

Storytelling: Marketing és Erasmus+

*Hiteles narratívák: diákok, hallgatók
bevonása a storytelling erejével*



Erasmus az ELTE-n

mobilitási típusok:

- hallgatói tanulmányi mobilitás
- szakmai gyakorlat
- oktatói mobilitás
- dolgozói tréning



Erasmus az ELTE-n

közösségi média kommunikáció

- első közösségi média megjelenés: 2024 december
- hallgatói visszajelzések alapján
- kommunikáció erősítése az ELTE központi oldalain
- források kihasználása
- gyakornok bevonása



A Storytelling fogalma

Storytelling: egy marketing üzenet közvetítése
szereplők történetén keresztül



A Storytelling fogalma

ÜZENET	TÖRTÉNET
Vedd meg az üdítőnket!	Télapós Coca Cola reklámok
Ez a tisztítószer a legjobb!	A család kiskedvence összesározza a szőnyeget, szegény szülőknek pedig valahogyan fel kell takarítania.
Ez egy kényelmes futócipő!	Nézd, ez a 80 éves nagymama megfiatalodik és lefut egy maratont, amint felveszi a futócipőnket!

A Storytelling előnyei

- a nézők jobban **emlékeznek** egy történetre, mint önmagában egy termékre vagy szolgáltatásra
- **érzelmi** szinten is kapcsolódni tudnak a szereplőkhöz
- egyszerű, párbeszéd szerű **szerkezet** → vásárló problémája + a te megoldásod = boldog vásárló
- nem a terméken van a hangsúly, hanem a hozzáadott **értéken** / hasznon



Működik a storytelling?

Kulcsszó:
customer engagement

Article PDF Available

Is Storytelling Marketing Effective in Building Customer Engagement and Driving Purchase Decisions?

September 2023 · Jurnal Manajemen Bisnis 14(2):274-296
DOI:10.18196/mb.v14i2.17830
License · CC BY-SA 4.0

Authors:

 **Hera Febria Mavilinda**
Sriwijaya University

 **Yulia Hamdaini Putri**
Sriwijaya University

Structure (AMOS) program. Research findings: The study's results demonstrated that storytelling marketing directly and significantly affected customer engagement and did not directly affect purchasing decisions. In addition, there was a positive and significant influence between customer engagement and purchasing decisions, and customer engagement mediated the relationship between storytelling marketing and purchasing decisions.

<https://doi.org/10.18196/mb.v14i2.17830>

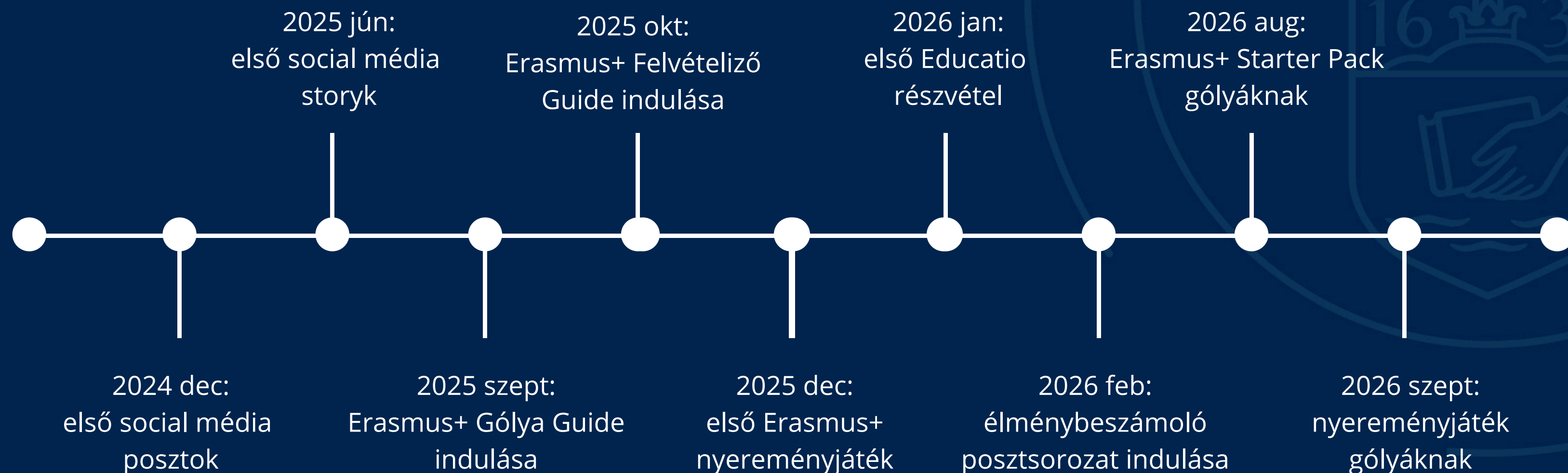
Hogyan használjuk az Erasmusban?

