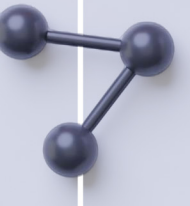
YOUTUBE-RA FEL!

2026 SZEPTEMBER









ÍGY KEZDD EL!



Online Marketing Akadémia

Tartalomjegyzék

Pár szó a szerzők jogairól 10

Bevezetés 11

Mi is az a YouTube? 11

1. Akkor kezdjük is! 15

1.1 Legyen világos célod és stratégiád! 15

2. Hogyan tovább? 17

2.1 1. lépés - A csatornád fókusza 17

2.1.1 A csatornád neve: hogyan válassz jól? 20

2.2 2. lépés - Kulcsszóstratégia kialakítása 22

2.2.1 Mi az az optimalizálás? 22

2.2.2 Kulcsszókutató eszközök 24

2.2.3 Hogyan kezdj neki? 26

2.2.4 A címkéről se feledkezz meg! 28

2.2.5 Mire figyelj? 28

2.3 3. lépés - Építs erős márkát a csatornád köré 29

2.3.1 Milyen egy jó márka a YouTube-on? 30

2.3.2 Pro Tipp: készíts saját márkás termékeket! 31

2.4 4. lépés - Készíts megosztásra érdemes tartalmat! 32

2.4.1 A vágás és az utómunka fontossága 33

2.4.2 Szoftverek, amelyekkel könnyen elkezdheted a szerkesztést 33

2.4.3 YouTube egyszerűsége 36

2.4.4 Hogyan találják meg a videódat a nézők? 37

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

2.4.5 Tippek a fejlődéshez . . . 38

2.5 5. lépés - Építsd fel a feliratkozói bázisod! . . . 38

2.5.1 A feliratkozók szeretik a friss, rendszeresen megjelenő tartalmat. . . . 40

2.5.2 Kollaborációk és közösségépítés . . . 40

2.5.3 Aktiváld a közönséged! . . . 41

2.5.4 Szervezd a tartalmad okosan! . . . 41

2.5.5 Figyelj a keresztpromócióra! . . . 42

3. Az alapok lefektetve: most építkezz tovább! . . . 43

3.1 1. Az elindulás alapjai . . . 44

3.1.1 Tisztázd, miért indítod el a YouTube-csatornát! . . . 45

3.1.2 Célközönség meghatározása . . . 45

3.1.3 Különítsd el a YouTube-csatornád - hozz létre Google- és márkafiókot! . . . 50

3.1.4 Ismerd a versenytársaidat - tanulj a legjobbaktól! . . . 53

3.1.5 Tanulj a kedvenc csatornáidtól - ne csak a versenytársakat figyeld! . . . 55

3.1.6 Tartalomgyártás időmenedzsmentje . . . 56

3.1.7 A feltöltések ütemezése . . . 57

3.1.8 Milyen eszközökre van szükséged valójában? . . . 57

3.1.9 Milyen videószerkesztő szoftvert válassz? . . . 58

3.2 2. A megfelelő témakör kiválasztása . . . 58

3.2.1 Derítsd ki, miben vagy jó! . . . 61

3.2.2 Kategória kiválasztása . . . 61

3.2.3 Vizsgálj meg népszerű témákat! . . . 62

3.2.4 Gondolkodj el egy „desperate niche"-en is! . . . 63

3.3 3. Hogyan optimalizáld a YouTube csatornádat a siker érdekében? . . . 64

3.3.1 Funkciójogosultságok bekapcsolása . . . 65

3.3.2 Emlékezetes csatornanév választása . . . 67

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

3.3.3 Készíts figyelemfelkeltő csatornaleírást! . . . 68
3.3.4 Közösségi média linkek hozzáadása . . . 70
3.3.5 Legyen saját arculatod - logó, borítókép és színek . . . 70
3.3.6 Vonzó profilkép feltöltése . . . 72
3.3.7 Készíts csatornabemutató videót! . . . 73
3.4 4. Tartalomstratégia kidolgozása . . . 75
3.4.1 Tartsd magad egy ütemtervhez! . . . 75
3.4.2 Milyen típusú videókat készíthetsz? . . . 77
3.5 5. Stratégiák a közönség építésére . . . 81
3.5.1 Hozzászólások hasonló videókhoz . . . 82
3.5.2 Ne csak videókban gondolkodj! . . . 82
3.5.3 Használd a közösségi médiát! . . . 83
3.5.4 Vegyél részt fórumokon! . . . 84
3.5.5 Dolgozz együtt másokkal! . . . 84
3.6 6. Stratégiák az ügyfél-elköteleződés növelésére . . . 85
3.6.1 Készíts egyszerű és figyelemfelkeltő indexképeket, amire rákattintanak! . . . 85
3.6.2 Alkalmazd az alap SEO- és marketingelveket a YouTube-on is! . . . 88
