

Gratulálok, hogy elszántad magad és beszerezted a Pinterest Kézikönyvet Kezdőknek!



Egyel közelebb kerültél ahhoz, hogy megértsd a Pinterestet és azt, hogyan tudod saját magad a középpontba tenni és megelőzni a versenytársaidat!

Szeretnék gratulálni neked ahhoz, hogy úgy gondoltad, időt, energiát és pénzt fektetsz az álmaidba, vállalkozásodba és abba, hogy fejlődj! Ebben a kézikönyvben át fogjuk beszélni az alapokat és megmutatom mire lesz szükséged ahhoz, hogy egy Pinterest oldalt elindíts, mire kell figyelned, és hogyan tudod a saját tartalmad úgy összeállítani, hogy megfeleljen a Pinterest Elvárásainak.

1. Eredmények nélkül posztolni lehangoló

Sokan belekezdenek egy vállalkozásba, majd bíznak benne, hogy sikeresek lesznek. Mindenféle tippet/trükköket próbálnak ki, amikkel talán sikerül kicselezni az algoritmust addig, amíg rájönnek, hogy az igazi siker nem a trükkökben van, hanem:

Egy jól működő vállalkozásban, hozzá tartozó keresőmotor/social media jelenléttel.

Ebben a kézikönyvben arról fogunk beszélni, hogyan tudtok elindulni, hogyan kell egy felhasználói fiókot összerakni, és elkészíteni a tartalmat úgy, hogy a Pinterest felfigyeljen rá, és meg tudjátok mutatni magatokat a közösségeknek!

FONTOS INFO:

Ez a kézikönyv NEM helyettesíti a tanfolyamot! Itt megnézzük az alapokat, illetve választ kaptok a leggyakoribb kérdéseitekre - Mit nem szabad csinálni? Miért tilt le titeket a Pinterest? Kellenek-e szakaszok? Kell-e egyszerre 25 kulcsszót használni? És még sorolhatnám. A mélyebb technikai tudást, azt továbbra is a tanfolyamból szerezhettek be, viszont a jó hírem az, hogy

Aki beszerezte ezt a kézikönyvet, az 30% kedvezményt kap a tanfolyam árából, amint elérhető lesz Januártól újra! Amikor érkezik újra, fogtok kapni egy emailt a kupon kóddal.

Ebben a kézikönyvben át fogunk nézni mindent, ami az induláshoz kell és ahhoz, hogy elérd azt a 1.5 millió magyar felhasználót, aki vásárlásra használja a Pinterestet, de magyar termékeket nem talál!

NE csak a L'oréal, Ikea, Nivea és az összes nagy cég versenyezzen a magyar közönség szeme előtt! Mutasd meg magad te is, és szerezz nézőket, vevőket, feliratkozókat reklámok nélkül!

Azon leszek, hogy át tudjam nektek adni a tudásom a lehető legegyszerűbb formátumban ahhoz, hogy te is elérd a kívánt sikert és megelőzd a konkurenciád!

Ám mielőtt tovább mennénk, had mutakozzam be nektek:

Rólam

2019-ben éreztem, hogy nem vagyok boldog a munkámmal, és képtelen vagyok elérni azt a sikert, amire vágytam. Hiába dolgoztam keményen egy olyan iparágban, ahol azt gondolnánk jól megfizetik az alkalmazottakat, ez nem így volt.

Ez azt jelentette, hogy nem volt lehetőségem utazni vagy egy olyan életvitelt megengedni magamnak, ahol nyugodtan hajthatom álomra a fejem, hiszen van tartalékom, és nagy baj csak nem érhet. Pontosan az ellentétét éltem meg. Egy földszinti, hideg stúdió lakásban éltem a kutyámmal, és képtelen voltam kikerülni a kártyahitelemből.

Ekkor döntöttem úgy, hogy elég, és ha másoknak dolgozva nem tudok sikeressé válni, akkor megcsinálom én a sikerem. Évek óta használtam Pinterestet a munkámból kifolyólag és podcasteket hallgatva megtudtam: pénzt is tudok keresni vele.

Mivel semmim nem volt, csak a tudásom, ezért úgy döntöttem azt fogom megmutatni az embereknek, amihez értek, így elkezdtem belsőépítészetről és divatról blogolni, a Pinteresttel pedig népszerűsíthetem a blogom.

Sokan úgy gondolják a blogolás és SEO halott, de ebből a képzésből meg fogjátok látni: Nagyon messze állunk tőle.

Nagy reményekkel és tartozásokkal belevágtam 2020 nyarán egy 8 hetes Pinterest Manager képzésbe, ami életem legdrágább befektetése volt odáig (\$1,000) és úgy döntöttem most vagy soha. Ha másnak sikerült, akkor nekem is fog. Akkor még nem tudtam hogyan csak azt, hogy akarom.

A képzést ősszel befejeztem és 2020 Októberétől fogadtam ügyfeleket. Ez annyira jól sikerült, hogy 2021 Januárjában felmondtam a munkahelyemen és 2021 Februárjától teljes munkaidős vállalkozóként folytattam a tevékenységem.

Ez alatt az idő alatt több országban értem el különböző sikereket, és 2022 Októberében egy meglepően sikeres videónak köszönhetően megszületett a Pinterest Magyaroknak. Itt derült ki számomra, hogy igény van a tudásomra Magyarországon is, mivel imádjátok a platformot, és szeretnétek kihasználni annak érdekében, hogy:

- Forgalmat generáljatok a vállalkozásoknak
- Feliratkozókat gyűjtsetek
- Megkönnyítsétek az értékesítést
- Potenciális új ügyfelek érkezzenek meg hozzátok!

Nem is szaporítom tovább a szót: Vágjunk bele!

2. Indulás előtti checklist:

- Ellenőrizd a weboldalad felülete mobilbarát-e
- Felhasználói élményt nézd át a weboldaladon
- Minden blog posztnál/Terméknél legyen olyan fotód, ami menthető lesz Pinterestre
- Telepíts "pin it" gombot
- Kösd össze a weboldalad Google Analyticsszel
- Legyen legalább 7-10 poszt/landoló oldal, ahová a látogatókat át tudod irányítani

Ezek a szabályok leginkább weboldalakhoz tartoznak. Ha Youtube-TikTok-Instagram a cél, akkor Google Analytics, illetve mobilbarát felület nem lesz fontos, mivel optimalizálva vannak kezdéstől.

Fontos viszont tudnotok, hogy social media oldalakat nem lehet verifikálni Pinteresten. Ettől függetlenül ugyanúgy át tudjátok irányítani a látogatókat, és népszerűsíteni a különböző platformokat, és fogjátok látni az analitikát Pinterestben.

3. Fontos Kulcsszavak a Pinterest Használatához:

Ezeket a szavakat ismernetek, és értenetek kell ahhoz, hogy könnyedén mozogjatok a Pinterest világában. Ne aggódjatok, semmi őrületes nincs benne, az alap fogalmakat tisztázzuk itt.

