

Ajánlatból hirdetés

Lépésről lépésre kitölthető munkafüzet, amellyel a kész ajánlatodból használható Facebook- és Instagram-hirdetési alapanyagokat állíthatsz össze.

A VÉGÉRE ELKÉSZÜL

egy kitöltött hirdetési alapanyaglap, 5 különböző megközelítés, rövid és közepes hirdetésszövegek, címek, képszövegek, 2 képi terv, A/B próbaterv és indítás előtti ellenőrzőlap.

Scherzer Marcell - Első Ügyfél

Hirdetés-előkészítő munkacsomag. Nem teljes Meta-hirdetési képzés, és nem garantál kampányeredményt.

A kész ajánlatból legyen használható hirdetés

A hirdetés nem új ajánlat. A meglévő ajánlat legerősebb gondolatát emeli ki.



Mire jó?

Arra, hogy a kitöltött ajánlatodból konkrét, kipróbálható hirdetési alapanyagokat készíts. Segít kiválasztani a fő gondolatot, pontos utasítást adni az AI-nak és átnézni a kész szöveget.

Mire nem jó?

Nem állít be kampányt, nem választ helyetted célzást, és nem ígér jóváhagyást vagy eredményt. Az AI által írt szöveg csak első változat: ellenőrizned, magyárosítanod és valódi próba alapján javítanod kell.

A KÖZPONTI SZABÁLY

Egy hirdetésben egyetlen fő állítás fusson végig. A fő hirdetésszöveg, a cím, a képszöveg és a céloldal nyitó része ugyanazt a gondolatot vigye tovább.

Tisztességes keret

Ne találj ki bizonyítékot, garanciát, sürgősséget, korlátozott elérhetőséget vagy eredményt. Ha valami hiányzik, jelöld hiányként.

Vedd elő azt, amit már kidolgoztál

Minél pontosabb alapanyagot adsz, annál kevesebbet kell az AI-nak találgatnia.

☐

A pontos célcsoportom

☐

Valódi bizonyítékok

☐

A vevő vágyott eredménye

☐

Az ajánlat elemei

☐

A legerősebb vevői akadályok

☐

A valós ár

☐

Az akadályokra adott megoldások

☐

Vállalható garancia - csak ha valóban van

☐

A gyors első eredmény

☐

Valós határidő vagy korlátozott elérhetőség - csak ha van

☐

A saját módszerem vagy folyamatom

☐

A következő lépés és a végleges céloldal

HA VALAMI HIÁNYZIK

Ne töltsd ki találgatással. Írd oda: **HIÁNYZIK**. Az AI-utasítások ezt kérdésként adják vissza, és nem gyártanak helyette kitalált bizonyítékot vagy nem létező ajánlati elemet.

Kinek szól, és melyik helyzetben ismer magára?

Hétköznapi mondatokkal dolgozz. Úgy írd, ahogy a vevő egy ismerősének mondaná.

Kinek szól pontosan az ajánlatod?

szakma, helyzet, szint

Milyen helyzetben ismer magára?

Mit mond vagy gondol most a problémájáról?

szó szerinti mondatok

Milyen eredményt szeretne valójában?

ne csak a szolgáltatást írd

Tipp: bontsd három szintre - mit vesz, mi lesz jobb, és mit jelent ez neki a hétköznapiakban.

Hol akad el, és mit oldasz meg másképp?

Az első öt akadály gyakran sablonos. Az igazán hasznos felismerések sokszor csak ezután jönnek.

Miért nem érte még el az eredményt?

Melyik 3-5 akadályt oldod meg a legjobban?

előtte, közben, utána

Mit csinálsz másképp, mint a versenytársak?

Mi a saját módszered vagy lépéssorod?

név + 3-5 lépés

Mit kap, mitől hihető, és mi legyen a következő lépés?

Mi az első gyors, kézzelfogható eredmény?

Mitől hihető az állításod?

Mit nem ígérsz?

Pontosan mit kap, mennyiért?

Van valós garancia, határidő vagy korlátozott férőhely?

Mi legyen a következő lépés, és hová érkezzen az érdeklődő?

Ismerős helyzetből induló

Mikor használd?

Olyan embereknél, akik még nem ismernek, de a hétköznapi helyzetet azonnal felismerik.

A gondolatmenet

Ismerős helyzet > valódi ok > következmény > új döntési szempont. Nem ijesztget, hanem pontosabban nevezi meg, mi történik.

KITÖLTENDŐ KÉRDÉSEK

1. Melyik hétköznapi mondat jelzi a helyzetet?
2. Mi lehet a felszín mögötti valódi ok?
3. Mi változik, ha ezt kezeli?

Címminta

Ha [ugyanazt mondog], az ügyfél csak [ezt] tudja összehasonlítani.

Képszövegminta

Nem [látzatprobléma] a baj.

Rövid hirdetésszöveg-váz

[Felismerhető helyzet]. Nem feltétlenül [téves ok]. Inkább [valódi ok]. [Ajánlat] abban segít, hogy [kézzelfogható eredmény]. [következő lépés].

Gyakori hiba

Túl általános fájdalommal nyit, vagy közvetlenül ráolvas valamilyen érzékeny tulajdonságot az olvasóra.

