

# Ne veszíts több foglalást a Facebook csoportokban

5 pontos ellenőrző lista szállásadóknak

Modern Szállásadó

# Tartalomjegyzék

Ellenőrző lista:

1. Írd ki konkrétan a közvetlen foglalás előnyét	3
2. Ne felsorolást íj – hanem egy 2 éjszakás mini történetet	6
3. Használg kereshető kulcsszavakat – hogy ne csak görgessenek, hanem meg is találjanak	9
4. Tegyl bele egy konkrét vendégidézetet– egyetlen mondatot, ami elosztatja a kételyt	12
5. Adj meg egy saját, direkt elérési utat – amit te irányítasz	15
Hogyan tudok neked segíteni?	19

A szálláskereső Facebook csoportok sajátos világ: itt hatalmas a zaj, és az érdeklődők másodpercek alatt döntenek. Ahhoz, hogy ne „csak egy legyél a sok közül”, hanem nálad foglaljanak, ezt az 5 pontot érdemes beépítened a posztodba.

Mutatom, hogyan.

### **Íme, mi történik minden egyes alkalommal, amikor úgy posztolsz, hogy ez az 5 elem hiányzik:**

Egy leendő vendég görgeti a szállásos Facebook csoportot. Megállítja a bejegyzésed. Tetszenek a képek, érdekli a hely.

Aztán megnyitja a Google-t, beírja a szállásod nevét – és az első találat egy szállásfoglaló portálra visz.

Ott foglal. Te pedig kifizetsz 15–20% jutalékot egy olyan vendég után, akit te szerezteél, egy olyan csoportban, ahol ingyen posztoltál.

### **Nézzük meg, mekkora összegről beszélünk.**

Ha az átlagos foglalásod értéke 60.000 Ft, akkor 9.000–12.000 Ft jutalékot adsz át a platformnak. Egyetlen foglalás után.

Most szorozd fel ezt:

Havonta 4 ilyen foglalás esetén ez már 36.000–48.000 Ft.

Egy 6 hónapos szezon alatt pedig simán elmegy 216.000–288.000 Ft – olyan pénz, amit megtarthatnál.

Ez az ellenőrző lista azért készült, hogy ebből a jutalékcsapdából kikerülj.

Mielőtt tovább olvasol, számold ki a saját számaiddal:

#### **👉 Jutalék kalkulátor**

Írd be az átlagos éjszakánkénti árat, a foglalási hosszt, a portálok által levont százalékot és a havi foglalások számát – és nézd meg a jutalék összesítést.

Ez az az összeg, amit részben vagy akár teljes egészében visszaszerezhetsz, ha a vendégek közvetlenül nálad foglalnak. Az alábbi ellenőrző lista éppen ezért készült.



# 1. Írd ki konkrétan a közvetlen foglalás előnyét

Amikor egy vendég közvetítő oldalon keresztül foglal:

- vagy ő fizet többet,
- vagy te kapsz kevesebbet,
- vagy mindkettő.

A legtöbb vendég ezt nem tudja. Azt gondolja: „Az ár az ár.”

Ha a Facebook posztodban nem mondd ki egyértelműen, miért éri meg közvetlenül nálad foglalni, akkor nincs valódi oka nem a szállásfoglaló oldalt választani.

Amit a legtöbb szállásadó ír:

„Foglalj közvetlenül jobb áron!”

Ez túl általános. A homályos ígéretek nem ösztönöznek döntésre. Konkrét, érthető előny kell.

## Három módja van annak, hogy ezt jól kommunikáld

A jutalék kalkulátorban már láttad, mekkora összegről mondasz le egy-egy foglalásnál.

Ez nem azt jelenti, hogy ezt az összeget „oda kell adnod” kedvezményként.

Ez azt jelenti, hogy tudatosan kell kommunikálnod:

- közvetlen foglalásnál nincs közvetítői felár
- a vendég közvetlenül veled egyeztet
- extra figyelmet vagy plusz értéket kap

### 1 Árgarancia

„Közvetlen foglalásnál garantáltan a legjobb árat kapod, mivel a foglalást nem terheli közvetítői díj.”

### 2 Kontrollált kedvezmény (ha szeretnél ilyet adni)



„Közvetlen foglalás esetén 5% kedvezményt biztosítunk.”

**3** Exkluzív extra (sokszor erősebb, mint a kedvezmény)


Nem az árat csökkented — az élményt növeled.