Új pin: Pin (fotó, videó), amit először tesz ki Pinterestre, egy adott témában. Ez lehet olyan URL-hez, amit már használtál korábban a lényeg, hogy új fotó vagy videó legyen

Repin: Különböző változatai azoknak a pineknek, amiket már korábban kipoztoltatok vagy már korábban használt URL-hez (landoló oldal) készített fotó/videó tartalom.

Mentett pin: Amikor te bementesz egy pint Pinterestről az oldaladra vagy más lementi az általad kipoztolt pineket a saját Pinterest oldalára.

Külső pin: Pinek, amiket lementettél a Pinterest oldaladra, viszont nem a te oldalaidhoz vezetnek.

Mentés: Bármelyik pin lementése valamelyik tábládba.

Tábla: Egy "mappa" a Pinteresten belül, ahová lementheted az oda tartozó tartalmakat sajátot, és másokét.

4. Pinterest alapok - Hogy működik a Pinterest?

A Pinterest egy kép és videó alapú keresőmotor, nem social média felület. Itt lehetőségünk van arra, hogy akár a már meglévő tartalmainkat felhasználva új nézőkre, vásárlókra tegyünk szert, minimális tartalomgyártási idővel.

A Pinterestet a felhasználók arra használják, hogy inspirálódjanak és új dolgokat fedezzenek fel, és az ide érkező felhasználók **80%-a vásárlási szándékkal kezdi használni a Pinterestet.**

Mit jelent ez?

Azt, hogy a vállalkozásodnak nagy esélye van eladáshoz jutnia a Pinteresten keresztül, mivel az **ide érkező látogatók a jövőt tervezik**, nem a múltat osztják meg (mint például az

Instagram, ahol korábbi eseményekről osztunk meg tartalmat nagyrészt). Ezt nagyon fontos figyelembe venni, mivel a Pinteresten nem építünk közösséget!

A felhasználók nem azért érkeznek, hogy átnézzék elejétől végéig a profilokat hanem azért, hogy

- Választ kapjanak a kérdéseikre
- Megtalálják a terméket amire szükségük van
- Inspirálódnak egy eseményhez, amit terveznek
- Megtalálják azt, aki tud nekik segíteni a problémáikban.

A Pinterestnek vannak saját hasznos tippjei is, amit a Pinterest blogon megtalálhattok, itt az újdonságok is mindig megjelennek.

[Pinterest Blog](#)

[Pinterest Predicts for 2023](#) A legújabb trendek 2023-ra, mindenféleképpen töltsétek le, az esetek 80%-ban eltalálják, illetve rengeteg TikTok trendet is inspirál a Pinterest!

A legtöbb niche lebontható és érdemes átnézni mi tartozik benne. 100%, hogy mi is fogunk erről beszélni a Facebook csoportban, így ha kérdéseitek lesz ezzel kapcsolatban, írjátok fel, és ne habozzatok feltenni!

Nagyon fontos tudnivalók:

A tartalmat nem magatoknak, hanem a nézőknek készítitek! Aki magának gyárt tartalmat, nem épít közösséget, nem szolgálja ki a nézőit tehát: **bevétel nélkül marad!**

Rengeteg lelkes vállalkozónál látom ezt a hibát, hogy azt hiszik a vállalkozás róluk szól, és az ő igényeikről, és nem érkezik a siker. Ennek az a legnagyobb oka, hogy nem vették figyelembe azt a személyt, aki fenntartja a vállalkozást: a vásárlót.

Ha ők egy bizonyos tartalom típus után érdeklődnek, nem mehetünk szembe az árral, hiába szeretnénk újítani. Nem nevezhető progresszív viselkedésnek az, amikor csak azért is mást csinálunk, mert szerintünk az jobb. Ha nincs adat, ami ezt alátámasztaná vagy épp az ellenkezőjét támasztja alá, akkor csak az időnket és pénzünket pazaroljuk.

5. Új Pinterest account készítése

Legtöbb esetben nincs értelme a régi accountot feléleszteni, mivel már bepozicionáltatok magatokat egy helyre, így annak van értelme, ha új fiókot készítetek és rögtön **üzleti fiókkal kezdtek**.

Nagyon sokszor kérdezitek, hogy “De most akkor tényleg új account kell?”. Igen. Ennek az az oka, hogy a meglévőt valószínűleg már teletöltöttétek rengeteg irreleváns információval, és a Pinterest betett titeket egy fiókba, ami sosem tudjuk meg, hogy melyik.

Ha pedig nem tudjuk melyik fiókból kell titeket kiszedni, akkor azt sem fogjuk tudni, hogy milyen stratégia fog kelleni ahhoz, hogy sikerre vigyük az oldalakat. Sokkal egyszerűbb tiszta lappal indulni, mint keresni, hogy éppen hol csúszunk el akár évekkel ezelőtt.

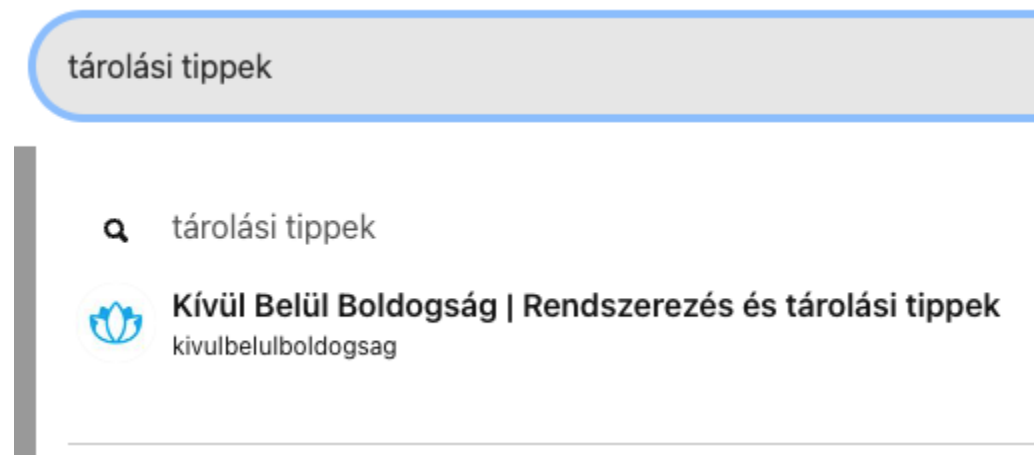
Mire kell figyelni egy új account elkészítésénél?