SAJÁT VÁLTOZATOD / MEGJEGYZÉSED

MÁSOLHATÓ AI-UTASÍTÁS

Az alábbi kitöltött alapanyaglapból készíts hirdetést, amely egy ismerős helyzetből indul. Válassz egyetlen helyzetet és egyetlen, alátámasztható okot. Add meg: 1) a megközelítés lényegét egy mondatban; 2) egy 55-90 szavas fő hirdetésszöveget; 3) egy rövid címet; 4) egy 3-8 szavas képszöveget; 5) egy természetes következő lépést; 6) egy mondatot, amellyel a céoldal nyitó része folytathatja ugyanezt a gondolatot. Írj természetes, tegező, aktív magyar szöveget. Ne találgass bizonyítékot, garanciát, korlátozott elérhetőséget, sürgősséget vagy eredményt. Ne használd nyitásként: Eleged van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. A hiányzó adatot HIÁNYZIK jelzéssel és egy kérdéssel add vissza. Ne állíts vagy sugallj érzékeny, személyes tulajdonságot az olvasóról. Ne ígérj Meta-jóváhagyást.

ALAPANYAG: [ILLESZD BE A KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAPOT]

Tévhit helyett jobb magyarázat

Mikor használd?

Amikor sokan ugyanazt a kézenfekvő magyarázatot ismétlik, te pedig tudsz helyette hihetőbb és hasznosabb választ adni.

A gondolatmenet

Ismert vélekedés > pontosítás > rövid indok > gyakorlati következmény. Ne csak ellentmondj: segíts jobban érteni a helyzetet.

KITÖLTENDŐ KÉRDÉSEK

1. Melyik félreértést hallod újra és újra?
2. Mi pontosabb ennél?
3. Milyen bizonyíték vagy érvelés támasztja alá?

Címminta

Nem [közismert ok]. Hanem [valódi ok].

Képszövegminta

[Tévhit]? Inkább [új keret].

Rövid hirdetésszöveg-váz

Sokan [tévhit]. Pedig [pontosabb magyarázat]. Ha [rövid indok], akkor [következmény]. Ezért az ajánlatban [megoldás]. [következő lépés].

Gyakori hiba

Csak ellentmond, de nem ad jobb magyarázatot vagy következő lépést.

SAJÁT VÁLTOZATOD / MEGJEGYZÉSED

MÁSOLHATÓ AI-UTASÍTÁS

Készíts hirdetési változatot, amely egy valóban létező tévhitet pontosabb magyarázatra cserél. A tévhit olyan legyen, amit a célcsoport tényleg mondhat. Két rövid mondatban indokold a pontosítást, majd kösd egy konkrét ajánlati elemhez. Add meg: TÉVHIT / PONTOSABB MAGYARÁZAT / 55-90 SZAVAS FŐ HIRDETÉSSZÖVEG / CÍM / 3-8 SZAVAS KÉPSZÖVEG / KÖVETKEZŐ LÉPÉS / CÉLOLDALI FOLYTATÁS. Írj természetes, tegező, aktív magyar szöveget. Ne találj ki bizonyítékot, garanciát, korlátozott elérhetőséget, sürgősséget vagy eredményt. Ne használd nyitásként: Elegend van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. A hiányzó adatot HIÁNYZIK jelzéssel és egy kérdéssel add vissza. Ne állíts vagy sugallj érzékeny, személyes tulajdonságot az olvasóról. Ne ígérj Meta-jóváhagyást.

ALAPANYAG: [ILLESZD BE A KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAPOT]

Saját módszert bemutató

Mikor használd?

Amikor az ajánlatodnak valóban van megnevezhető folyamata, és ettől érthetőbbé vagy hihetőbbé válik.

A gondolatmenet

Vágyott eredmény > akadály > saját módszer > első lépések > gyors első eredmény. Egy hangzatos név önmagában még nem módszer.

KITÖLTENDŐ KÉRDÉSEK

1. Mi a módszer neve?
2. Melyik 3-5 lépésből áll?
3. Mi az első látható vagy érezhető eredmény?

Címminta

[Módszernév]: [lépésszám] lépés [eredmény] felé.

Képszövegminta

A különbség a [lépésnél] kezdődik.

Rövid hirdetésszöveg-váz

[Vágyott eredmény] gyakran [akadálynál] akad el. A [módszernév] ezért előbb [1. lépés], majd [2. lépés]. Az első kézzelfogható eredmény: [konkrétum]. [következő lépés].

Gyakori hiba

Hangzatos nevet ad egy homályos folyamatnak, vagy titkos csodamódszerként állítja be.

SAJÁT VÁLTOZATOD / MEGJEGYZÉSED

MÁSOLHATÓ AI-UTASÍTÁS

Az alapanyaglapból készíts hirdetést, amely a saját módszert mutatja be. Csak az ott szereplő valódi módszernevet és lépéseket használd. Ha nincs név vagy lépéssor, ne találd ki: sorold fel, mi hiányzik. Adj: egy egyszólatos módszermagyarázatot; 70-110 szavas fő hirdetésszöveget; címet; 3-8 szavas képszöveget; következő lépést; valamint egy 3 pontos képi tervet. Írj természetes, tegező, aktív magyar szöveget. Ne találd ki bizonyítékot, garanciát, korlátozott elérhetőséget, sürgősséget vagy eredményt. Ne használd nyitásként: Elegend van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. A hiányzó adatot HIÁNYZIK jelzéssel és egy kérdéssel add vissza. Ne állíts vagy sugallj érzékeny, személyes tulajdonságot az olvasóról. Ne ígérj Meta-jóváahagyást.

