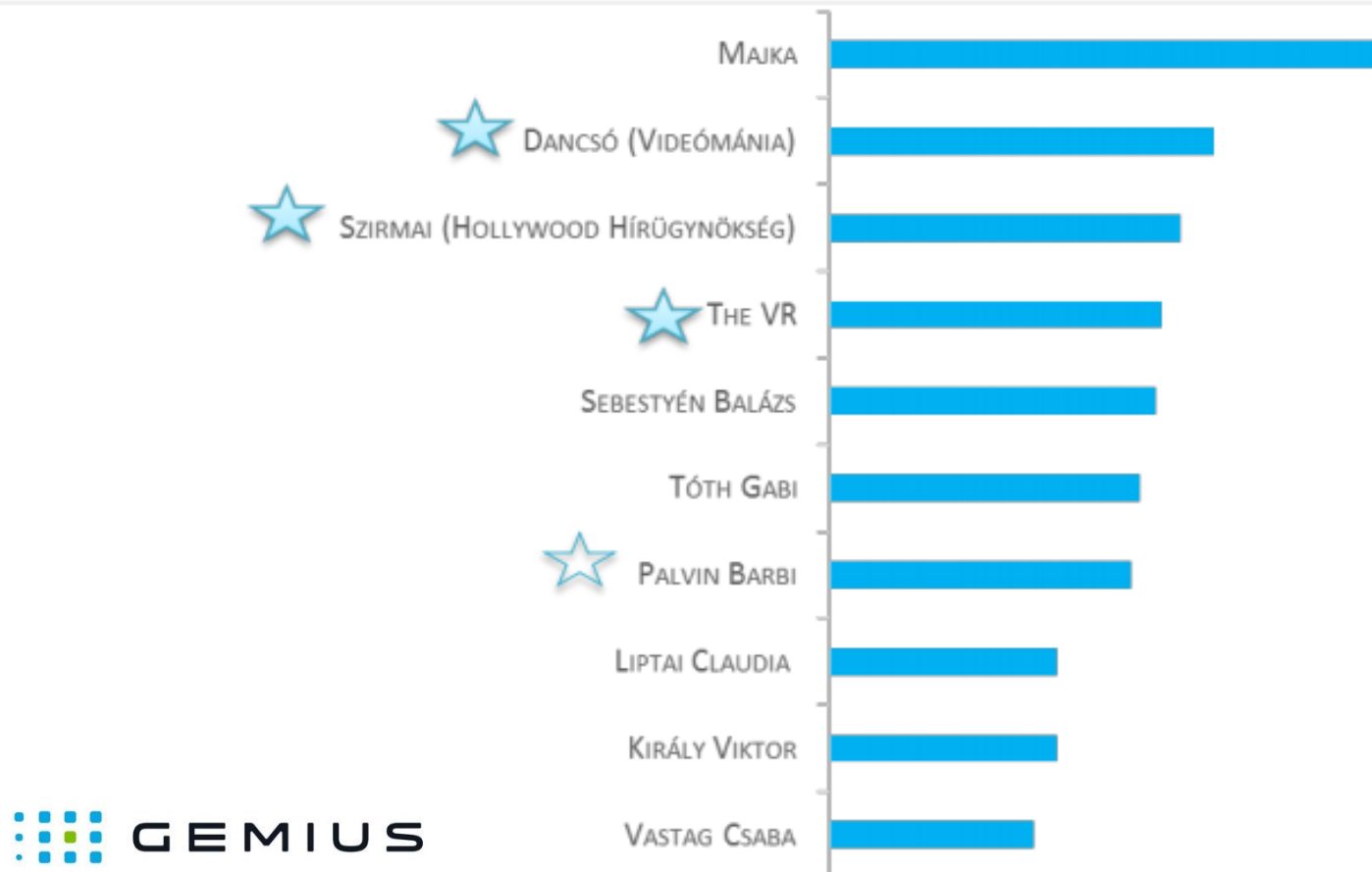
Magyar hírességek spontán említés top10



Magyar hírességek spontán említés top10


 GEMIOUS


Magyar hírességek spontán említés top10



GEMIOUS


YouTube sztárok felhasználása a márkakommunikációban

László Viktória

YouTube Specialist & Community Lead