3.7 7. Hogyan keress pénzt a YouTube-csatornáddal? . . . 89
3.7.1 YouTube Partnerprogram . . . 90
3.7.2 Affiliate termékek (partnerprogramos termékek) . . . 90
3.7.3 Együttműködés külső YouTube partnerekkel . . . 91
3.7.4 Saját termék értékesítése . . . 91
3.7.5 Forgalomterelés saját weboldalra . . . 92
3.8 8. Hibák, amelyeket érdemes elkerülni a YouTube-csatornádon . . . 92
3.8.1 Hamis értékelések vásárlása . . . 93
3.8.2 Videók „ledobálása" rendszertelenül . . . 93

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

3.8.3 A közösségi média jelenlét figyelmen kívül hagyása . . . 93
3.8.4 Rendszertelen feltöltések . . . 94
3.8.5 A közönséged figyelmen kívül hagyása . . . 94
3.8.6 Terv nélküli indulás . . . 94
3.8.7 Más csatornák „trollkodása" vagy könyörgés a nézettségért . . . 95
3.8.8 A csatorna összekötésének hiánya a közösségi oldalakkal . . . 95

4. És hogyan tovább? . . . 96

4.1 1. fejezet: Miről szól valójában a YouTube marketing? . . . 99
4.1.1 Nem arról szól, hogy „legyél híres" . . . 99
4.1.2 Kapcsolatépítés - nem csak értékesítés . . . 100
4.1.3 Miért működik ez ma is - sőt, most különösen? . . . 101
4.1.4 Nem mindenkinek jelenti ugyanazt . . . 101
4.1.5 Mire érdemes figyelni az elején? . . . 102
4.2 2. fejezet: Hogyan kutassunk fel és válasszunk jövedelmező piaci rést? . . . 102
4.2.1 1. lépés - Nyereséges piaci rés (niche) kutatása és kiválasztása a legnépszerűbb online piactereken . . . 103
4.2.2 2. lépés - Kapcsolódó keresési kifejezések (long-tail kulcsszavak) kutatása . . . 105
4.3 3. fejezet - Üzleti YouTube-csatorna létrehozása és optimalizálása . . . 107
4.3.1 A csatorna testreszabása és optimalizálása . . . 108
4.4 4. fejezet - Értékesítésközpontú YouTube-videó beállítása . . . 110
4.4.1 Kezdjük az elején . . . 111
4.4.2 A videó testreszabása . . . 112
4.4.3 Egyéni indexkép feltöltése . . . 114
4.4.4 Nézőközönség beállítása és további opciók . . . 114
4.4.5 Videóelemek hozzáadása . . . 116
4.4.6 Gyors példa . . . 117
4.4.7 Véglegesítés és publikálás . . . 118

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

4.5 5. fejezet: A YouTube értékesítési videó beágyazása egy blogbejegyzésbe 120
4.5.1 A videó beágyazási kódjának lekérése 120
4.5.2 Blogbejegyzés létrehozása a videó beágyazásához 121
4.5.3 A videó beágyazása 123
4.5.4 Címkék és kiemelt kép beállítása 125
4.5.5 A bejegyzés közzététele 125
4.6 6. fejezet: Értékesítési videód megosztása üzleti közösségi oldalakon 126
4.6.1 Első lépés: rövidítsd le a videód linkjét 126
4.6.2 A videó megosztása Facebookon (cross-postolás) 127
4.6.3 A videó megosztása X-en (Twitteren) 128
4.7 7. fejezet: Élő közvetítés indítása egy termékbevezetés promóciójához 129
4.7.1 Hogyan indíts élő adást YouTube-on? 130
4.7.2 Élő adás indítása azonnal vagy időzítve? 131
4.7.3 Az élő közvetítés beállítása 133
4.7.4 Miért működik ez? 134
4.8 8. fejezet: Hogyan juttasd fel a termékvideódat a keresési találatok első oldalára 134
4.8.1 1. lépés - A videó feltöltése 135
4.8.2 2. lépés - Optimalizálás a rangsorolásra és a videó közzététele 135
4.8.3 3. lépés - A rangsor ellenőrzése 137
4.9 9. fejezet: Értékesítési videó népszerűsítése egy egyedi YouTube-hirdetés kampánnyal 138
4.9.1 Első lépés: Kezdd el a kampány beállítását! 139
4.9.2 Kampány létrehozása 139
4.9.3 Költségkeret és célzás beállítása 140
4.9.4 Demográfia és közönség 141
4.9.5 Kulcsszavak, témák és elhelyezések 141
4.9.6 A videóhirdetés beállítása és kampány indítása 142