ALAPANYAG: [ILLESZD BE A KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAPOT]

Bizonyítékból kiinduló

Mikor használd?

Amikor van valódi, ideillő és megfelelő összefüggésben használható bizonyítékod: bemutató, folyamat, értékelés vagy dokumentált példa.

A gondolatmenet

Állítás > tényleges bizonyíték > korlát vagy háttér > ajánlat. A bizonyíték támassza alá az állítást, ne próbálja elfedni a hiányait.

KITÖLTENDŐ KÉRDÉSEK

1. Melyik állítást kell hihetőbbé tenni?
2. Mi bizonyítja ezt ténylegesen?
3. Milyen korlátot kell mellé kimondani?

Címminta

[Bizonyíték], ami megmutatja: [szűk állítás].

Képszövegminta

Több bizonyíték. Kisebb kockázat.

Rövid hirdetésszöveg-váz

[Konkrét állítás]. Ezt nem nagyobb ígérettel támasztjuk alá, hanem [valódi bizonyítékkal]. Ez [mit mutat] - nem azt, hogy [mit nem bizonyít]. [ajánlat + következő lépés].

Gyakori hiba

Nem kapcsolódó nagy számot tesz fő ígéretté, vagy tipikus eredményként mutat be egyetlen esetet.

SAJÁT VÁLTOZATOD / MEGJEGYZÉSED

MÁSOLHATÓ AI-UTASÍTÁS

Az alapanyaglap bizonyítékaiból készíts tisztességes hirdetést. Előbb írd le, pontosan melyik állítást támasztja alá minden bizonyíték. Amit nem támaszt alá, azt ne állítsd. Add meg: ÁLLÍTÁS / BIZONYÍTÉK / KÖTELEZŐ HÁTTÉR VAGY KORLÁT / 70-110 SZAVAS FŐ HIRDETÉSSZÖVEG / CÍM / KÉPSZÖVEG / KÖVETKEZŐ LÉPÉS. Írj természetes, tegező, aktív magyar szöveget. Ne találj ki bizonyítékot, garanciát, korlátozott elérhetőséget, sürgősséget vagy eredményt. Ne használd nyitásként: Eleged van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. A hiányzó adatot HIÁNYZIK jelzéssel és egy kérdéssel add vissza. Ne állíts vagy sugallj érzékeny, személyes tulajdonságot az olvasóról. Ne ígérj Meta-jóváhagyást.

ALAPANYAG: [ILLESZD BE A KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAPOT]

Ajánlatot és árat bemutató

Mikor használd?

Olyanoknál, akik már találkoztak veled, vagy amikor az ajánlat és az ár önmagában is világos döntési információ.

A gondolatmenet

Kinek szól > mit kap > mennyi idő vagy munka > ár > összeinte korlát > következő lépés. Csak valós ajánlati elemmel dolgozik.

KITÖLTENDŐ KÉRDÉSEK

1. Pontosán mit kap?
2. Mennyiért és milyen fizetési kerettel?
3. Mi az, amit ettől még nem kap meg?

Címminta

[Eredményhez vezető csomag] - [ár], [fizetési mód].

Képszövegminta

[Darabszám] elem. [Ár]. Tiszta keret.

Rövid hirdetésszöveg-váz

[Célcsoportnak] készült [ajánlat]. Benne: [3 elem]. Ár: [valós ár]. Nem [túlzó ígéret], hanem [kézzelfogható végtermék]. [következő lépés].

Gyakori hiba

Az ár mellől lemarad a tartalom, vagy a csomag többet ígér, mint amit ténylegesen ádad.

SAJÁT VÁLTOZATOD / MEGJEGYZÉSED

MÁSOLHATÓ AI-UTASÍTÁS

Írj ajánlat- és árközpontú hirdetést az alapanyaglap alapján. Az árat, a fizetési módot, a tartalmat és a korlátokat pontosan az alapanyagból vedd. Add meg: 1) 45-75 szavas fő hirdetésszöveg; 2) cím; 3) rövid kiegészítő leírás; 4) 3-8 szavas képszöveg; 5) következő lépés; 6) ellenőrző sor arról, hogy minden említett ajánlati elem megtalálható-e a céloldalon. Írj természetes, tegező, aktív magyar szöveget. Ne találj ki bizonyítékot, garanciát, korlátozott elérhetőséget, sürgősséget vagy eredményt. Ne használd nyitásként: Elegend van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. A hiányzó adatot HIÁNYZIK jelzéssel és egy kérdéssel add vissza. Ne állíts vagy sugallj érzékeny, személyes tulajdonságot az olvasóról. Ne ígérj Meta-jóváhagyást.

ALAPANYAG: [ILLESZD BE A KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAPOT]

Másold, illeszd be, ellenőrizd, javítsd

Nem kell szakértőnek lenned. A pontos alapanyag és az alapos ellenőrzés a fontos.

1

Másold ki az utasítást

A teljes blokkot másold, ne csak a címét.

2

Illeszd be az alapanyaglapot

Az ALAPANYAG helyére tedd a 4-6. oldalon kitöltött válaszaidat.

3

Nézd meg, mit jelölt hiányként

Pótold a valódi adatot. Ne kérd az AI-t, hogy találja ki.

4

Olvasd fel, és magyarosítsd

Húzd ki, amit szóban nem mondanál. Egyszerűsítsd a hosszú mondatokat.