- szlogenek → plakátok, tájékoztatók
- social media posztok és storyk
- hallgatói élménybeszámolók



Kommunikációnk fejlődése

2024 december - 2026 szeptember





ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

szlogenek





ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

social media

Kulcsszó:
személyes azonosulás



social media

- bite-sized tartalom
- “probléma → megoldás” szerkezet
- call-to-action (CTA) → engagement



hallgatói élménybeszámolók

Kulcsszó: hitelesség

Erasmus ösztöndíjas hallgatók történetei



2026.07.27.

**Szabó Eszter (PPK,
részképzés) -
Élménybeszámoló
NOTODDEN**

"Szakmai szempontból a nyelvtudásom fejlődése volt a leglátványosabb: mivel minden nap angolul kommunikáltam a tanárokkal és a hallgatótársakkal, a gátlásaim teljesen eltűntek."



2026.07.27.

**Schmidt Anna (GTK,
részképzés) -
Élménybeszámoló
MODENA**

"Az Erasmus ad egy második életet, az az egy (vagy esetleg két) szemeszter nem pár hónapnak érződik, az embernek kialakul egy párhuzamos valósága, a lehető legjobb értelemben."



2026.07.22.

**Rancsó Anna Réka (BTK,
részképzés) -
Élménybeszámoló
PADOVA**

"Ha valamit ki kellene emelnem, hogy mi az, amit magammal viszek ebből a fél évből, azt mondanám, hogy ne aggódjam túl a dolgokat, mert a végén úgy is minden megoldódik."

Hallgatói elégedettségi kérdőív / Student experience report

Szállással kapcsolatos információk: hogyan talált szállást, milyen színvonalú volt a szállása, mennyibe került?