- egy üveg helyi bor
- ingyenes kerékpárhasználat
- korai bejelentkezés
- késői kijelentkezés

### **DIREKT FOGLALÁSI ELŐNY – Minta szöveg**

„Ha közvetlenül nálunk foglalsz, garantáltan a legjobb árat kapod, mivel a foglalást nem terheli közvetítői díj.

Sőt:

 [Itt írd be az extrát: pl. egy üveg helyi bort / ingyen tűzifát / korai bejelentkezést] biztosítunk ajándékba.”

### **Döntsd el, hogyan kommunikálsz a direkt foglalás előnyét:**

- árgaranciával
- kisebb, kontrollált kedvezménnyel
- exkluzív extrával

és írd bele a posztodba még ma.





## **2. Ne felsorolást íj – hanem egy 2 éjszakás mini történetet**

Nézd meg ezt a két posztot egymás mellett.

**A.) változat:** 2 szobás apartman, WiFi, légkondicionáló, ingyenes parkolás, csendes környék.

**B.) változat:** Péntek délután megérkezel Tihanyba, berendezkedsz a panorámás apartmanban, és a teraszon iszol egy kávét, miközben a Balatont nézed. Szombat reggel elsétálsz a levendulásba, délután a tóparton napozol – ami 3 perc gyalog. Este a sétatéren friss halat vacsorázol, majd visszasétálsz a szállásra a csillagos ég alatt.

Az A.) változat információ. A B.) változat élmény.

Az unalmas felsorolás **ár-összehasonlítást** indít el.

Az élményleírás **vágyat** indít el.

Ha a vendég csak információt lát, elkezd összehasonlítani. Megnyit egy szállásfoglaló oldalt, ahol te egy leszel a több száz közül – és ha ott foglal, jutalékot fizetsz. Ha viszont egy konkrét hétvégét képzelsz el magának nálad, nem akar öt másik hirdetéssel összevetni. Azt az élményt akarja, amit most elképzelt.



## Így épül fel a mini történet:

### 1. mondat – Érkezés (péntek)

„Péntek délután megérkezel [TELEPÜLÉS]-re, berendezkedsz a [LEGJOBB HELYISÉGED LEÍRÁSA] -ban, és [ELSŐ ÉLMÉNY – pl. kiülsz a teraszra egy pohár borral].”

### 2. mondat – Szombat nappal

„Szombat reggel [KÖZELI PROGRAM / TERMÉSZET / PIAC], délután pedig [EGY MÁSIK KONKRÉT ÉLMÉNY, ami pár perc sétára van].”

### 3. mondat – Szombat este

„Szombat este [HELYI ÉTTEREM / SÜTÖGETÉS / DÉZSA / SZAUNA], majd [HOGYAN ZÁRUL AZ ESTE – pl. a csillagos ég alatt pihensz a kertben].”

**Írd meg a saját 3 mondatodat, és használd már a következő Facebook posztodban.**



**3. Használd kereshető  
kulcsszavakat – hogy ne  
csak görgessenek, hanem  
meg is találjanak**



A Facebook csoportoknak saját keresője van (a kis nagyító ikon).

Amikor valaki komolyan utazást tervez, nem csak görget a posztok között, hanem konkrétan rákeres például erre: „Balaton június”, „Dunakanyar április” vagy „Balatonfüred augusztus”.

Ha ezek a kulcsszavak nincsenek benne a bejegyzésed szövegében, a posztod egyszerűen nem fog megjelenni a találatok között.

Ilyenkor nem egy nézelődő érdeklődőről beszélünk.

Hanem egy olyan vendégről, akinek már van úti célja és időpontja.

Ő döntésközeleli állapotban van.

Ha nem a te posztod jelenik meg előtte, az egy konkrétan elszalasztott foglalás.

Amit sokan rosszul csinálnak:

„Szép apartman kiadó a tónál.”

Ez soha nem fog megjelenni egy ilyen keresésre:

„Balatonfüred augusztus”

Mert nincs benne:

- konkrét település
- konkrét hónap
- szezon
- régió

Minden posztodban szerepeljen ez a 4 kulcsszó-típus, a szövegbe természetesen beépítve:

**1** Település neve

(pl. Balatonfüred, Eger, Noszvaj, Gyula, Tihany)

## 2 Régió neve

(pl. Balaton, Mátra, Bükk, Tokaj)

## 3 Konkrét hónap(ok)

(pl. június, július, augusztus, szeptember)

## 4 Szezon

(pl. nyár, nyári, ősz, őszi, tavasz)

Például így: „Balatonfüredi vendégházunk a nyári szezonban, júniusban és augusztus végén még foglalható. A Balaton egyik legszebb részén várjuk vendégeinket.”