AZ AI NEM FORRÁS

Ellenőrizd külön az árat, a garanciát, a bizonyítékot, a határidőt, a hivatkozást és minden számszerű állítást. A Meta a hirdetés képe és szövege mellett a céldalt is vizsgálhatja, a jóváhagyás pedig nem ígérhető előre.

Öt különböző hirdetési megközelítés

MÁSOLÁSRA KÉSZ AI-UTASÍTÁS

Te egy tisztességesen dolgozó magyar reklámszövegíró vagy. Az alábbi kitöltött hirdetési alapanyaglapból dolgozz ki pontosan öt, egymástól valóban különböző megközelítést: 1) ismerős helyzetből induló; 2) tévhit helyett jobb magyarázatot adó; 3) saját módszert bemutató; 4) bizonyítékból kiinduló; 5) ajánlatot és árat bemutató.

Mindegyiknél add meg ebben a sorrendben: 1. MEGKÖZELÍTÉS NEVE; 2. KINEK SZÓL; 3. FELISMERHETŐ HELYZET; 4. FŐ ÁLLÍTÁS egy mondatban; 5. MIÉRT HIHETŐ; 6. KITÖLTÖTT CÍMMINTA; 7. 3-8 SZAVAS KÉPSZÖVEG; 8. 45-75 SZAVAS HIRDETÉSSZÖVEG-VÁZ; 9. KÖVETKEZŐ LÉPÉS; 10. CÉLOLDALI FOLYTATÁS egy mondatban.

Írj természetes, tegező, aktív magyar mondatokat. Az öt változat ne ugyanannak a szövegnek öt átfogalmazása legyen. Ne találj ki bizonyítékot, értékelést, garanciát, eredményt, árat, korlátozott elérhetőséget vagy sürgősséget. A hiányzó adat helyén írd: HIÁNYZIK, majd tegyél fel egy pontos kérdést. Ne használd nyitásként: Elegend van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. Ne sugallj érzékeny vagy személyes tulajdonságot az olvasóról. Ne állítsd, hogy a Meta jóváhagyja a hirdetést.

KITÖLTÖTT HIRDETÉSI ALAPANYAGLAP:
[ILLESZD BE IDE]

Végző ellenőrzés: minden konkrét állítást hasonlíts össze a saját alapanyaglapoddal és céldoldaladdal.

Rövid és közepes hirdetésszövegek

MÁSOLÁSRA KÉSZ AI-UTASÍTÁS

Az alábbi kitöltött alapanyaglapból és a kiválasztott hirdetési megközelítésből írd Facebook- és Instagram-hirdetésszövegeket.

KÉRT EREDMÉNY: A) öt rövid változat, egyenként 35-65 szó; B) öt közepes változat, egyenként 90-140 szó. Minden változat előtt add meg: NYITÓMONDAT / FŐ ÁLLÍTÁS / ALÁTÁMASZTÁS / KÖVETKEZŐ LÉPÉS. A közepes változat ne a rövid változat egyszerűen felhígított változata legyen. Váltogasd a kiindulópontot: ismerős helyzet; tévhit; saját módszer; gyors első eredmény; őszinte mit-nem-ígérünk keret.

Írd természetes, tegező, aktív magyar szöveget. Használj rövid bekezdéseket, és egy hirdetésben egyetlen fő állítást vigyél végig. Ne találj ki bizonyítékot, garanciát, eredményt, árat, korlátozott elérhetőséget vagy sürgősséget. Ha adat hiányzik, írd: HIÁNYZIK, és kérdezz vissza. Ne használd nyitásként: Eleged van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. Ne olvass rá érzékeny vagy személyes tulajdonságot az olvasóra. Ne ígérj Meta-jóváhagyást.

KIVÁLASZTOTT MEGKÖZELÍTÉS:
[ILLESZD BE]

KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAP:
[ILLESZD BE]

Végso ellenőrzés: minden konkrét állítást hasonlíts össze a saját alapanyaglapoddal és céloldaladdal.

Címek, kiegészítő leírások és képszövegek

MÁSOLÁSRA KÉSZ AI-UTASÍTÁS

Az alábbi kitöltött alapanyaglap és két kiválasztott hirdetési megközelítés alapján készíts szövegelemeket Meta-hirdetésekhöz.

KÉRT EREDMÉNY: 1) 15 CÍM - mindegyik önálló, konkrét és természetes; 2) 8 KIEGÉSZÍTŐ LEÍRÁS - röviden támassza alá a címet, de ne ismételje szó szerint; 3) 15 KÉPSZÖVEG - mindegyik 3-8 szavas és telefonon is gyorsan olvasható; 4) 5 PÁROSÍTÁS - rendelj egymáshoz címet, kiegészítő leírást és képszöveget, majd egy mondatban írd le, hogyan viszik tovább ugyanazt a gondolatot.

Ha az alapanyag alátámasztja, használd ezeket a gondolatmeneteket is: ha mindenki ugyanazt mondja, csak az ár marad; a konkurencia a piac bizonyítéka; az igazán értékes különbség gyakran a kevésbé nyilvánvaló akadályoknál kezdődik; ne az árat vidd le, hanem az értéket emeld; gyors első eredmény; több bizonyíték, kisebb kockázat; kevesebb munka a vevőnek; őszinte mit-nem-ígérek keret.

Ne találj ki adatot, eredményt, bizonyítékot, garanciát, korlátozott elérhetőséget vagy sürgősséget. A hiányzó adatot jelöld. Ne használd a sablonos nyitásokat: Eleged van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. Ne ígérj jóváhagyást.

