

Online Láthatósági Checklist

SEGÉDLET 2

Láthatóság = foglalás. Nézd meg, hol veszítesz vendégeket.

Használati útmutató:

Pipáld ki, ami teljesül, jelöld meg x-el, ami hiányzik vagy fejlesztésre szorul.

Minden **X** potenciális bevételkiesést jelenthet.



A vendégek többsége soha nem jut el hozzád. Nem azért, mert nem érdeklí, amit kínálsz - hanem mert **nem lát meg időben.**

1. Google-jelenlét (első döntési pont)

- Van Google Cégprofilom (Google Business Profile)
- A vállalkozás neve, címe, telefonszáma pontos és egységes
- A kategóriák helyesen vannak beállítva
- Van rövid, informatív leírás a szolgáltatásról
- Az útvonaltervezés és kapcsolatfelvétel egy kattintással elérhető
- Az adatlap rendszeresen frissül (posztok, képek)

2. Vélemények és értékelések

- Van legalább 20-30 releváns értékelésem
- Az értékelések többsége 1 éven belüli
- Rendszeresen válaszolok a véleményekre (pozitívrá és negatívrá is)
- A válaszok udvariasak, hitelesek, nem sablonosak
- A vendégek könnyen tudnak értékelést hagyni

1.

3. **Közösségi média jelenlét**

- Van aktív Facebook- és/vagy Instagram-oldalam
- Az alapadatok (név, leírás, elérhetőség) naprakészek
- Az utolsó poszt nem régebbi 1 hónapnál
- A képek tükrözik a hely hangulatát és minőségét
- Egységes stílusban kommunikálok

4. **Weboldal és információk**

- Van saját weboldalam vagy dedikált aloldalam
- Mabilon is jól használható
- Könnyen megtalálható rajta: nyitvatartás, árak vagy csomagok, elérhetőség, helyszín.
- Az információk egyeznek a Google- és közösségi oldalakkal
- A foglalás vagy kapcsolatfelvétel egyszerű

5. **Képek és vizuális megjelenés**

- Vannak jó minőségű, éles fotók
- A képek aktuálisak (nem 5–10 évesek)
- Mutatják: a helyet, a szolgáltatást, a hangulatot
- A fotók több felületen is megjelennek (Google, közösségi média, weboldal)
- Nem csak belső képek vannak, hanem élményfotók is

5. **Foglalás és konverzióbiztonság**

- Van lehetőség online foglalásra vagy azonnali érdeklődésre
- A vendég előre látja az árakat vagy a várható költségeket
- Van bizalmat erősítő elem a foglalás előtt (értékelések, fotók, garanciák, visszajelzések)
- Megjelenek a releváns foglaló oldalakon (pl. szállás-, program-, vagy élményportálokon)

2.

Önértékelés – Mit mond rólad a láthatóságod?

Most, hogy végimentél a checklist pontjain, valószínűleg már tisztábban látod, hol vagy jelen, és hol vagy inkább láthatatlan a vendégek számára.

A digitális láthatóság nem technikai részletkérdés. Ez az a rendszer, amely vagy támogatja a vendég döntését - vagy észrevétlenül ellene dolgozik.

Hogyan értékel az eredményed?

26–30 pipa

Stabil online jelenlét. A vendégek nagy valószínűséggel megtalálják, megértenek és el is jutnak a foglalásig. Itt már nem a „látható vagyok-e”, hanem a finomhangolás a kérdés.

20–25 pipa

Jó alapok, de vannak rejtett lemorzsolódási pontok. A vendég érdeklődik, de nem mindig jut el a döntésig. Ezek a hiányok gyakran észrevétlen bevételkiesést okoznak.

15–19 pipa

Közepes láthatóság. A szolgáltatásod valószínűleg jó, de az online jelenlét nem támogatja eléggé az értékesítést. A vendégek egy része már az első lépéseknél kiesik.

15 alatt

A digitális láthatóság jelenleg nem dolgozik érted. A vendégek többsége nem jut el a foglalásig, mert nem kap elég információt, bizalmat vagy iránymutatást.

Mit érdemes most tenned?

Nem kell mindent egyszerre megjavítani. A leghatékonyabb lépés az, ha:

- kiválasztod azt a 3–5 pontot, ahol a legnagyobb a bizonytalanság,
- ezeket teszed rendbe először,
- majd újra lefuttatod ezt az önellenőrzést.

Már néhány apró javítás is jelentősen növelheti az érdeklődések számát, a foglalások arányát és a vendégek bizalmát.



A láthatóság nem öncél. Nem posztok, nem algoritmusok és nem technikai trükkök kérdése.

A láthatóság azt jelenti, hogy a vendég megtalálja, megért és mer dönteni.

Ez a checklist abban segít, hogy ezt tudatosan, mérhetően és lépésről lépésre tudod fejleszteni.

3.