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

4.10 10. fejezet: Termékválasztást elősegítő YouTube-hirdetés létrehozása 142
4.10.1 Kampány létrehozása és testreszabása 143
4.10.2 Nyelv, célzás és közönség beállítása 143
4.10.3 Tartalomcélzás: kulcsszavak, témák és elhelyezések 144
4.10.4 A hirdetés létrehozása és a kampány elindítása 144
4.11 11. fejezet: Újracélzási kampány indítása YouTube-on korábbi nézők számára 146
4.12 12. fejezet: A tökéletes YouTube értékesítési tölcsér felépítése 2025-ben 148
4.12.1 Első lépés: Célok meghatározása és a tölcsér szakaszainak kijelölése 148
4.12.2 Második lépés: A meglévő tartalom auditálása 149
4.12.3 Harmadik lépés: Tartalomarány megtervezése a tölcsér szakaszaihoz 150
4.12.4 Zárás 150
4.13 13. fejezet: A YouTube-csatorna bevételszerzési funkcióinak bekapcsolása egyszerűen - 2025-ös útmutató 151
4.13.1 Hogyan működik a monetizáció? 152
4.13.2 Amit tudnod kell a monetizáció bekapcsolása előtt 152
4.13.3 Monetizáció bekapcsolása lépésről lépésre 153
4.13.4 Mi van, ha nem fogadják el? 156
4.13.5 Miután elfogadják a jelentkezésed 156
4.14 14. fejezet: Legjobb YouTube-marketingtippek az értékesítés növeléséhez - 2025-ös útmutató . 157
4.14.1 Rövid videók készítése 157
4.14.2 Csatorna vizuális márkázása 159
4.14.3 Legyél következetes a feltöltésben! 159
4.14.4 Használj CTA-elemeket: záróképernyők és linkek 160
4.15 15. fejezet: A legnyereségesebb YouTube-videótípusok 2025-ben 161
4.15.1 Oktatóvideók 162
4.15.2 Magyarázó videók 163
4.15.3 Termékvideók 163

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

4.15.4 Oktatóanyagok és demók 164
4.15.5 Vásárlói véleményvideók 165
4.16 16. fejezet: Alternatív bevételszerzési lehetőségek vállalkozásoknak a YouTube-on túl 166
4.16.1 1. Patreon helyett: SubscribeStar vagy BuyMeACoffee 166
4.16.2 2. Dailymotion helyett: IndaVideo és Vimeo 167
4.16.3 3. Magyar webtárhelyes megoldások (pl. Videa.hu vagy saját tárhely) 169
4.16.4 4. Twitch / Mixer helyett: Kick.com, [Facebook Live] vagy [TikTok Live] 170
4.16.5 5. Facebook Videók és a Facebook Creator program alternatívái 171
4.17 17. fejezet: Hasznos eszközök és szolgáltatások, amiket érdemes kipróbálni 172
4.17.1 VidIQ 173
4.17.2 TubeBuddy 174
4.17.3 Social Blade 175
4.17.4 Pixlr (vagy alternatíva: Canva) 176
4.17.5 Tubular Insights 176
4.17.6 Camtasia (vagy EU-alternatíva: CapCut Desktop) 177
4.17.7 ZoomSphere (vagy EU-alternatíva: Metricool) 178
4.17.8 SEMrush (vagy magyar alternatíva: Marketing Miner) 180
4.17.9 HEADLINER (vagy helyette: Kapwing) 181
4.18 18. fejezet: Gyakran ismételt kérdések a YouTube-vállalkozás kapcsán 183
4.18.1 Miben különbözik a YouTube-vállalkozás a YouTube-marketingtől? 183
4.18.2 És miben különbözik a vállalkozás a YouTube-tartalomgyártótól? 184
4.18.3 Ha már promózom máshol, érdemes még YouTube-on is jelen lenni? 184
4.18.4 Egy csatorna elég, vagy érdemes többet indítani? 184
4.18.5 Feltölthetek reklámvideót is? 185
4.18.6 A csatornámat lehet olyan jól strukturálni, mint egy weboldalt? 185