KIVÁLASZTOTT MEGKÖZELÍTÉSEK:
[ILLESZD BE]

KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAP:
[ILLESZD BE]

Végso ellenőrzés: minden konkrét állítást hasonlíts össze a saját alapanyaglapoddal és céloldaladdal.

Helyi és tudásalapú szolgáltatói változatok

MÁSOLÁSRA KÉSZ AI-UTASÍTÁS

Készíts ugyanabból az alapanyaglapból két külön nyelvi és példaváltozatot: A) HELYI SZOLGÁLTATÓ; B) TUDÁSALAPÚ SZOLGÁLTATÓ. Ne egyszerűen cseréld ki a szakmaneveket.

A helyi változatban emeld ki, ha igaz: időpont, felmérés, fix vagy tételes ajánlat, tisztaság, helyszíni folyamat, utókövetés. A tudásalapú változatban emeld ki, ha igaz: helyzetfeltárás, világos keretek, időigény, két alkalom közötti támogatás, mérhetőség, utánpótlás.

Mindkét változathoz adj: egy központi megközelítést; két rövid, 40-70 szavas hirdetésszöveget; egy közepes, 90-130 szavas hirdetésszöveget; öt címet; három kiegészítő leírást; öt darab 3-8 szavas képszoveget; két képi ötletet 1:1 és 4:5 képarányra; egy következő lépést; egy mondatot arról, hogyan folytassa ezt a céoldal.

Természetes, tegező, aktív magyar nyelvet használj. Ne találgass bizonyítékot, garanciát, eredményt, árat, korlátozott elérhetőséget vagy sürgősséget. Ami hiányzik, azt HIÁNYZIK jelzéssel add vissza. Kerüld: Eleged van?, Készen állsz?, Fedezd fel, Forradalmi, Ne maradj le. Ne állíts személyes vagy érzékeny tulajdonságot az olvasóról.

KITÖLTÖTT ALAPANYAGLAP:
[ILLESZD BE]

Végző ellenőrzés: minden konkrét állítást hasonlíts össze a saját alapanyaglapoddal és céoldaladdal.

Nyelvi és tartalmi ellenőrzés

MÁSOLÁSRA KÉSZ AI-UTASÍTÁS

Ellenőrizd az alábbi kész hirdetéseket és a céloldal nyitó szövegét. Ne írd meg mindent automatikusan újra. Előbb nevezd meg a hibát, majd csak a hibás részt javítsd.

Adj táblázatot ezekkel az oszlopokkal: ELEM / EREDETI RÉSZ / PROBLÉMA / KOCKÁZAT 1-3 / JAVASOLT JAVÍTÁS / MIÉRT JOBB. Ellenőrizd: természetes magyar nyelv; következetes tegezés; aktív igék; egy változatban egy fő állítás; pontos célcsoport; felismerhető helyzet; konkrét kívánt eredmény; érthető módszer; valódi bizonyíték; valós ár és ajánlati elemek; nincs kitalált garancia, sürgősség vagy korlátozott elérhetőség; nincs garantált ügyfél-, bevétel- vagy kampányeredmény; világos a következő lépés; a képszöveg 3-8 szavas; a hirdetés ígérete folytatódik a céloldal nyitó részén; a céloldal alá tudja támasztani a hirdetés állításait; nincs érzékeny vagy személyes tulajdonság ráolvasva az olvasóra.

A végén adj: 1) INDÍTHATÓ / JAVÍTANDÓ / NEM INDÍTHATÓ minősítést; 2) a három legfontosabb javítást; 3) a hiányzó adatok listáját. Ne írd meg Meta-jóváhagyást.

HIRDETÉSEK:
[ILLESZD BE]

A CÉLOLDAL NYITÓ RÉSZÉ:
[ILLESZD BE]

Végző ellenőrzés: minden konkrét állítást hasonlíts össze a saját alpanyaglapoddal és céloldaladdal.

25 hirdetési címminta

1

Ha ugyanazt mondod, mint [kik], csak [mi] marad.

Példa: Ha ugyanazt mondod, mint a másik öt klímás, csak az ár marad.

2

Nem [kézenfekvő ok] okozza. Hanem [valódi ok].

Példa: Nem a konkurencia okozza. Hanem az, hogy nem látszik a különbség.

3

Az igazi különbség a [sorszám]. akadálynál látszik.

Példa: Az igazi különbség a hatodik akadálynál látszik.

4

Ne [árengedmény]. [értéknövelés].

Példa: Ne az árat vidd le. Az értéket vidd fel.

5

Már [idő] alatt megkapod: [gyors első eredmény].

Példa: Már 24 órán belül megkapod a fix, tételes ajánlatot.

6

Több [bizonyíték]. Kisebb [kockázat].

Példa: Több konkrétum. Kisebb döntési kockázat.

7

Kevesebb [munka]. Tisztább [eredmény].

Példa: Kevesebb szervezés. Tisztább következő lépés.

8

[Darabszám] akadály. Egy [jobb végtermék].

Példa: 20 akadály. Egy olyan ajánlat, amit nehezebb összekeverni a többivel.

9

Ugyanaz a [szolgáltatás]. Másképp összeállított ajánlat.

Példa: Ugyanaz a klíma. Másképp összeállított ajánlat.

10

Mit kapsz [ár]-ért? [konkrét végtermék].