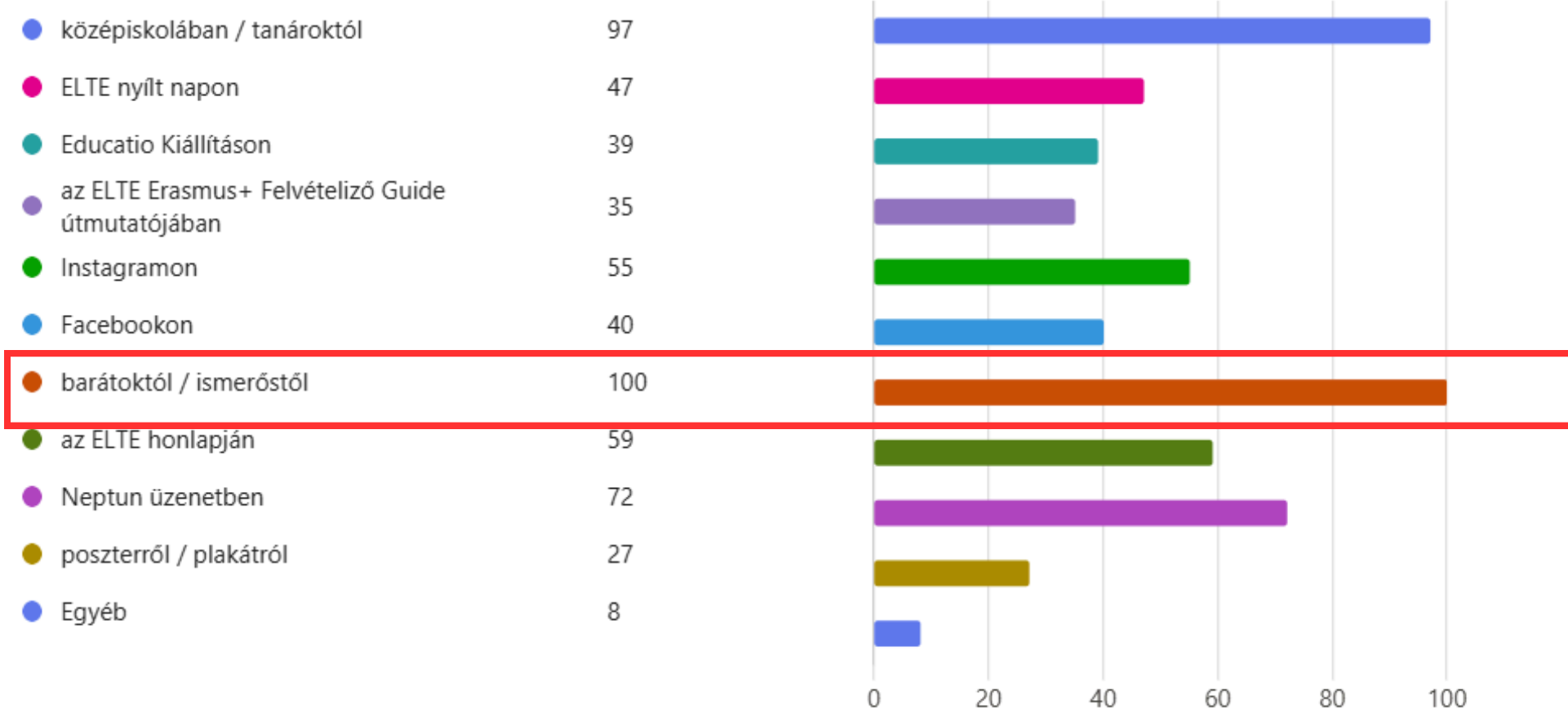
*

Turku diákszállás-hiánya miatt privát úton kellett szállást találnom és bérelnem, ahogy rengeteg másik külföldi hallgatónak is. Ezeknek a szállásoknak jelentősen magasabb az ára, mint az egyetem által ajánlott diáklakásoknak, utóbbiból azonban kifejezetten korlátolt a kapacitás. Én 520 eurót fizettem havonta egy egyszobás