- A profil típusára - Üzleti profil kell
- Lokáció beállítására - Kiket szeretnétek elérni. Ha magyar közönségre vágytok, ne más országot állítsatok be.
- SEO optimalizált bio elkészítésére
- SEO optimalizált táblák elkészítésére
- Weboldal verifikációjára (ha van)

6. Seo Optimalizált Bio Elkészítése

Kezdsnek először a profilképeket töltsétek fel, majd a márka neveteket írjátok oda. Például: X Fotó Stúdió - Esküvő fotó, Páros Fotózás – Mindig tegyetek egy kulcsszót a nevetekbe, ami a fő profilotok, hogy könnyen kereshetővé váljatok.

Itt láthatok egy példát:



Tehát ha rákeresek arra, hogy tárolási tippek, nem csak a kulcsszó fog kijönni, hanem az aktuálisan legnépszerűbb oldal, ami ha jól dolgozol: a tiéd is lehet.

Bio:

A bio leírásában a következő dolgoknak kell szerepelniük:

- Mivel foglalkozol
- Hol végzed
- Kiknek végzed
- Milyen problémát oldasz meg
- Hol találhatnak meg

Mindezt sallang és mese nélkül. A Pinterestre senki nem az eredet sztoridért jön, arra ott az Instagram. Itt célzottan, kulcsszavakkal meghatározva kell kiírnunk kik vagyunk és mit képviselünk ahhoz, hogy könnyedén megtaláljanak minket a potenciális nézők.

Példa:

 **96 követő** · 79,6E havi megtekintések

 **3 követett**

Otthonszervezés, rendszerezés, prémium minőségű tárolók értékesítése. A hűtőrendszerező, konyhai tárolási megoldások, fiókrendszerezés, sminkrendszerezés és gardrób tárolási tippek tekintetében széles körben találsz nálunk tárolási inspirációt, konyhai kiegészítőt és rendszerezőt az otthon különböző területeire.

7. Táblák elkészítése, beállítása

Noha apróságnak tűnik, kifejezetten fontos. Miután elkészítünk egy táblát, nagyjából **1 hétig van lehetőségünk módosítani**, mielőtt beáll a helye az algoritmusban. Többek között ezért is fontos új felhasználóval indulni, hogy ne fussunk bele néhány halott táblába, ami lehúzza a teljesítményünket!

Amikor készítünk egy új táblát, kifejezetten fontos, hogy jó nevet adjunk neki, a megfelelő kulcsszavakkal, amik a saját niche témánkhoz tartozik. Ez vonatkozik a leírásra is, de azt már a megfelelő kulcsszavak megkeresése után fogjuk beállítani.

Tehát amire szükségetek van a táblákban, azok:

- Összetett mondatok kulcsszavakkal
- Weboldalak címe (de ez elhagyható, ha nem fér ki)

Példa:

Konyha rendszerezés



Néha megmagyarázhatatlan vágyat érzünk arra, hogy a lakás egy szegmensét rendbe tegyük. De hol is kezdjük? A konyha rendszerezés egy kifejezetten jó kiindulópont lehet ebben az esetben, hiszen nem töltünk ott annyi időt, mint a hálószobában, ezért nem is akkora probléma, ha esetleg elnapoljuk a befejezetlen munkát. Tudniillik, rendkívül sok időt vehet igénybe a konyha takarításának és rendszerezésének folyamata.

8. Kulcsszavak felkutatása

Egészen 2022 Szeptemberéig, megtalálni a megfelelő kulcsszavakat egy misztikum volt a Pinteresten, ha szeretted volna kitalálni egy-egy kulcsszó milyen kereséssel fut a platformon. Viszont a tavalyi újításnak köszönhetően, most már gond nélkül rá tudunk keresni különböző tartalmakra, és ki tudjuk találni mi érdekli azt a kb. 1.5 millió aktív magyar felhasználót, aki a Pinteresten böngész.

3+1 helyen tudunk kulcsszavakat találni a Pinteresten:

1. Pinterest Trends Tool
2. Kereső sáv
3. Kereső buborékok
4. Pinek közötti ajánlások

Nézzük meg, hogy tudjátok a lehető legjobban kihasználni és utána, egy táblázatba kigyűjteni őket.

[A táblához a linket itt találod.](#)

Viszont mielőtt beleírsz, készíts egy MÁSOLATOT, az eredeti példányt nem szerkeszthetitek. Az első oldalon találod a kulcsszavakat, a többi oldalról, a későbbi leckékben fogunk beszélni.

[A Pinterest Trends toolról készült egy Youtube videó is korábban, amit itt tudtok megtekinteni.](#)

9. Top Tartalmak felkutatása/felismerése-mit jelent a niched

Az egyik legfontosabb lecke (és talán a leghosszabb). Miért?

Mivel abban a pillanatban, hogy megértjük-megtaláljuk-készítjük azokat a tartalmakat, amiket a közönségünk fogyasztani akar, nyert ügyünk van!

Amit fontos tudnunk: ez minden nicheben különböző. Tehát ha van 1 niche, ahol a szöveges tartalmak hódítanak, az nem azt jelenti, hogy csak az válik sikeressé. Más témáknál szimpla képeket elég megosztani.

Például:

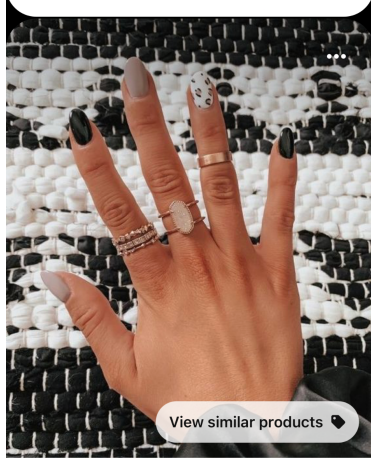
Körmös niche - Szimpla képek

12:16

Pin stats
Real-time estimates · Last 30 days

2.0m Impressions	4.8k Saves	2.2k Outbound clicks
----------------------------	----------------------	--------------------------------

See more



View similar products

Visit Save

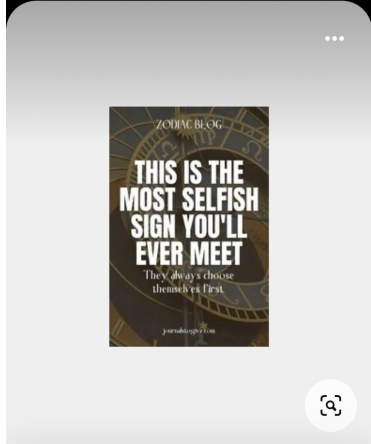
Asztrológia - Szöveg

16:49

Pin stats
Real-time estimates · Last 30 days

26k Impressions	7 Saves	2.5k Outbound clicks
---------------------------	-------------------	--------------------------------

See more



Read it Saved

Ez mind attól függ a keresésünk, illetve a mentéseink milyen eredményeket hoznak, és hogyan tudjuk ezeket az eredményeket értelmezni, majd replikálni a saját tematikánkra.

Nem fogok hazudni: nekem, és az ügyfeleimnek ez a siker kulcsa. Folyamatos kutatás, és változtatás ott ahol kell annak érdekében, hogy a lehető legjobb eredményeket érjük el.