Példa: Mit kapsz 1 990 Ft-ért? Egy kész hirdetési alapsomagot.

11

Nem ígérem [túlzás]. Azt igen: [végtermék].

Példa: Nem ígérem, hogy ettől lesz ügyfeled. Azt igen: lesz mit kipróbálnod.

12

Miért csúszik [helyzet] mindig az árra?

Példa: Miért csúszik öt hasonló ajánlat mindig az árra?

13

Amit eladsz: [szolgáltatás]. Amit megvesz: [vágó].

Példa: Amit eladsz: coaching. Amit megvesz: tisztább következő lépés.

25 hirdetési címminta

14

Előtte, közben és utána: [szám] bizonytalanság.

Példa: Előtte, közben és utána: kilenc bizonytalanság, amire válaszolunk.

15

[Vevői mondat] - erre válaszol [ajánlati elem].

Példa: Mi van, ha újra elakadok? - erre válaszol az utánkövetés.

16

A [bónusz] nem ráadás. Ezt oldja meg: [akadály].

Példa: A beállítási útmutató nem ráadás. A fogyasztással kapcsolatos bizonytalanságot oldja meg.

17

Előre ismert [döntési adat]. Kevesebb [félelem].

Példa: Előre ismert időablak. Kevesebb szervezési bizonytalanság.

18

Nem kell [szaktudás]. Kell [bemenet].

Példa: Nem kell szövegírónak lenned. Kell egy kitöltött ajánlat.

19

[A vagy B]? Előbb ezt tisztázd.

Példa: Coaching vagy tanácsadás? Előbb ezt tisztázd.

20

[Módszernév]: [lépésszám] lépés [eredmény] felé.

Példa: Akadálytérkép: három szakasz egy jobb ajánlat felé.

21

A vevő nem több [dolgot] akar, hanem kevesebb [terhet].

Példa: A vevő nem több tananyagot akar, hanem kevesebb felesleges munkát.

22

A [ár] akkor tűnik soknak, ha [hiány].

Példa: A magasabb ár akkor tűnik soknak, ha nincs mellette több döntési érv.

23

Mi történik [szolgáltatás] után? [megoldás].

Példa: Mi történik a hatodik alkalom után? Jön a 30 napos terv.

24

[Célcsoport] ajánlata [kézzelfogható különbséggel].

Példa: Klímás ajánlat fix árral, időablakkal és tiszta átadással.

25

Egy tiszta próba: [megközelítés A] vagy [megközelítés B]?

Példa: Egy tiszta próba: akadályból vagy gyors első eredményből induljunk?

25 rövid képszöveg minta

1

Nem [látszatprobléma] okozza

Példa: Nem a konkurencia okozza

2

Ugyanazt mondod, mint [kik]?

Példa: Ugyanazt mondod, mint a többiek?

3

Az árverseny [hol] kezdődik

Példa: Az árverseny az ajánlatnál kezdődik

4

Ne [ezt] vidd le

Példa: Ne az árat vidd le

5

[Szám] akadály. Egy [eredmény].

Példa: 20 akadály. Egy jobb ajánlat.

6

A különbség a [sorszám]. akadálynál

Példa: A különbség a hatodiknál

7

[Idő]. Egy [végtermék].

Példa: 90 perc. Egy ajánlatváz.

8

A [díz] nem menti meg

Példa: A logó nem menti meg

9

A vevő nem több [mit] akar

Példa: A vevő nem több videót akar

10

Ugyanaz a [szolgáltatás]. Más ajánlat.

Példa: Ugyanaz a klíma. Más ajánlat.

11

A [piaci tény] jó hír

Példa: A konkurencia jó hír

12

Több [érték], nem több [engedmény]

Példa: Több érv, nem több kedvezmény

13

[Döntési adat] előre

Példa: Fix, tételes ár előre

Képszövegek és természetes következő lépések

14

Kevesebb [munka] a vevőnek
Példa: Kevesebb szervezés a vevőnek

15

Az első gyors [eredmény]
Példa: Az első gyors tisztánlátás

16

Előtte. Közben. [utána].
Példa: Előtte. Közben. Utána.

17

[Bizonyíték], nem nagyobb ígéret
Példa: Konkrétum, nem nagyobb ígéret

18

Mit nem ígérek
Példa: Mit nem ígérek

19

[Félelem] nélkül
Példa: Meglepetésár nélkül

20

[Módszernév] röviden
Példa: Az akadálytérkép röviden

21

A [bónusz] egy akadályt old meg
Példa: A bónusz egy akadályt old meg

22

Egy hirdetés. Egy [állítás].
Példa: Egy hirdetés. Egy állítás.

23

[Mi] marad az ár helyett?
Példa: Mi marad az ár helyett?

24

[Szám] ok a nemre
Példa: Kilenc ok a nemre

25

Tiszta [próba]. Hasznos [tanulság].
Példa: Tiszta próba. Hasznos tanulság.

