



Újabb szolgáltatással bővült az uh.ro-t kiadó médiavállalkozás portfóliója. A kisdedet [Zebamédiának nevezik](#)

, egészen döglöttnek néz ki, reméljük, nem halva született, és hamarosan talpra áll.

Foglalkozása szerint ügynökség, és [elsősorban a vállalkozóknak szól](#). Célkitűzése, hogy megszépítse, a székely s majd az erdélyi webet, és hozzájáruljon ahhoz, hogy megtörténjen a csoda: ne csak az időt és az energiát rabolja, igazi pénzt is fialjon az internet. Erről kérdeztük a Zebamédia csoport vezérigazgatóját,

Soós Róbert

et, aki épp a kis Zebrával van gyesen.

Miről szól a Zebamédia – mivel foglalkoztok konkrétan?

A Zebamédia egy reklám-, dizájn- és médiaügynökség, amely elsősorban reklámról és dizájnról szól, de ne felejtjük el a zebra mögött található médiát sem, hiszen mi onnan indultunk. Több médiaterméket, a manna.ro, az uh.ro, a kukker.ro internetes portálokat és a Székely Chili ingyenes reklámmagazint működtetjük.



Elsősorban ezek reklámhelyeinek eladásából élünk, és rájöttünk, hogy a régióban nagy hiányosságok vannak. Székelyföld több szempontból is fehér folt. Vannak weboldalak, de ezeket nem azért hozták létre, és főleg nem úgy, hogy eladjanak, hanem azért, mert a konkurenciának is van.

Legtöbb esetben hiányzik a megfelelő tudás, hogy milyennek kellene lennie egy hatékony, megtérülő internetes kampánynak, ezért egy-két próbálkozás után a vállalkozók könnyen levonják azt a következtetést, hogy nem is éri meg internetben gondolkozni. Sokan nem is gondolják, hogy ez tanulható, vagy ez a tudás számukra is megfizethető.

Mi sem vagyunk született online marketing polihisztorok, a médiában eltöltött hosszú, bukácsolásokkal tarkított évek alatt, sok-sok könyv átböngészésével, folyamatos önfejlesztéssel tanultuk meg a szakma csínját.

Székelyföld több szempontból is sajátos terület, kevés a nagyvállalkozás, így a nagy médiaügynökségeknek, amelyeknek megvan a megfelelő szaktudásuk a dizájn és a kommunikáció terén, nincs igazán célcsoportja erre felé, mert ők olyan árakkal dolgoznak, hogy azt a helyi kis- és középvállalkozók nem tudják megfizetni. Mi elég kicsik vagyunk ahhoz, hogy komolyan vegyük a kisebb vállalkozásokat, és elég nagyok ahhoz, hogy ki tudjuk szolgálni őket.

Hogyan tud egy weboldal eladni? Van akkora piac, hogy megbírhjon, mondjuk egy internetes áruházat?

A weboldalon történő eladás nemcsak azt jelenti, hogy internetes áruházat működtetünk, ez csak egy kis szeglet. Sokkal inkább arról szól, hogy minden cégnek megvannak a maga kulcsértékei, kulcstevékenységei, amelyeket el szeretne juttatni a vásárlóihoz, és erre egy előnyös csatorna a mindig kéznél levő, olcsó, távolságokat kiiktató világháló.