Miért fontos ez?

Azért, mert tartalmat **NEM MAGUNKNAK** gyártunk. Ez pirossal, aláhúzva, álmainkban is a szemünk előtt kell legyen. Nem egy ügyfelemmel váltunk el egymástól azért, mivel többszöri kérdés-javaslatok ellenére sem változtatták meg a tartalmukat, vagy készítették olyan típusút, amit a közönségük fogyasztani akart.

Ez két dolgot jelent:

1. Nem lesz magas nézettségük/kattintásuk/eladásuk
 2. Nem lesznek elégedettek
- +1: Felmondunk egymásnak, mivel nem tudunk sikeresen együttműködni.

Itt talán zárójelben annyit szeretnék nektek megjegyezni, hogyha valakivel nagyon nehéz együtt dolgozni, és nem hajlandó semmilyen módon együttműködni veled, akkor talán érdemes tovább állni. Nekem másfél év volt ezt megtanulni, és higgyétek el most már sokkal könnyebb így vállalkoznom.

Ez igaz a tartalmi elvárásainkra is. Ha valami nem működik, és nem hozza a várt eredményeket, akkor változtatnunk kell. Ha már más is ért el sikereket hasonló területen, akkor az azt jelenti, hogy lehetséges, de a tartós sikerhez **idő, energia és kitartás** kell. Nem adják ingyen!

Amit fontos tudni a tartalom és niche kettőséről:

A TE nichedtől fog függeni a jó tartalom mellett az is, mennyire kattintanak ki. Ha a tematikád inkább vizuális jellegű, fontos arra mennetek, hogy láthatóak legyetek, menthetőek legyetek, nem csak kattinthatóak.

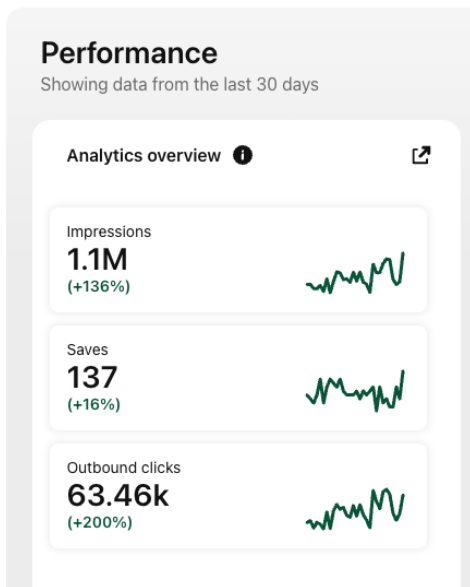
Ha a kattinthatóság az elsődleges cél egy vizuális témánál, valószínűleg nem fog jönni a várt siker, mivel a sikeres tartalom más irányba megy ilyenkor.

Itt ilyenkor arra kell törekedni, hogy a témád menthető legyen, mivel minél többen mentik le a képeidet, annál jobb helyen fogsz szerepelni az algoritmusban, és annál nagyobb esélyed lesz igazán beindulni a Pinterest oldaladdal.

Egy vizuális niche nek, fontos például az Ötlet pineket is kihasználnia, de erről majd egy másik modulban beszélünk.

A mentésekről annyit, hogy átlagosan 200.000 impression/hónap alatt nem lesz túl sok mentésetek, de emiatt ne aggódjatok, fogok ehhez tippeket adni. Illetve egy új oldalnak idő kell, amíg beindul. A referencia oldalam ma, 6 hónap után itt áll, és én is Novemberben kezdtem el berobbanni úgy, hogy 4 hónapon át megállás nélkül kutattam, és készítettem a tartalmakat.

137 mentésem van, most kezdett el igazán beindulni, most már van napi több. Ez tematikától is függ, az enyém inkább kattintós (erősen látszik), nem mentős.



És itt át is váltunk a kattintós nichekre. Amik ide tarthatnak például, blog tartalmak, pénzügyi tartalmak, bőrápolási tippek, smink tippek, DIY tippek, stb. Szerintem értitek mire gondolok. Vizuális témába fotózás, videózás, lifestyle tartalmak mennek nagyrészt.

Azoknál a nicheknél, ahol a kattintás a cél, ott teljesen másként kell pineket készíteni, és kezelni, ott sokkal fontosabb a pin design, de erről beszélünk akkor, amikor pinek készítéséhez, posztolásához, és pozícionálásához érünk.

Itt a cél az, hogy rögtön felkeltsük a néző kíváncsiságát, és elérjük, hogy átkattintson a weboldalunkra azzal, hogy nem mondunk el neki mindent, illetve hatunk az érzelmeire.

Míg vizuális tartalmaknál a cél a magas nézőszám, és a mentések begyűjtése, itt a cél a harmadik az, hogy átkattintsanak az oldalunkra és figyeljék a munkásságunkat.

Tehát top tartalom felkutatása. Most, hogy definiáltuk, a vizuális és nem vizuális elvárásokat, térjünk rá arra, hogyan tudjuk felkutatni a számunkra megfelelő tartalmakat.

Az előző leckében megtanultuk, hogyan találjuk meg a számunkra szükséges kulcsszavakat, és hogyan tudjuk eldönteni melyik a fő kulcsszó, és melyik a kiegészítő kulcsszó.

Ezzel a tudással felszerelve, most már elkezdhetjük a tartalmak felkutatását, ami önmagában nem nehéz, viszont a titok ott rejlik, hogy felismerjük mi az ami sikert hoz, és mi az, ami nem. Nekem is idő volt erre rájönni, úgyhogy ne aggódjatok azon, ha rögtön nem értitek, vagy ismeritek fel.

Jó munkához idő kell. Illetve tapasztalat.

Először is, elkészítjük a boardokat, a fontosabb kulcsszavakkal elnevezve - örökzöld, és szezonális boardokat készítünk. A boardokba a leírást is úgy csináljuk, hogy beleírjuk a kulcsszavakat, illetve minden esetben a végére odaírjuk a weboldalunk nevét, hogy még egy hely legyen, ahol a látogatók tudni fogják, hogy hol található ránk, ha elkezdik böngészni a Pinterest oldalunkat.

Ez leginkább akkor fontos, amikor vizuális tartalommal foglalkozunk, hiszen akkor kell erőteljesen sugallani az elérhetőségünket több területen, mivel a felhasználók nagyobb eséllyel töltenek el több időt a Pinterest oldalunkon, mint a weboldalunkon.