stúdiólakásért, nem messze (gyalogtávolságra) az egyetemtől. A szállás minősége jó volt, bár kifejezetten régi épületben volt a lakás, ezért sokszor kellett javító munkákra várnom, ha probléma volt a vízzel vagy internettel.

hallgatói élménybeszámoló

3. Honnan hallottál már korábban az Erasmusról?

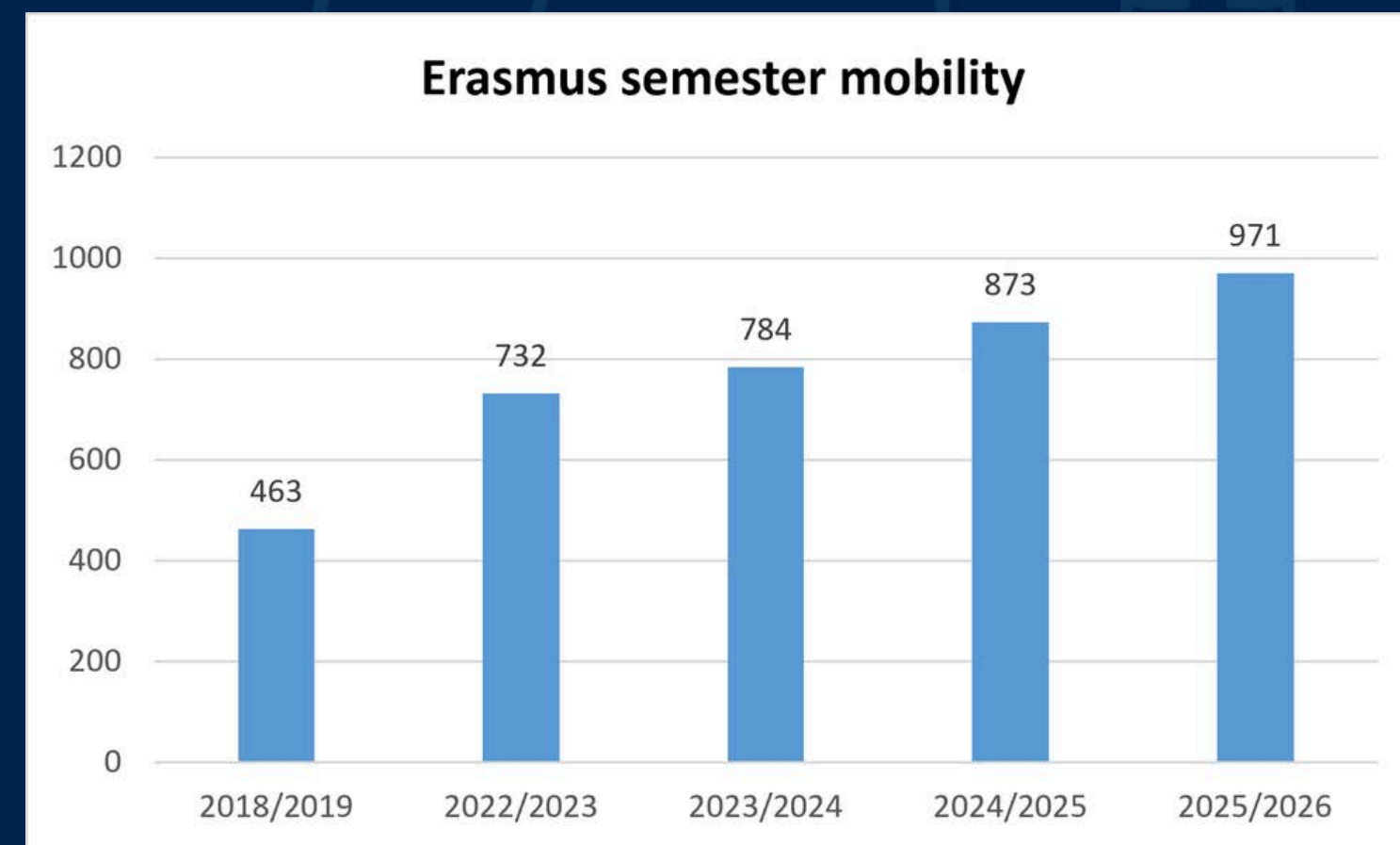
[Több részlet](#)