Ez egyetlen mondatban tartalmazza:

- települést
- régiót
- hónapot
- szezont

Így többféle keresésre is esélyed van megjelenni.

## Miért éri meg ezzel a pár plusz szóval bajlódni?

Minden vendég, aki a Facebook csoport keresőjén keresztül talál rád:

- **Ingyen van:** Nem fizetsz hirdetésért.
- **Jutalékmentes:** Közvetlenül nálad foglal, nem a nagy platformokon.
- **Eltökélt:** Ő már tudja, hova és mikor akar menni – a legjobb típusú vendég.

**Mit tegyél most? Mielőtt megnyomod a „Közzététel” gombot a következő posztodnál, ellenőrizd: benne van a település, a régió, a hónap és a szezon? Ha igen, mehet is ki!**



**4. Tegyéél bele egy konkrét  
vendégidézézetet– egyetlen  
mondatot, ami eloszlatja a  
kételyt**

A Facebook csoportokban mindenki azt írja: „szép”, „tisztá”, „csendes”, „kényelmes”.

A vendég agya ezeket a szavakat már alig érzékeli.

A valódi kérdés a fejében ez:

„Másoknak bevált?”

A bizalom hiánya az egyik legnagyobb oka annak, hogy a vendég végül platformon foglal.

Ha a posztodban nincs társadalmi bizonyíték, könnyen átmegy egy olyan oldalra, ahol lát véleményeket, visszajelzéseket. És ott foglal. Jutalékkal.

Amit sok szállásadó rosszul csinál

„Kiváló értékeléseink vannak!”

„Vendégeink imádják!”

Ez nem bizonyíték.

A vendég nem neked akar hinni, hanem egy másik vendégnek.

Így csináld helyesen – a „Vágókép” technika

Ne a teljes véleményt másold be. Keress egyetlen konkrét, életszagú mondatot, ami szinte „megfilmesíti” az élményt.

Például:

„Egy kétgyermekes anyuka írta múlt héten: 'Végre egy hely, ahol nem a telefont nyomkodták a gyerekek, hanem egész nap a kert végében lévő pataknál játszottak.'”

Miért működik ez? Mert konkrét. Látod magad előtt a patakot, a gyerekeket és érzed a nyugalmat. Ez eladja a szállást helyetted is.

Honnan vedd az idézetet?

Nyisd meg a Booking.com, Szállás.hu vagy Google értékeléseidet, és keresd azokat a mondatokat, amelyekben van:

- **Érzelem** (pl. „Vasárnap nem akartunk hazamenni.”)
- **Konkrét részlet** („Féltem a matractól a derékfájásom miatt, de 5 éve nem aludtam ilyen jól.”)
- **Húha-faktor** (pl. „Élőben még szebb, mint a fotókon.”)

Hogyan építsd be a posztba?

Ne keretezd be, ne írd oda nagy betűkkel, hogy VÉLEMÉNY. Csak fűzd hozzá a leírásodhoz, mintha egy barátodnak mesélnéd:

„...pontosan az ilyen pillanatokért csináljuk ezt az egészet. Ahogy az egyik vendégünk írta nemrég: 'A teraszon reggelizni nálatok olyan volt, mintha megállt volna az idő.' Ha ti is kiszakadnátok a rohanásból, szeretettel várunk.”

Miért hálálja meg ezt a pénztárcád?

Ha a vendég már a Facebook posztodban megkapja a bizonyítékot, hogy valódi emberek, valódi élményeket szereztek nálad:



- akkor kisebb eséllyel megy át más platformra „ellenőrizni” téged.
- nem kezd ár-összehasonlításba.
- nem keres további megerősítést máshol.
- a bizalom ott helyben megszületik.

És ahol megszületik a bizalom, ott nagyobb az esély a közvetlen foglalásra — jutalék nélkül.