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

4.18.7 Jobb kiszervezni a videókészítést, vagy magam csináljam? 186

4.18.8 Számít a feliratkozók és megtekintések száma? 186

4.18.9 Honnan tudom, hogy a néző érdeklődik a termékem iránt? 187

5 Összefoglaló 188

6 Útravalóul 189

Hivatkozások és hasznos linkek 191

 © MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

© Pár szó a szerzők jogairól

Köszönjük, hogy megvásároltad az Online Marketing Akadémia YouTube tudásanyagát. Ebben a modulban évek tapasztalatait és tudását osztjuk meg Veled. Sokat dolgoztunk azért, hogy ez az egyedülálló anyag létrejöjjön. Kérjük, tiszteld erőfeszítéseinket és ne add át harmadik félnek ezt a könyvet.

Gondolj arra, ha egyszer kikerül a kezedből, akár még a konkurenciádat is előnyösebb helyzetbe hozhatod, ha eljut hozzá. Az ebben a modulban közölt tudás legyen azoké, akik áldoztak rá. Minden vásárlónk elfogadta a megrendelés feltételeit és [1] teljes felelősséget vállalt a szerzők jogainak tiszteletben tartására.

Köszönjük, hogy betartod a „fair play” játékszabályait!

Ha tetszik az anyag és ajánlanád másoknak, kérjük, ezt a címet add tovább:
https://www.online-marketing-akademia.hu/product/youtube-ra-fel-igy-kezdd-el

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Bevezetés

Az egyik legjobb **dolog, amit megtehetsz a vállalkozásod** bővítése érdekében, az az, hogy **elindítasz egy saját YouTube-csatornát**. A YouTube ma már jóval több, mint videómegosztó platform: egyszerre kereső-, ajánlórendszer-, Shorts-, élő közvetítési, podcast- és vásárlási felület, amelyen a nap minden percében emberek milliói fogyasztanak tartalmat. Ez a felület nagy elérési potenciált biztosít, a láthatóság megszerzéséhez azonban tudatos tartalomstratégia, rendszeres tesztelés és analitikai optimalizálás szükséges.

Bevezetés - 1

Mi is az a YouTube?

A YouTube első ránézésre egy szórakoztató videómegosztó oldal, ahol zenét, vlogokat, oktatóvideókat vagy épp cicás tartalmakat nézhetünk. De ennél sokkal több van mögötte: a YouTube az egyik legnagyobb keresési és tartalomfelfedezési felület a Google után, és **az egyik legfontosabb üzleti marketingplatform** - a siker ma már nemcsak a kulcsszavas kereshetőségen, hanem a Home-ajánlásokon, a Shorts-feeden és a nézői elégedettségen is múlik. Ez azt jelenti, hogy **hatalmas lehetőség** rejlik benne, nemcsak a láthatóság növelésére, de **valós jövedelemszerzésre is** - hirdetési bevétel, csatornatagság, Super Chat, YouTube Shopping, szponzoráció vagy saját termékek értékesítése révén -, akár üzleti, akár egyéni márkaépítési céllal.

Az emberek ma már nemcsak szórakozni járnak fel ide, hanem **tanulni, vásárlás előtt tájékozódni, problémákra megoldást keresni**, élő eseményeket követni vagy podcastot hallgatni. Ha jókor és jó helyen, és valódi értéket nyújtasz, az jó eséllyel megalapozza, hogy az emberek rád találjanak - ez