(Gólyák között végzett felmérés, 2026 szeptember)

Eredmények

növekvő pályázati számok

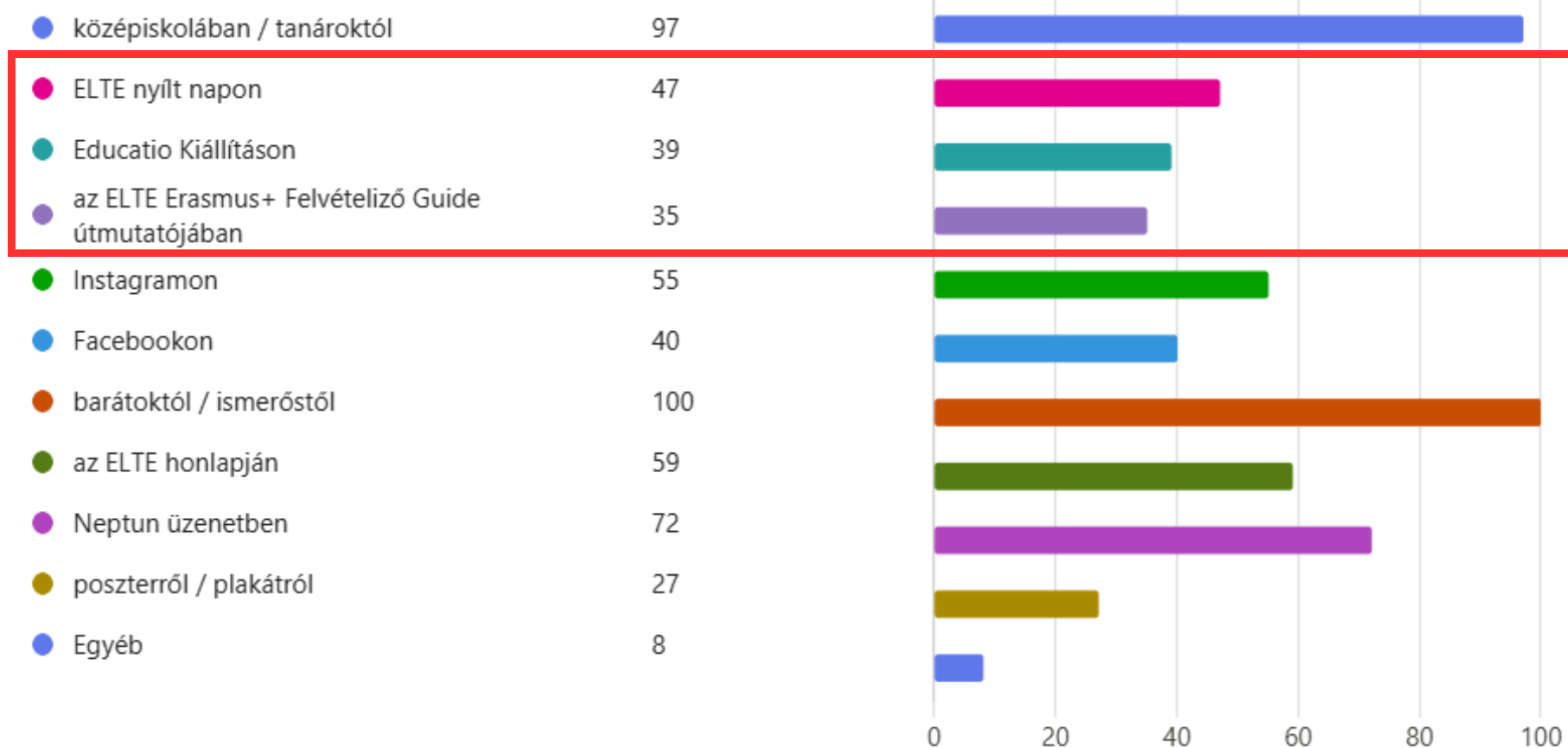


Eredmények

bővülő lefedettség

3. Honnan hallottál már korábban az Erasmusról?

[Több részlet](#)



(Gólyák között végzett felmérés, 2026 szeptember)

Eredmények