**□ Nyisd meg a vendégértékeléseidet. Másolj ki egyetlen erős, konkrét mondatot, és építsd bele a következő Facebook posztodba természetesen.**



**5. Adj meg egy saját, direkt  
elérési utat – amit te  
irányítasz**



Ez az a pont, ami eldönti: az előző négy lépésed valódi, jutalékmentes foglalást hoz-e, vagy csak „bemelegíted” az érdeklődőt, aki aztán átmegy valamelyik nagy platformra.

Nézzük, mi történik, ha a posztod jól működik: a vendég elolvassa a mini történetedet, látja a direkt foglalás előnyeit, a keresőn keresztül rád talált, és készen áll, hogy többet tudjon meg.

Ilyenkor egy dolgot keres: **Hova kattintsak most?**

Mi történik különböző esetekben?

- **Ha egy szállásfoglaló portált linkeltél be:** Épp most fizettél jutalékot egy olyan vendég után, akit *te* szereztél a saját posztoddal, egy ingyenes Facebook csoportban. Te végezted el a marketingmunkát, a platform pedig csak besöpri a jutalékot.
- **Ha nem tettél ki linket:** A vendég rákeres a szállásod nevére a Google-ben. Ha nincs saját weboldalad, az első találat egy közvetítő oldal lesz. Jutalék kifizetve.

## A közvetlen elérési utak rangsora (Melyik hozza a legtöbb direkt foglalást?)

Nem minden link egyenértékű. Íme, mi működik a legjobban:

- **Saját weboldal – a legerősebb megoldás:** Profi fotók, naptár és egy ajánlatkérő/foglalási űrlap. Ez építi a legnagyobb bizalmat, és itt „morzsolódik le” a legkevesebb érdeklődő.
- **Messenger közvetlen link:** Egy kattintás, és már írhat is neked. Gyors, de sok kérdést hagy nyitva, ami miatt a vendég még bizonytalan maradhat.
- **Telefonszám:** Szuper a gyors egyeztetéshez, de sokan (főleg a fiatalabbak) már nem szeretnek ismeretleneket hívogatni „csak infóért”.
- **Írj privát üzenetet:** Lesznek, akik írnak, de sokan nem. Miért? Mert egy idegennek üzenetet küldeni bizalmat igényel. Még nem látták a teljes fotógalériádat, az áraidat vagy a szabad időpontokat – és így nehéz megtenni az első lépést.
- **Saját Facebook profilod linkje:** Nem helyettesít egy átlátható, rendszerezett weboldalt. Az érdeklődő nem fog 200 bejegyzést átnézni, hogy megtalálja mindazt, amire kíváncsi.

## A leghatékonyabb megoldás

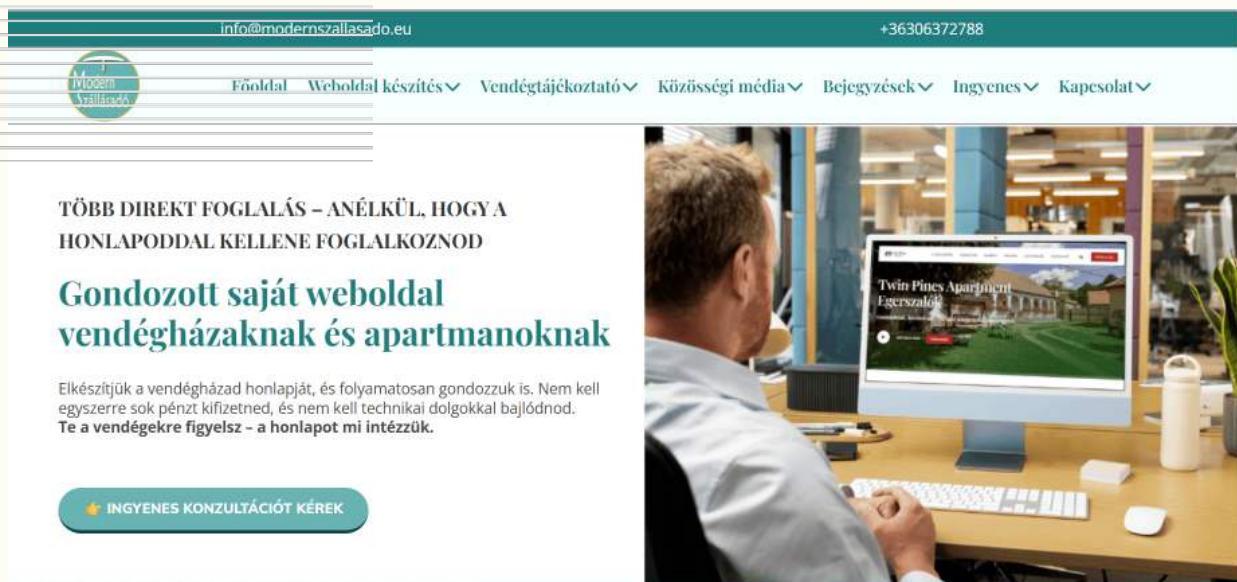
Egy link, ami a saját weboldaladra mutat. Itt a vendég profi fotókat lát, részletes leírást kap, ellenőrizheti a dátumokat, és közvetlenül neked küldheti el az érdeklődését. Nincs köztes platform, nincs levont jutalék.