1. Elkészítettük a boardokat
2. Ismerjük a kulcsszavakat
3. Megkeressük a sikeres tartalmat

Így találd meg a Top tartalmakat Pinteresten:

[Sikeres Tartalom Stratégia 1. Videó](#)

[Sikeres Tartalomn Stratégia 2. Videó](#)

Itt pedig a legeslegfontosabb információ érkezik: Miután megtaláltad ezeket a tartalmakat, és kimentetted a Top 10-et (vagy akár 20-at is) a táblázatodba

[IDE](#) (ha előzőleg nem készítettél másolatot erről a fileről, akkor most tedd meg)

Utána be kell őket mentened a megfelelő boardokba, hogy lásd az eredményeket.

Legfontosabb trükk ahhoz, hogy tudjuk melyik tartalom a legsikeresebb!

10. Trendkövetés

Noha a legfontosabb dolog a Pinteresten érteni, hogy milyen kulcsszavakat használunk, és ehhez milyen típusú tartalmak tartoznak, azt is tudnunk kell, hogyan kövessük az szezonális trendeket.

Az örökzöld tartalmak konzisztens forgalmat tudnak biztosítani, míg a szezonális trendek, hatalmas ugrásokat tudnak adni a vállalkozásunknak, ha jól használjuk ki őket.

Mire is van ehhez szükség?

4-6 héttel a trend berobbanása előtt legyen kész a

- Szezonális tábla
- Kulcsszavak
- Tartalom
- Konkurens tartalom bementve a táblába

Természetesen nem biztos, hogy minden trendhez tudsz alkalmazkodni, és ez nem is baj, de ha van rá módod: próbáld kihasználni őket, és belefűzni a vállalkozásod az adott évszak/hónap népszerű eseményeibe.

Nem fogod megbánni! Arról nem beszélve, hogy a Pinterestes tartalmak évekig élnek-ha egyszer kitted, hosszú évekig hozhatja a forgalmat neked!

Példa (elmúlt 30 nap eredményei):

Eredeti pin még most is tarol és 2020-ban készítettem.

Pin Stats

See analytics

Pro



7 mistakes to avoid when designing a small bedroom!

Published on August 31, 2020

Comments

12

Respond

Reactions

1.39k 24 7 5 3

View

Performance over time

Percent changes are compared to 31 days before 5/28/2023 – 6/27/2023.

Filters

Date range

Lifetime

8/31/2020 – 6/27/2023

Video views

2.04M ↑ 0.9%

Played at 95%

1.2M ↓ 3.7%

Avg. play time

0:07 ↓ 2.6%

Total play time (minutes)

330.7k ↓ 5.2%

Pin clicks

331.06k ↓ 9.5%

Saves

3.62k ↓ 11%

Outbound clicks

58.8k ↓ 10%

Mások által bementve a pinem (Májusban mentette be):



7 mistakes to avoid in a small bedroom - Karmen Rozsa Design

Comments ⓘ

2

Respond

Performance over time

Metrics are updated in real-time.

Filters

Date range ▼
5/28/2023 – 6/26/2023

Content type ⓘ ▼

Impressions ⓘ

552.58k

Pin clicks ⓘ

32.95k

Saves ⓘ

260

Outbound clicks ⓘ

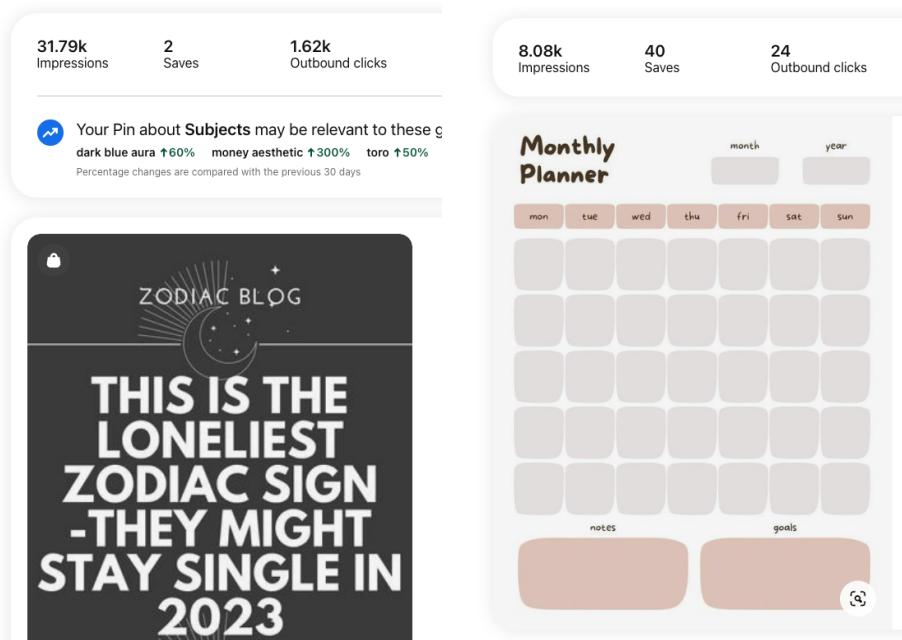
18.89k

Split by:

No Split ▼

11. Így nyerj konkurens tartalommal!

Abban a pillanatban, hogy bementetted a konkurens tartalmakat a megfelelő boardokba, fogod látni, hogyan növekednek. Például így:



Ebből a két képből szerintem ti is látjátok, hogy az egyik tartalom kifejezetten sikeres, míg a másik nem.

Miért fontos ez? Mivel ez alapján tudjuk meg pontosan, hogy milyen típusú tartalomra van szükségünk ahhoz, hogy a saját Pinterest oldalunk is sikeressé váljon! Mikor elkezdjük bementeni a képeket különböző weboldalokról, előfordulhat (és sok esetben elő is fordul), hogy az első keresésünk nem hozza a várt sikert. **(Ha visszagörgettek, a saját példám, ahol más mentette be, nekem több, mint 500,000 Pinterest nézőt generált és 18,890 kattintást az elmúlt 30 napban.)**

Velem is ez történt a hobbi blogomnál. Sorra mentettem a sikeres tartalmakat a saját kulcsszavaimhoz addig, amíg mindet kiütöttem már a sajátommal, és mindenhol magam láttam, mégsem volt elég kattintásom (én azt mértem). Akkor kezdett el a Pinterest a Home Feeden új dolgokat mutatni nekem, és döntöttem úgy, hogy lementem azt is, amit ő kidob, hiszen az érdeklődési köreim, és kulcsszavaim alapján küldi felém a tartalmat (ezért nem nézegetünk magán dolgokat vállalkozói Pinterest oldalon).

Elkezdtem őket lementeni, és az eredmény nagyon hamar jött. Itt gondoltam arra, hogy kipróbálom a saját magam számára is őket, és az elején csak 1,2, 12 kattintásaim voltak, majd hirtelen jött 90 egy nap alatt, és itt tudtam, hogy jó úton járok.

A teljes tartalom stratégiámat újraírtam ezáltal, elkezdtem blogolni, és 2022 Decemberében már több, mint 78.000 pageviewt gyűjtöttem organikusan a weboldalamra a Pinterest segítségével.