10 MINTA A KÖVETKEZŐ LÉPÉSHEZ

Nézd meg [mit]
Nézd meg a teljes folyamatot

Kérd [mit]
Kérd a tételes ajánlatot

Töltsd ki [mit]
Töltsd ki a hirdetési alapanyaglapot

Foglalj [mit]
Foglalj felmérési időpontot

Olvasd el [mit]
Olvasd el, mit nem ígérünk

Hasonlítsd össze [mit]
Hasonlítsd össze a két megoldást

Kezdd [mivel]
Kezdd az első akadállyal

Írd meg [mit]
Írd meg, hol akadtál el

Válaszd ki [mit]
Válaszd ki az első megközelítést

Vidd tovább [mivel]
Vidd tovább egy tiszta próbával

A példa: helyi szolgáltató - klímás

Kitöltött alapanyag

Vágy: nyáron is kibíráható legyen otthon. Akadályok: választási bizonytalanság; meglepetésár; időpont; kosz vagy falrongálás; fogyasztás; meghibásodás utáni segítség. Minta-megoldások: felmérés; fix, tételes ajánlat; foglalható időablak; letakarás és takarítás; beállítási útmutató; visszahívási folyamat.

Választott megközelítés

Ismerős helyzetből induló + saját módszert bemutató. Fő állítás: a klímaválasztás nem egyetlen műszaki döntés, hanem több bizonytalanság együtt.

FŐ HIRDETÉSSZÖVEG

Egy klímatelepítésnél nem csak az a kérdés, melyik készülék kerüljön a falra. Ott van az ár, az időpont, a kosz, a fogyasztás és az is, mi történik, ha később gond adódik. Ebben a mintaajánlatban ezért a felmérést fix, tételes ajánlat, előre foglalható időablak, tiszta munkaterület és érthető beállítási útmutató követi. Nem ígérünk meglepetések nélküli életet. Azt mutatjuk meg előre, mire lehet számítani a folyamatban. Kérd a felmérés részleteit.

CÍM Nem egy klímát választasz. Egy kiszámítható folyamatot.

KIEGÉSZÍTŐ LEÍRÁS Felmérés, tételes ajánlat és tiszta következő lépés.

KÉPSZÖVEG A meglepetésár nem extra

KÖVETKEZŐ LÉPÉS Kérd a felmérés részleteit

RÖVID KÉPI TERV

4:5 arányú állókép. Fő állítás: több bizonytalanság, egy tisztább folyamat. Látvány: hat egyszerű címke egy függőleges úton. Ellentét: kusza kérdések > rendezett lépések. Ne kerüljön rá ár vagy garancia, ha nincs megerősítve.

B példa: tudásalapú szolgáltató - coach

Kitöltött alapanyag

Vágy: tisztábban látni a következő lépést. Akadályok: coaching, terápia vagy tanácsadás; korábbi rossz tapasztalat; időigény; elakadás két alkalom között; visszacsúszás; a változás mérhetősége. Minta-megoldások: előzetes tájékoztató; pontos keretek; köztes kérdéssor; utánkövető terv; önértékelő skála.

Választott megközelítés

Őszinte keret + saját módszer. Fő állítás: előbb tisztázd, milyen segítségre van szükség; csak utána válassz folyamatot.

FŐ HIRDETÉSSZÖVEG

Coaching, terápia vagy tanácsadás? A három nem ugyanaz, és nem minden helyzetre ugyanaz a jó következő lépés. Ez a minta egy 6 alkalmas coaching folyamatot mutat be tiszta keretekkel: előre látható időigény, rövid feladat a két alkalom közé, köztes kérdéssor és a végén utánkövető terv. Nem ígéri, hogy néhány beszélgetés mindent megold. Azt teszi átláthatóvá, hogyan dolgoztok, mit kell hozzátenned, és mikor érdemes más típusú segítséget választani. Nézd meg a folyamat kereteit.

CÍM	Előbb tisztázd, milyen segítség kell
KIEGÉSZÍTŐ LEÍRÁS	6 alkalmas coaching folyamat, előre látható keretekkel.
KÉPSZÖVEG	Coaching, terápia vagy tanácsadás?
KÖVETKEZŐ LÉPÉS	Nézd meg a folyamat kereteit

RÖVID KÉPI TERV

1:1 arányú négyzetes kép. Fő állítás: előbb a megfelelő segélytípust tisztázd. Látvány: három útjelző - coaching / terápia / tanácsadás. Ellentét: összemossott fogalmak > világos választás. Ne használjon diagnózist vagy sérülékeny személyes állítást.

Képi tervlap - 1x1

Egyetlen fő állítás

Képre kerülő 3-8 szavas szöveg

Képi ötlet

Mit látunk a képen?

Mi adja a világos ellentétet?

Mi ne kerüljön rá?

Hogyan kapcsolódik a fő hirdetésszöveghez?

Hogyan kapcsolódik a céloldal nyitó részéhez?

Képi tervlap - 4x5

Egyetlen fő állítás

Képre kerülő 3-8 szavas szöveg

Képi ötlet

Mit látunk a képen?

Mi adja a világos ellentétet?

Mi ne kerüljön rá?

Hogyan kapcsolódik a fő hirdetésszöveghez?

Hogyan kapcsolódik a céloldal nyitó részéhez?

Egyszerre csak egy fő változót módosíts

MIT HASONLÍTASZ ÖSSZE?

- ☐ Hirdetési megközelítés ☐ Nyitómondat vagy képszöveg ☐ Bizonyíték ☐ Képi elképzelés

A változat

B változat - csak a fenti változó térjen el

Mit tartasz változatlanul?

Milyen jelből tanulsz?

Mikor és milyen adatokkal nézed át?

Következő döntés

Ne változtasd egyszerre a megközelítést, a képet és a bizonyítékot: különben nem tudod, mi okozta a különbséget.