bővülő lefedettség

- Gólya Guide útmutatónkat és Erasmus+ Starter Pack csomagunkat **13 000** frissen felvett hallgatóhoz tudtuk eljuttatni.
- Starter Pack Nyereményjátékunk kitöltéseinek száma jelenleg **155**.





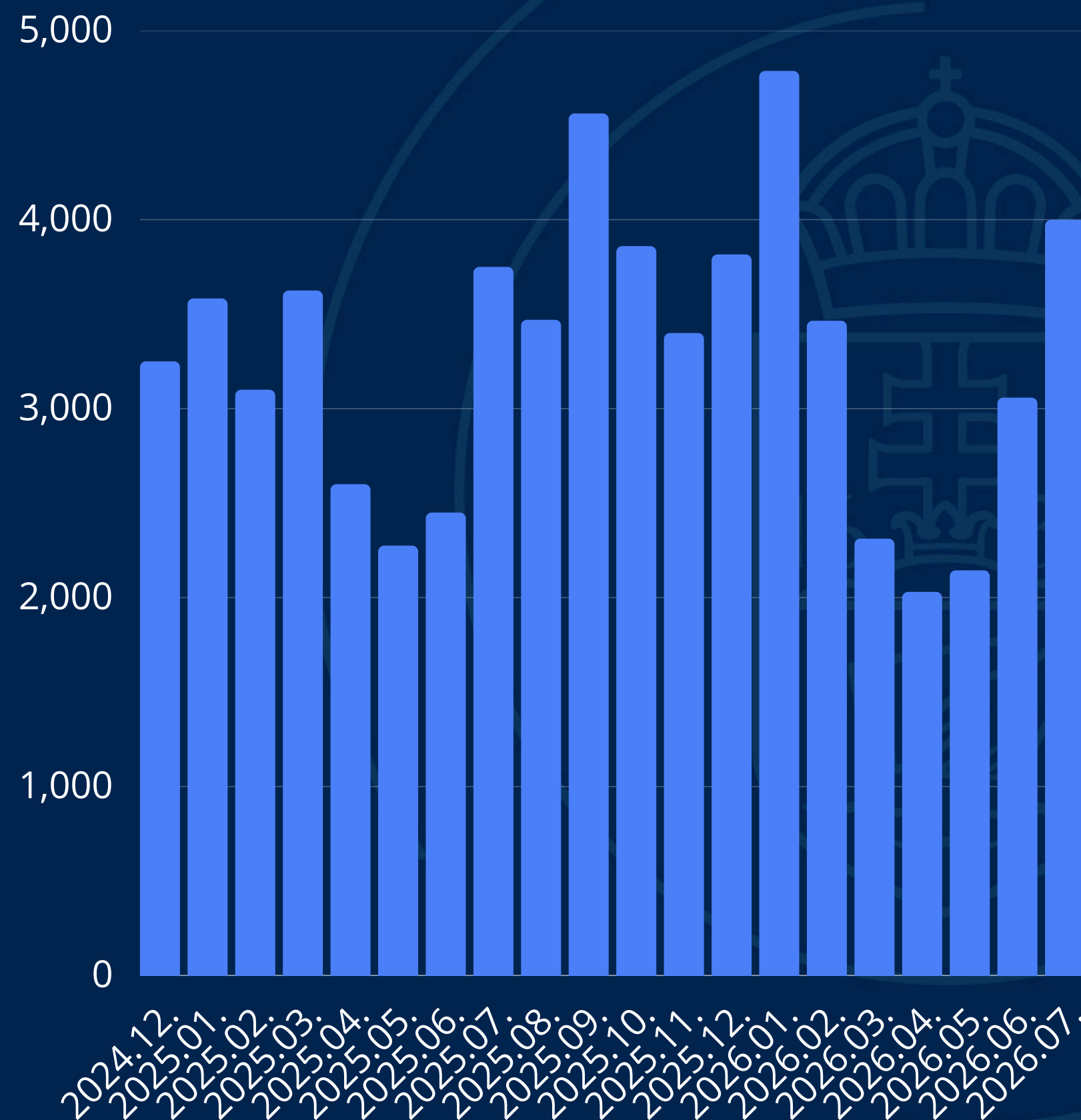
ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