Ha ez nem elég bizonyíték arra, hogy a közönség meghálálja, ha kiszolgálod, akkor semmi!

Azt pedig, hogy hogyan kell bementeni és mit kell ilyenkor nézni, ebből a videóból tudjátok meg!

12. Pinek elkészítése, szerkesztése

Miután elkészítettük a SEO-optimalizált profilunkat, megkerestük a legjobb kulcsszavakat, a legjobb konkurens tartalmakat, és jól bementettük az összeset, hogy munka közben lássuk mi érdekes és mi nem, elérkezett az idő ahhoz, hogy a saját tartalmunkat is elkészítsük.

Először is ismernünk kell a megfelelő pin méreteket:

1. 1000x1000px
2. **1000x1500 px vagy 1200x1800px**
3. 1000x2100px

Kezdsenek, érdemes 21db pint elkészíteni, így lesz alkalmatok naponta 3 alkalommal posztolni. A kiválasztott pinek méretét, a legnépszerűbb tartalmak fogják meghatározni. Mivel a legnépszerűbb pin típus az 1000x1500px vagy 1200x1800px, ezért én ezt fogom nektek bemutatni ebben a képzésben.

Ne feledjétek, ezt a 21db pint 10 alkalommal lehet maximum szerkeszteni, hogy a Pinterest újnak gondolja, így akár 210 darab tartalmat is tudtok magatoknak akár pár órán belül is készíteni, ami azt jelenti, hogyha naponta 3 alkalommal posztoltok, 10 hétre elegendő tartalmat készítettetek.

De nyugi, a pinek posztolásánál fogok mutatni nektek valamit, amiből rá fogtok jönni, hogy igazából még ennél is több tartalom áll a rendelkezésetekre, és ez a 210 db pin akár kétszer ennyi időre is elég lehet.

Rengeteg remekül kihasználható kiskapu van a Pinterestnél, ami nagyban fogja segíteni a fejlődésedet, illetve azt, hogy ne örüljétek meg a tartalomgyártástól.

[Ne feledjétek, extra motívumokat innen tudtok begyűjteni!](#)

[Amennyiben szeretnétek mini tréninget az összes pin designról, jelezzétek itt.](#)

A mini tréningben nagyon részletesen megmutatom nektek én hogyan készítek el minden típust, és mi alapján szűröm mi készül újra, mi nem, és hogy hogyan találok meg a legjobb pin designokat.

A tanfolyamon résztvevők között ki fogok sorsolni egyet, ha szavaztok!

[Pin Templatek:](#)

Kedvezmény kód: TANFOLYAM20

13. Pin tartalom megírása

Miután elkészítettük a pineket, és minden design készen áll arra, hogy beütemezzük őket a Pinteresten, jön a következő lépés. A helyes tartalom megírása. Mire gondolok ez alatt?

A titulusra és a leírásra!

Nagyon fontos tudnotok, hogy itt érvényesülnek legjobban a kulcsszavak, hiszen ide tudjuk a fő és alkulcsszavainkat elhelyezni. Ahogy a pin designnál megtanultátok, a fő kulcsszót adott tematikához mindig ráírjuk a pinre (amennyiben írott tartalomról beszélünk. Itt viszont nem állunk meg: ezen felül máshol is meg kell jelenítenünk a fő és alkulcsszavainkat.

Először is: nagyon fontos, hogy nem halmozzuk őket, hanem összetett mondatokat írunk, illetve nem használunk hashtaget, mivel a Pinteresten szavakra keresünk, nem tagekre. Ha valamit hashtageltek, nem fog kulcsszóként megjelenni, és elvesztegetél egy pint.

A titulus maximum 100 karakter lehet, az első 40 fog látszani, úgyhogy ott kell elkapni a látogatót! Ha a kép nem elég, még mindig ott van a titulus! Nem beszélve arról, hogy minél több helyen használjátok a megfelelő kulcsszavakat, annál többször mondjátok az algoritmusnak, hogy: hé, itt vagyok, erről szól az oldalam!

A leírás maximum 500 karakter lehet, az első 50 fog látszani. Itt nem kell az ötszázat kimaxolni, kb 150-300 karakter között már jók vagytok minden posztnál. Itt meg kell ismételnünk a pinen és a titulusban megjelenő fő kulcsszót, illetve alkulcsszavakat, amiket már használtatok korábban.

Nagyon fontos, ahogy a pineken is, így a titulusban, és leírásban is hatnunk kell a látogatók

- Érzelmeire
- Igényeire
- Fájdalompontjaira

Ebből a háromból legalább egyre, így biztos, hogy felkeltjük az érdeklődését!

Ha szeretnénk tovább fokozni a hatást, akkor érdemes valamennyi misztikumot is bevezetni a tartalmunkba, így elérve azt, hogy átkattintsanak a pinhez adott landoló oldalra.

Mit értünk ez alatt? Nem adjuk át az összes információt, amit a landoló oldalunk igyekszünk megtanítani-mutatni a látogatóknak.

Például:

Ezzel a trükkel váltam vállalkozóvá 6 hónap alatt!

3 olcsó arcápoló száraz bőrre!

Így hódítsd meg életed szerelmét!

Egyszerű mondatok, mégis felkeltik a néző érdeklődését. És, hogy mi ennek az oka? Az, hogy rögtön megoldást kínálunk egy problémára, illetve felkeltjük a kíváncsiságukat!

Ne feledjétek: mindig szükséges figyelmfelkeltő szavakat használni, amik vagy

- Érzelmekre hatnak
- Igényekre válaszolnak
- Megszólítják a fájdalompontokat!

Ezen felül nagy sikere van annak, amikor megoldásokat kínálunk, vagy felsorolunk, például:

- 3 tipp, hogy...
- 5 ötlet, hogy
- Így tudod elérni...
- Így válhatsz...
- Hogyan múlt el...
- Hogyan válhatsz...

Stb. Rengeteg lehetőség van, mindig érdemes megnézni a konkurencia milyen szóhasználattal sikeres, és abból ihletet meríteni, majd a saját hasznunkra fordítani!

Tilos: egy az egyben lemásolni valakinek a pinjét! Ha jelentenek, a Pinterest törölni fogja, és az oldaladat is felfüggeszthetik akár örökre! Lehet hasonló szöveget (néha akár ugyanazt) is írni, ha a TE tartalmad nem ugyanaz, illetve a design 100%-ban eltér. Nyilván senki nem fog egy olyan pint jelenteni, ami például: 5 időtálló hálószoba ötlet kis lakáshoz. Nyilván többen fognak ilyen cikket írni, vagy ehhez illő videót készíteni és addig, amíg a pin design nem ugyanaz, nem fogtok galibába kerülni.

Ettől függetlenül javaslom, hogy amennyire lehet, saját tartalmat használjatok!