YouTuberek felhasználása a márkakommunikációban

László Viktória

YouTube Specialist & Community Lead







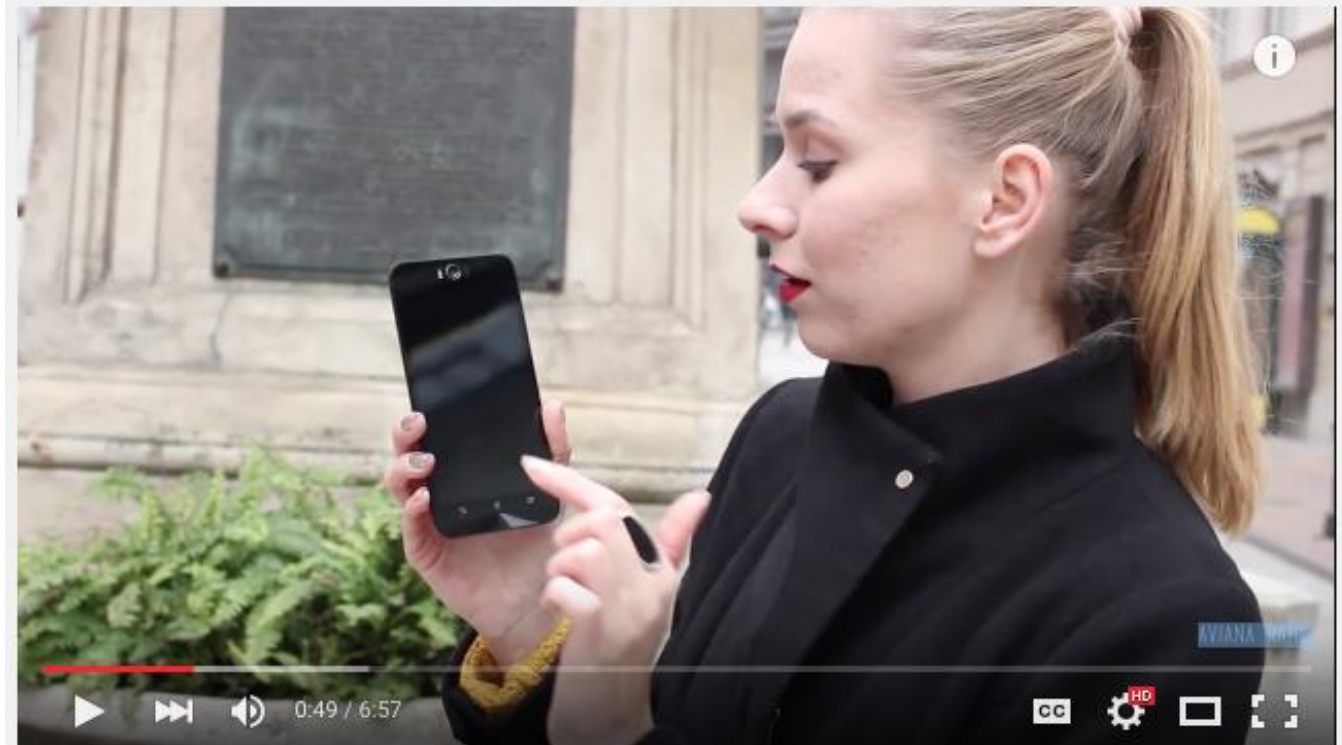
Ügyfél: ASUS

Brief: A Zenfone Selfie telefon népszerűsítése
autentikusan integrálva a csatorna tematikájába

Koncepció: AvianaRahl szelfi témában készített önálló
videót.

Eredmény:

- 2 hét alatt 20.000 megtekintés
 - közel 1000 like
- interakció a közönséggel



BENNE VAGY A VIDEÓMBAN - Mitől jó a #selfie |
AvianaRahl



AvianaRahl



Subscribed



55,922

21,172



Add to



Share



More



952



15





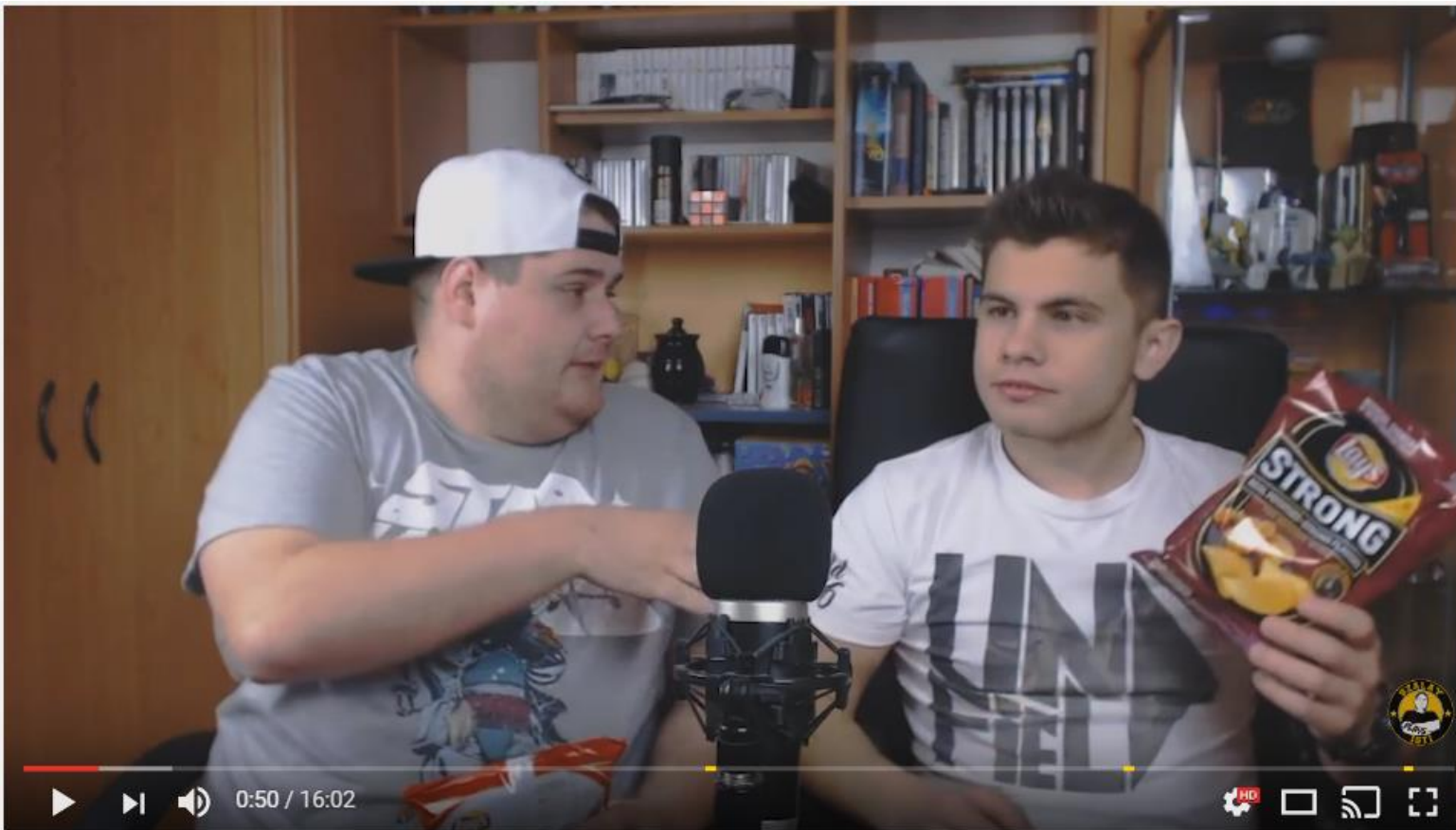
Ügyfél: Lays

Brief: „Jobban ízlik vele a buli a srácokkal!” gaminggel összekapcsolva

Koncepció: Szalay Isti és Unfield gameplay videóban megjeleníti a terméket mini ízteszttel.

Eredmény:

- nagy influencer kisebbik csatornáján megjelenő tartalom
- ugyanaz az arc, kisebb budgetből



ROCKET LEAGUE KOSÁRLABDA 1V1 x UNFIELD



Isti Plays

✓ Subscribed



114,535

29,928 views

+ Add to

Share

... More

830 25





Ügyfél: STR8

Brief: „Oszd meg az igazad!” kampány népszerűsítése vloggerekkel

Koncepció: Több videó is saját képére igazította a megadott témát

Eredmény:

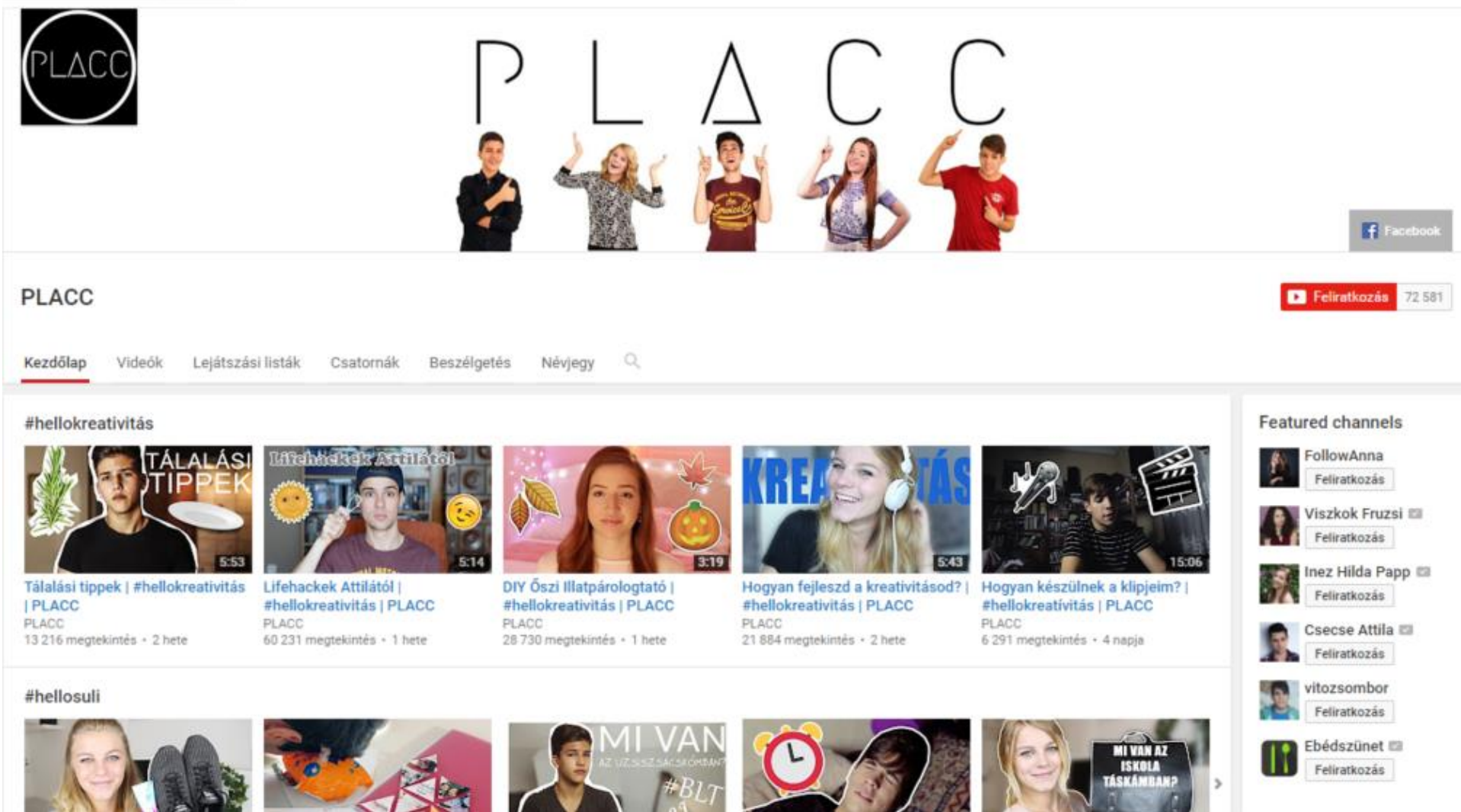
- két héten belül 15.000 megtekintés
- nagy számú nézői interakció





Ügyfél: Central Média csoport

Brief: Egy fiatalos közeg elérésére alkalmas csatorna felépítése már ismert arcokkal a networkünkben



The screenshot shows the YouTube channel page for 'PLACC'. The header features the channel name 'PLACC' in large, stylized letters, with five people standing below each letter. A Facebook link is visible in the top right corner. Below the header, the channel name 'PLACC' is repeated, followed by a red 'Feliratkozás' (Subscribe) button with 72,581 subscribers. The main content area displays a grid of video thumbnails under the hashtag #hellokreativitas. The videos include 'Tálalási tippek', 'Lifehackek Attilától', 'DIY Őszi Illatpárolgató', 'Hogyan fejleszd a kreativitásod?', and 'Hogyan készülnek a klipjeim?'. A sidebar on the right lists 'Featured channels' such as FollowAnna, Viszok Fruzi, Inez Hilda Papp, Csecse Attila, vitozsombor, and Ebédszünet.

Eredmény:

Egy év alatt több
mint 70.000
feliratkozó,
közel 6 milliós
megtekintés





Eredmény:

Folyamatos hirdetőbarát
tartalom már ismert
influencerekkel, kisebb,
de számottevő elérési
számokkal

Készülj el velem! | #hellokarácsony | PLACC



PLACC

 **Subscribe** 76,724

31,757 views

 Add to  Share  More

 1,467  27



YouTuberek felhasználása a márkakommunikációban

László Viktória

YouTube Specialist & Community Lead



Együttműködés YouTuberekkel a sikeres márkakommunikációért

László Viktória

YouTube Specialist & Community Lead