Indítás előtti ellenőrzőlap

☐ Egyértelmű, kinek szól

☐ Nincs garantált ügyfél- vagy bevételígéret

☐ Felismerhető a probléma

☐ Világos a következő lépés

☐ Konkrét a kívánt eredmény

☐ A képszöveg mobilon olvasható

☐ Érthető a saját módszer

☐ Egy változatban egyetlen fő állítás van

☐ Nincs kitalált bizonyíték

☐ A hirdetés és a céloldal ugyanazt az ígéretet folytatja

☐ Nincs hamis sürgősség vagy korlátozott elérhetőség

☐ A hirdetés állításait a céloldal alá tudja támasztani

A HÁROM LEGFONTOSABB JAVÍTÁS INDÍTÁS ELŐTT

A VÉGLEGES CÉLOLDAL CÍME

Ha egy állítás nem támasztható alá, ne puhítsd. Vedd ki, vagy szerezz hozzá valódi bizonyítékot.

Melyik megközelítéssel érdemes kezdened?

Pontozás: 0 = nincs alapanyag, 1 = részben van, 2 = erős és ellenőrizhető.

MEGKÖZELÍTÉS	AKKOR ERŐS, HA...	PONT
Ismerős helyzet	Van szó szerinti vevői mondatod és egy konkrét helyzeted. Ne ezt válaszd, ha csak egy tág problémát tudsz megnevezni.	
Tévhit pontosítása	Van gyakran hallott félreértés és jobb, bizonyítható magyarázatod. Ne csak a feltűnés kedvéért mondj ellent.	
Saját módszer	Van valódi, 3-5 lépéses folyamatod. Egy hangzatos név lépések nélkül még nem elég.	
Bizonyíték	Van az állításhoz közvetlenül kapcsolódó példa, bemutató, értékelés vagy adat, megfelelő háttérrel.	
Ajánlat és ár	Tiszta a csomag, az ár, a korlát és a következő lépés. Különösen jó, ha már találkoztak veled.	

Ha két megközelítés azonos pontot kap, azzal indulj, amelyikhez kevesebb feltételezés és több közvetlen bizonyíték kell.

EZZEL KEZDEK

AZÉRT, MERT...

10 perces magyarosító ellenőrzés

Öt perc, öt húzás

1. Olvasd fel hangosan.
2. Húzd alá az egyetlen fő állítást.
3. Karikázd be a számokat és bizonyítékokat.
4. Cseréld a főnévi körmondatokat aktív igékre.
5. Írd le pontosan, mi történik a következő lépésben.

Fordításszagúból természetes

Személyre szabott megoldást biztosítunk.

Így jobb: Előbb feltérképezzük, hol akadsz el, majd erre építjük a következő lépést.

Komplex támogatási folyamat.

Így jobb: Hat alkalom, köztes kérdéssor és egy záró terv.

Kattints a részletekért.

Így jobb: Nézd meg, hogyan zajlik a felmérés.

A META MEZŐNEVEI MAGYARUL

Primary text > fő hirdetésszöveg

Call to action (CTA) > következő lépés

Headline > cím

Creative > hirdetési kép vagy videó

Description > kiegészítő leírás

Landing page > céloldal

MAGYAROSÍTÓ AI-UTASÍTÁS

Az alábbi hirdetésszöveget ne díszítsd, és ne írd újra a semmiből. Szerkeszd természetes, beszélt magyarra. 1) Tartsd meg az egyetlen fő állítást. 2) Bontsd rövidebbre a nehéz mondatokat. 3) Cseréld az üres jelzőket konkrétumokra, de csak akkor, ha az alapanyagban szerepelnek. 4) Használj aktív igéket. 5) Húzd ki az ismétlést és a fordításszagú fordulatokat. 6) A következő lépésből derüljön ki, mi történik utána. 7) Ne találj ki új állítást, bizonyítékot, eredményt, árat vagy határidőt. Előbb add vissza a javított szöveget, majd legfeljebb öt pontban sorold fel, mit változtattál és miért.

JAVÍTANDÓ SZÖVEG:
[ILLESZD BE]

Most egyetlen megközelítéssel indulj

Ne próbálj egyszerre mindent elmondani.

- 1 **Töltsd ki az alapanyaglapot.**
- 2 **Válassz egyetlen megközelítést.**
- 3 **Futtasd le a hozzá tartozó AI-utasítást.**
- 4 **Olvasd fel, ellenőrizd és magyarosítsd.**
- 5 **Indíts egy tiszta összehasonlítást.**
- 6 **Valódi visszajelzés alapján javíts tovább.**

A kész hirdetés még nem eredmény. Egy világos feltevés, amit valódi emberek előtt kell kipróbálnod.

FELHASZNÁLT KÜLSŐ FORRÁSOK

Meta for Business: Tailored Campaigns - a fő szöveg, a cím, a kiegészítő leírás, a gomb és az 1:1, illetve 4:5 képarány hivatalos háttere.
<https://www.facebook.com/business/ads/automation/tailored-campaigns>

Meta Súgóközpont: kampány létrehozása a Hirdetéskezelőben - a hirdetés szintjén megadható mezők és formátumok.
<https://www.facebook.com/help/messenger-app/621956575422138/>

Meta for Business: hirdetés-ellenőrzési útmutató - a hirdetés és a céloldal vizsgálata. <https://www.facebook.com/business/ads/review-policy-guidelines>
Meta Átláthatósági Központ: hirdetési alapelvek. <https://www.facebook.com/policies/ads/>

Ellenőrizve: 2026. augusztus 13.