Pro tip: Ha a tábla kulcsszava meg tud jelenni a pinen vagy a leírások valamelyikében, még jobbak vagytok, de ez csak akkor szükséges, ha van értelme. Ez már csak a hab a tortán!

14. Pinek posztolása, posztolási rend

Amikor megterveztük, és megírtuk a megfelelő szöveget a pinekhez, akkor jön a posztolás, és az előre kitett posztok beállítása.

[Ehhez, az előzőleg használt táblázatban is lesz egy oldal, Posztolási rend néven.](#)

Ez lesz a kapaszkodónk az indulásnál. Miért? Mivel még nem tudjuk fejből melyik landoló oldal erős, mi hoz jó forgalmat, és azt sem tudjuk fejből mit mivel és mikor kell kitenni ahhoz, hogy a lehető legoptimálisabb eredményt hozzá!

A jó hír, hogy pár hónap után már a kisujjatokban lesz mit szeretnétek, és pillanatok alatt be fogtok állítani mindent. Az elején macerás, és higgyétek el én is átkoztam magam, hogy mi a szösz gondoltam, de nagyon fontos kihasználunk a Pinterest adta lehetőségeket ahhoz, hogy a várt sikert érjük el.

Ide pedig most le is írom mit jelent a session co-occurrence és board co-occurrence. Ezeknek nincs magyar neve, és van amit úgy gondolom nem is kell széttördelni, a leírásból pillanatok alatt meg fogjátok érteni miről van szó, és nagyban támogatni fogja a munkátokat a táblázattal, illetve a posztok beállításával.

Session Co-Occurrence:

Amikor egyidőben posztolsz azonos témát. Például:

50 őszi köröm tippek - Hétfő, 18:00

Köröm tippek ősze, rövid körmökhöz - Hétfő, 18:00

Itt egy időben teszünk ki két különböző tartalmat, amiben a fő kulcsszó (köröm tippek) ugyanaz.

Ezt akkor lehet megtenni, ha többféle landoló oldalunk van hasonló témákhoz, ugyanahhoz NEM LEHET! Egy nap nem posztolhattok ugyanahhoz a landoló oldalhoz egynél többször! Sem kétszer, sem háromszor, egyetlen egy alkalommal lehet!

Ez nem vicc. Ha rendszeresen ugyanoda irányítjátok az embereket, spamként fog titeket kezelni a Pinterest, és nem fogja megmutatni a tartalmatokat. Ezen felül azt is érzékelni fogja, hogy nem készítetek semmi újat, és emiatt sem fogja megmutatni, mivel ugyanazt a tartalmat ütni megállás nélkül unalmas a nézőknek.

Aki releváns akar lenni, annak kreatívna kell lenni. Ez mindenhol így működik.

Board Co-Occurrence:

Amikor ugyanabba a táblába posztoltok pineket.

Például:

15 időtálló hálószoba stílus

5 tipp kis hálószoba dekorhoz

Itt a tábla neve "Hálószoba", és két különböző cikk, hasonló tematikában mehet ide, de nem muszáj egyidőben.

A legjobb természetesen, amikor a Board és Session co-occurrence-t össze tudjuk kötni és egyidőben tesszük ki ugyanabba a táblába a hasonló tartalmakat, ezzel van a legjobb esélyünk a növekedésre.

A példa alatt maradunk a 21 pinnél, 7 napra leosztva. Ez napi hármát jelent ugye.

A táblázatban láttok alul egy ilyen, ezzel kezdjük:

Posztolási Sorrend	
Pin	1
Link	2
Board	3
Ido	4
Szoveg	5

Ez azt jelenti, hogy ebben a sorrendben fogunk posztolni. Create - Create pinre kell kattintani, és fogjátok látni ezt az oldalt:

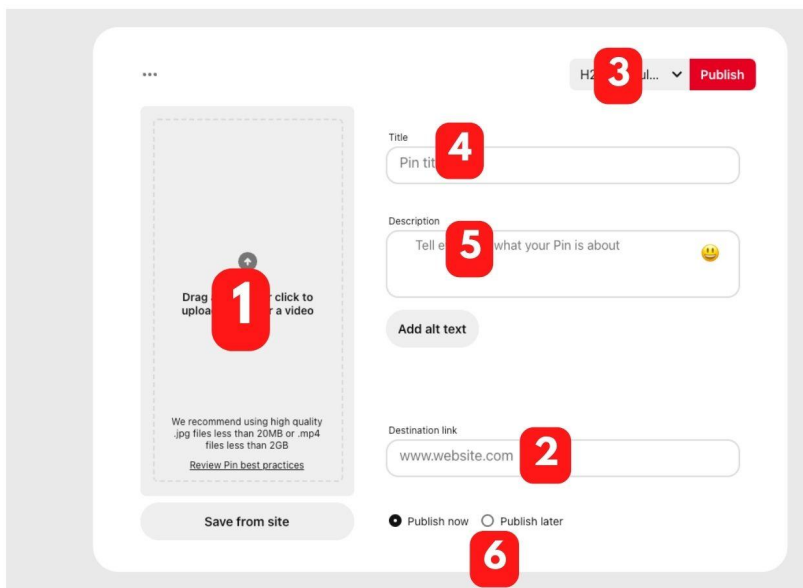
The screenshot shows the 'Create Pin' form in a mobile-style layout. At the top right, there is a dropdown menu set to 'H2O Capsul...' and a red 'Publish' button. The form is divided into two main sections: a visual area on the left and a text area on the right. The visual area contains a dashed box for image/video upload with a plus icon and the text 'Drag and drop or click to upload images or a video'. Below this, there is a note: 'We recommend using high quality .jpg files less than 20MB or .mp4 files less than 2GB' and a link 'Review Pin best practices'. At the bottom of the visual area is a 'Save from site' button. The text area has a 'Title' field with the placeholder 'Pin title', a 'Description' field with the placeholder 'Tell everyone what your Pin is about' and a smiley emoji icon, and an 'Add alt text' button. Below the description is a 'Destination link' field with the placeholder 'www.website.com'. At the bottom of the form, there are two radio buttons: 'Publish now' (selected) and 'Publish later'.

Utána egyesével beteszitek a pineket. **Fontos info:** Pinterest 4 hétre előre enged titeket tervezni, tovább nem, viszont két hétre előre betervezhetitek a tartalmat, illetve 100db pint tudtok egyszerre szerkeszteni.

Ebben a tanfolyamban a manuális tervezésről fogunk beszélni, Tailwind, Canva, és egyéb programokról nem. Ennek két oka van:

1. Nem mindenki engedhet magának meg egyelőre egy fizetős programot
2. Nem tartom szükségesnek. Legjobb eredményeimet mindig manuális munkával értem el.