növekvő social media elérés

 Eötvös Loránd Tudományegyetem - ELTE

 elte_official

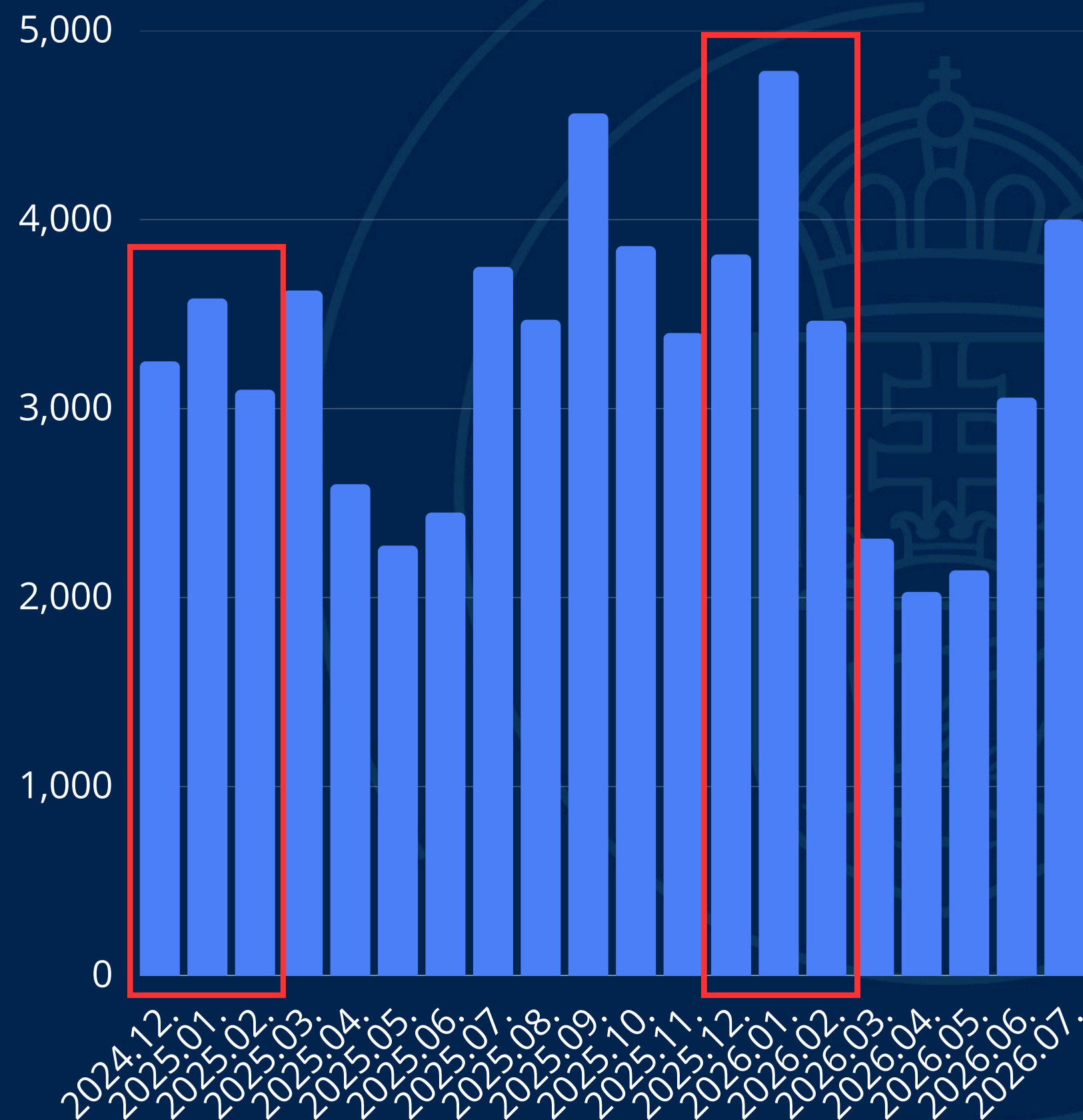




ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

növekvő social media elérés



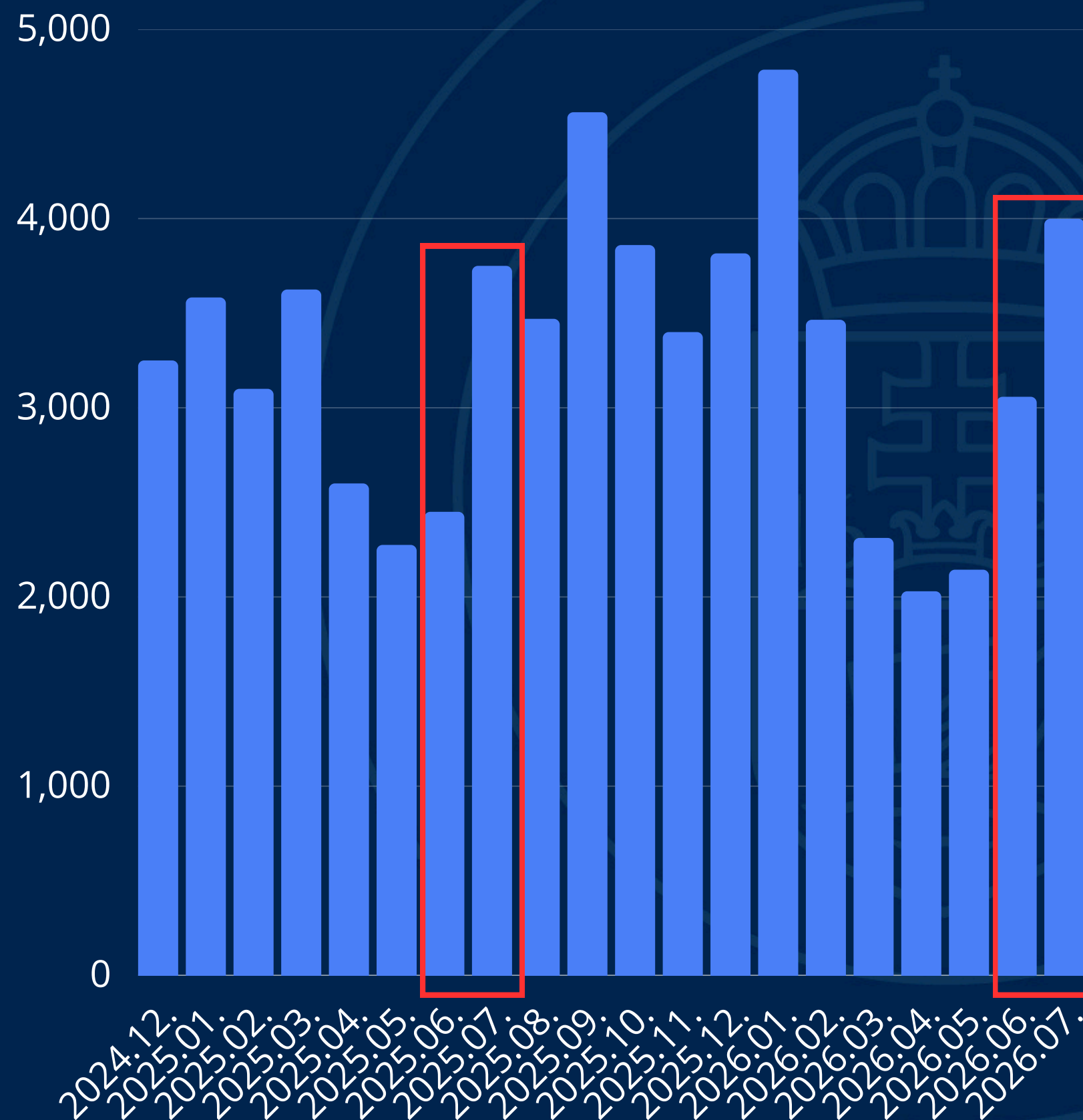


ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

növekvő social media elérés

Kulcsszó: folytonosság