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

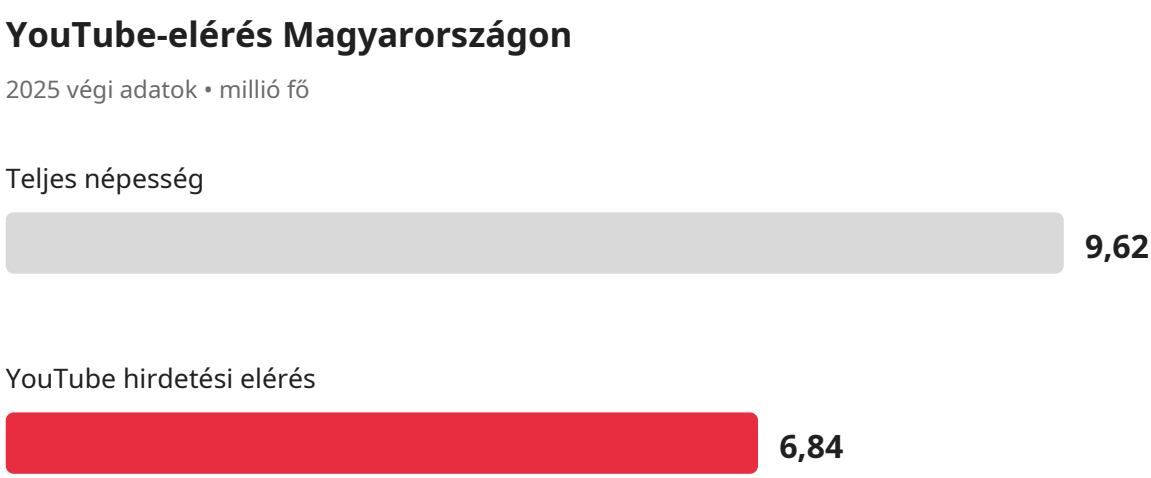
azonban nem automatikus: pontosan definiált célközönség, erős cím- és indexkép-csomagolás, valamint következetes, sorozatszerű tartalom is kell hozzá, hogy a nézők vissza is térjenek rendszeresen.

A YouTube lehetővé teszi, hogy ingyen tölts fel videót, bármilyen eszközről, bármikor - ennek természetesen megvannak a maga technikai és fiókszintű korlátai, illetve szerzői jogi és közösségi irányelvi szabályai. Ez a nyitottság mégis lehetővé tette, hogy **vállalkozások, márkák, egyéni vállalkozók** és tartalomgyártók szabadon megmutathassák magukat, és saját közönséget építsenek.

De nemcsak globálisan népszerű: **Magyarországon is rendkívül elterjedt**. A legfrissebb digitális jelentés szerint a YouTube potenciális hirdetési elérése Magyarországon 6,84 millió fő volt 2025 végén, ami az ország lakosságának nagyjából 71,1%-a (DataReportal, Digital 2026: Hungary).

2025 októberében Magyarország teljes népessége körülbelül 9,62 millió fő volt. A YouTube hirdetési elérése ennek több mint 70%-a, ami kiemelkedően magas arány nemzetközi összehasonlításban is - fontos azonban tudni, hogy ez a hirdetési elérés nem azonos az aktív havi felhasználók számával, csak azt mutatja, hány embert érhetnek el a YouTube-hirdetések.

(Forrás: DataReportal - Digital 2026: Hungary)



Magyarország népessége és a YouTube potenciális hirdetési elérése, 2025 vége. Forrás: DataReportal - Digital 2026: Hungary.

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Ez tehát egy **kitűnő lehetőség arra, hogy kapcsolatba lépj a célközönségeddel**, hosszabb ideig lekösd a figyelmüket, és elérd, hogy visszatérjenek hozzád újra és újra.

A legnagyobb cégek ma már tudatosan jelen vannak a platformon, mert pontosan ott érik el a célközönségüket. De nem csak multiként van itt helyed: egyéni vállalkozóként vagy kisvállalkozásként is **valós bevételi forrást** építhetsz a YouTube-on, ha következetesen, jól szervezetten és célirányosan dolgozol rajta.

Ha vállalkozó vagy, **egyszerűen logikus lépés**, hogy ezt a platformot is marketingeszközként használd - hiszen így **sokkal jobb pozícióba kerülhetsz** a piacon. Ha nem használod ki ezt a lehetőséget, az olyan, mintha elengednél egy jelentős, még ki nem használt elérési potenciált, miközben a versenytársaid már rég azon dolgoznak, hogy **figyelemfelkeltő videókat** készítsenek.

Sokan azonban **nehezen indulnak el**, mert túl meredeknek érzik a tanulási görbét, vagy úgy gondolják, hogy a ráfordított idő és pénz nem fog megtérülni. Egyszerűen túl kockázatosnak érzik.