Miután behúztátok a 21 pint, jön a fenti táblázatból az 6 lépés, ami így néz ki a felületen:



1. Behúztátok a pineket
2. Hozzáadjátok a megfelelő linkeket a tartalmakhoz a táblázat alapján (amit előzőleg kitöltöttetek)
3. Kiválasztjátok a megfelelő táblákat egyesével
4. Megíjátok a titulust
5. Megíjátok a leírást
6. Beidőzítitek

Nagyon fontos erre figyelni:

Ha van 1 téma 3x, 3 különböző landoló oldallal, szuper, az mehet egy napra. Ha nincs, akkor úgy kell szétbontani, hogy ugyanaz az URL sose szerepeljen két alkalommal egy napon!

Mindig arra kell törekedni, hogy hasonló témák ugyanazon a napon menjenek ki, ugyanabban az időben, illetve ha belefér a tematikába, ugyanabba a táblába is. Ez csak akkor, ha egy téma, és egy boardhoz tartozik!

Természetesen, ha még nem alakultak ki a témák teljesen, elég arra ügyelni, hogy:

1. 1 URL 1 alkalommal van posztolva / nap
2. Van 3 fő kulcsszó, amit minden nap használtok
3. Konzisztensek vagytok!

Ha csak 1 alkalommal tudtok az elején posztolni naponta, NEM BAJ! El kell kezdeni valahol.

Viszont minél több alkalommal tudtok tartalmat kitenni, annál gyorsabban fogtok fejlődni. Nekem volt egy időszak, amikor kb 7 alkalommal tettem ki tartalmat egy nap, lehet soknak hangzik, de amúgy nem az, mivel a Pinterest engedi a tartalom újrahasználatát.

Így használj újra tartalmat

Aki beszerezte a Pinterest Templateket, amiket

[Itt találtok](#)

[Táplálkozási Template Csomag \(Új kiadás\)](#)

Az tudja, hogy 1db pint akár 10 alkalommal is újra lehet használni.

Ezt úgy tudjátok elérni, hogy a következőket változtatjátok meg:

- Új kép használata
- Meglévő kép nagyítása részletekre
- Betűtípus megváltoztatása
- Pin elrendezésének megváltoztatása
- Színek megváltoztatása
- Új pin méret

Ezek az alapok, amik segítenek nektek az elindulásban és abban, hogy jól tudjatok fejlődni a Pinteresttel! Most pedig menjünk át a Gyakori Kérdésekre, amik általánosságban gondot okoznak!

Gyakori Kérdések:

Mi az URL/Landoló oldal?

Az URL vagy más néven webcím (mely a Uniform Resource Locator [egységes erőforrás-helymeghatározó] rövidítése), az interneten megtalálható bizonyos erőforrások (például szövegek, képek) szabványosított címe.

Mitől lesz felfüggesztve a fiókom?

- Ha megállás nélkül ugyanazt a linket használod
- Ha ugyanazt a tartalmat posztolod ki
- Ha nem váltogatod a linkeket időközönként. Ha van 3 és egy évig háromhoz szeretnél posztolni, az sem jó, megunja a Pinterest és a nézők is. Kell tartalmat gyártani vagy a weboldalra vagy Instagramra/TikTokra/Youtubera. Ahová szeretnétek őket irányítani.

Kell-e szakasz?

Nem. Szükségtelen, senki nem nézi. Felesleges időpocsékolás. 3-5 jól kulcsszavazott tábla kell indulásnál.

Hány kulcsszavat használhatok egy posztban?

Tartsuk a 3-5 aranyszabályát, nem kell szétkulcsszavazni a posztot, mert akkor nem lesz célközönség, akiknek kikülditek.

Posztolhatom-e teljesen ugyanazt?

Nem. Ahogy fentebb is említettem, lehet sokszorozni egy témát, de nem lehet egy az egyben ugyanazt kitenni. Ha ugyanazt a szöveget szeretnétek, akkor a képnek/betűtípusnak/színeknek változnia kell ahhoz, hogy új tartalomnak minősüljön.

Miért nulláz le a Pinterest, miután összekötöttem a weboldallal?

Mert az összekötés pillanata számít a nulladik napnak akkor, ha hozzáadjátok a weboldalt a Pinteresthez. Ez csak a napi pin számlálónál jelenik meg, az össz eredmény nem vész el.

Törölhetek pineket?

1-2 hibás pint igen, de nem lehet elkezdni tömegével törölni sem sajátot, sem másét, mivel spam aktivitásnak minősül, ráadásul totál összezavarod az algoritmust.

Mi történik, ha rosszul teszek ki egy pint? (például elírom)

Semmi. Ha bosszant letörölhetitek, de néha napján 1-1 hiba nem gond. Ha a linket vagy a leírást rontottátok el, az javítható utólag is.

Menthetek be angol nyelvű tartalmat magyar keresésnél?

Igen. Mivel még rengeteg az angol nyelvű tartalom magyar keresésre, mivel kevesen vagytok. Ahol pedig találtok magyart, ott azt mentsetek be. Sose mentsetek be többet napi 5-6-nál!

Mi van, ha nem létezik a kulcsszavam?

Ez általában Pinterest Trends-nél fordul elő, nem a kereső sávnál. Erre azt tudom nektek mondani, hogy a Trends Tool egy éve tanult meg magyarul és egy évre visszamenőleg számol

adatokat. Ha a kulcsszavad egy éve még nem volt elérhető magyarul, vagy nem volt elég adat róla, akkor előfordulhat, hogy még nem jelenik meg.

A kereső sávban érdemes utána járni és megnézni ott létezik-e. Ha ott sem, akkor érdemes futtatni egy Google keresést és szinonimák után nézni. Erre eddig azért még nem volt példa.

Mi van, ha a magyar kulcsszavaim alatt nincs magyar tartalom?

Semmi. Még nincs konkurenciád ott, ami azt jelenti, hogy elsőként kezdheted el dominálni a piacot.

Ha külföldön élek is célozhatok magyarokra? Mit kell akkor beállítani?

Igen. Lokációnak beállítod Magyarországot, és akkor automatikusan tudni fogja, hogy oda szeretnél első körben célozni.

Remélem hasznosnak találtátok a Kézikönyvet, kérlek ne felejtsetek el egy visszajelzést hagyni a Facebook oldalamon, ha tetszik az anyag, illetve amivel foglalkozom, itt:

[Visszajelzést hagyok!](#)

A Pinterest Blogot itt találjátok:

[Olvasok a Pinterestről!](#)

Ingyenes Facebook csoport a tanulóimnak itt:

[Csatlakozz a Facebook Csoporthoz!](#)

TikTok:

<https://www.tiktok.com/@pinterestmagyaroknak>

Instagram:

<https://www.instagram.com/pinterestmagyaroknak/>

Fontos Információ:

A Kézikönyvben szereplő tartalom teljes egésze a szerző szellemi tulajdonát képezi. Sem részben, sem egészben nem tovább adható/értékesíthető/sokszorosítható. Ennek megszegése jogi következményeket von maga után!