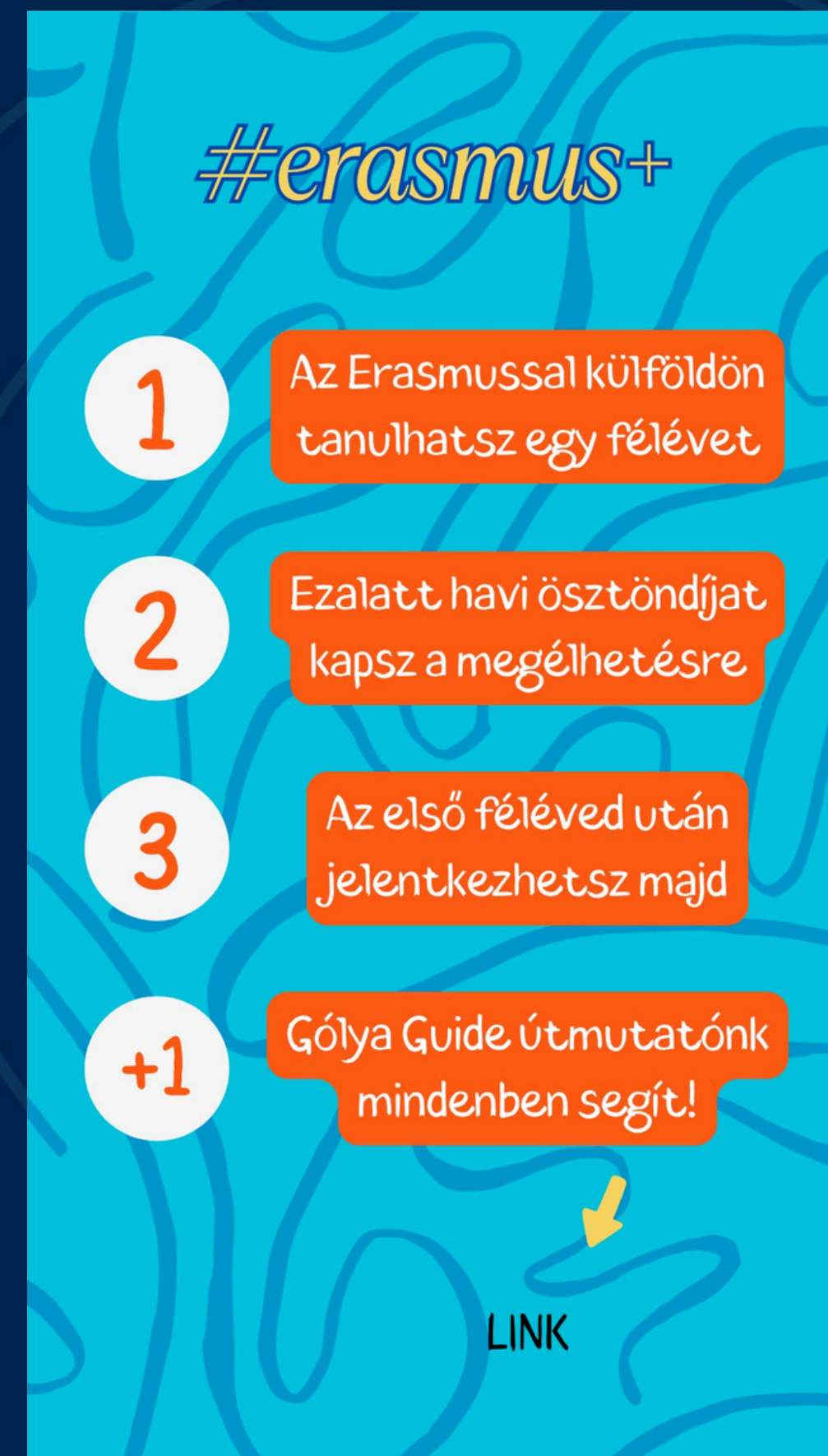
ELTE EÖTVÖS LORÁND
TUDOMÁNYEGYETEM

Eredmények

hallgatói engagement

- téma: Gólya Guide
- időszak: 2026 július
- kattintások: 284

Kulcsszó: CTA



Merchandise

- vibe-ok
- történetek
- azonosulás
- emlékezés



Merchandise

- praktikus tárgyak
- újrahasznosíthatóság



Merchandise

- szórakozás
- (népszerűségi faktor)



Köszönjük a figyelmet!