És valóban: egy csatorna felépítése időt és energiát igényel. Nemcsak ki kell kutatni, **milyen típusú tartalom** vonzza majd a nézőket, hanem folyamatosan **új videókat kell készíteni**, és **kapcsolatot kell tartani a közönséggel** is.

Mégis, annak ellenére, hogy időigényes, a YouTube **az egyik legerősebb** marketingcsatorna, amely messzebbre és mélyebbre juttathatja el az üzenetedet, mint szinte bármelyik másik közösségi platform.

Ha bizonytalan vagy, hogyan indulj el, és szeretnéd **lerövidíteni a tanulási** folyamatot, akkor olvass tovább, mert **ez az útmutató pont neked készült**.

Át foglak vezetni a YouTube alapjain, elmondom, **mikor érdemes feltölteni** videót, és azt is, **hogyan vonzd be a lehető legtöbb nézőt** a csatornádra.

Nagyon sok információ kering az interneten a YouTube-kezdésről. Ez könnyen túl sok lehet egyszerre, ezért én itt **összegyűjtöttem a legfontosabb**

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

tudnivalókat, egyszerű, lépésről lépésre érthető formában. Így **megkapod az alapokat**, amivel már el tudod indítani a saját csatornádat.

Aztán később, amikor már gyakorlati tapasztalatokat szereztél, jöhetnek a mélyebb haladó stratégiák is: például a hirdetéskezelés vagy a részletes analitikai optimalizálás - magát a bevételszerzési célt és a monetizációs lehetőségeket viszont érdemes már a csatornastratégia kialakításakor átgondolni, nem csak később.

Ne bonyolítsd túl! Ne akarj **mindent egyszerre megtanulni** a YouTube marketingről.

Először fókuszálj az alapokra: kutass piacot, tudd meg, milyen tartalomra van igény, **építs csatornát**, majd **optimalizálj és fejlessz**!

Egy fontos dolgot már most jegyezz meg: a YouTube-csatornád **a vállalkozásod** kiterjesztése, nem pedig „még egy közösségi oldal”.

A sikerhez **idő, energia és legfőképp következetesség kell**. Csak így tudod felépíteni és növelni a csatornádat úgy, ahogy szeretnéd.

Készen állsz?

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

1 Akkor kezdjük is!

1.1

Legyen világos célod és stratégiád!

Mielőtt akár csak egyetlen videót is elkészítenél, **az egyik legfontosabb dolog, amit megtehetsz**, hogy **világos célt és tudatos stratégiát** alakítasz ki a YouTube-csatornád számára.

Nem az a cél, hogy „mindenkinek szóljon” a csatornád. Épp ellenkezőleg: azt szeretnéd, hogy **egy konkrét közönséghez szóljon**, és **azonnal kapcsolódni** tudjanak a tartalmaidhoz.

Ezért fontos, hogy **a látogatók rögtön megértsék**, miről szól a csatornád, mit nyújtasz nekik, és miért érdekes számukra az, amit csinálsz.

Ha ezt jól csinálod, akkor **valódi kapcsolatot tudsz kialakítani** a közönségeddel, és elkezdesz **követőtábort építeni** - ez azonban ritkán megy gyorsan: iteratív tesztelés, adatvezérelt javítás és hosszabb tanulási ciklus eredménye, ezért ne várj azonnali eredményt egy új csatornától.

A tartalmaidnak egyedinek és célzott témájúnak kell lennie, a célközönséged problémáihoz, érdeklődéséhez és keresési szándékához kapcsolódva - nem kell, hogy minden videó közvetlenül a termékeidről vagy szolgáltatásaidról szóljon, a kapcsolódás lehet közvetett is (bizalomépítés, edukáció, szakértői pozicionálás).

Ez pedig nem megy tervezés nélkül. Lehet, hogy már tudod, miről fog szólni nagyjából a csatornád, de most jött el az idő, hogy **részletesebben is átgon-**

© MINDEN JOG FENNTARTVA. OMA.HU

Köszönjük!

A tudásanyag többi részét megrendelés után tudod olvasni.

Vásárláshoz kattints ide!

(https://www.online-marketing-akademia.hu/modul/)

Üdvözlettel,
Forgács Mariann
az Online Marketing Akadémia Szakmai Vezetője