Egy saját weboldal a saját domain neveddel (pl. [www.vendeghazadneve.hu](http://www.vendeghazadneve.hu)) több dolgot ér el egyszerre:

- **Profi és hiteles:** Bizalomépítő célállomást adsz a Facebook posztod mellé.
- **Kényelmes:** A vendég a saját tempójában böngészhet az árak és fotók között anélkül, hogy rögtön üzenetet kellene írnia.
- **Direkt bevétel:** Közvetlenül hozzád fut be az igény, így a teljes összeg nálad marad.
- **Google-mágnes:** Ha rákeresnek a nevedre, téged találnak meg, nem a közvetítő oldalakat.
- **Hosszú távú befektetés:** Minden későbbi posztod, névjegykártyád és ajánlásod erősebb lesz, mert van egy fix, direkt „otthonod” az interneten.

## A leggyakoribb kifogás

„Egy weboldal több százezer forintba kerül, és technikai tudás kell a fenntartásához.”



The screenshot shows a website header with the email [info@modernszallasado.eu](mailto:info@modernszallasado.eu) and phone number +36306372788. The navigation menu includes: Főoldal, Weboldal készítés, Vendégtájékoztató, Közösségi média, Bejegyzések, Ingyenes, and Kapcsolat. The main content area features a headline: "TÖBB DIREKT FOGLALÁS – ANÉLKÜL, HOGY A HONLAPODDAL KELLENE FOGLALKOZNOD" and a sub-headline: "Gondozott saját weboldal vendégházaknak és apartmanoknak". Below this, it states: "Elkészítjük a vendégházad honlapját, és folyamatosan gondozzuk is. Nem kell egyszerre sok pénzt kifizetned, és nem kell technikai dolgokkal bajlódnod. Te a vendégekre figyelsz – a honlapot mi intézzük." A green button with a star icon says "INGYENES KONZULTÁCIÓT KÉREK". To the right, there is a photo of a man sitting at a desk with a computer monitor displaying a website for "Twin Pines Apartman Egerszalók".

Nézd meg újra a Jutalék kalkulátor számait. Különösen a szezonális jutalékok összegét. Sok szállásadónál ez 200.000 – 500.000 Ft (vagy akár több) szezononként. Egy profi, direkt foglalásra optimalizált weboldal már az első néhány közvetlen foglalás után visszahozza az árát.

A weboldal hiányának valódi költsége az a jutalék, amit minden egyes olyan vendég után kifizetsz, aki direkt szeretett volna foglalni, de nem volt hova kattintania. Nem technikai zseninek kell lenned, hanem egyetlen döntést kell meghoznod: nem fizetsz többé jutalékokat olyan vendégek után, akiket te magad szereztél meg.

**☐ Van direkt, saját elérési útvonalam a posztban (nem Booking link!)**

## **Mi teszi teljessé a rendszert?**

Most már van egy ellenőrző listád, amivel minden Facebook posztod esélyesebb egy közvetlen foglalásra.

De saját weboldal nélkül ez az ellenőrző lista csak félgőzzel működik. Ez az az egyetlen befektetés, ami megtöbbszörözi az összes többi marketingmunkád erejét.

Írhatod, hogy „küldj üzenetet”..., de a legtöbb direkt foglalást akkor tudod elérni, ha ezt tudod írni:

„Foglalj közvetlenül itt: [vendeghazadneve.hu](http://vendeghazadneve.hu)”

Ez az az elem, ami az egész ellenőrző lista hatékonyságát megsokszorozza.



**Hogyan tudok  
neked segíteni?**

Most már látod, hogyan működik a rendszer.

Poszt → bizalom → direkt elérés → jutalékmentes foglalás.

De weboldal nélkül ez a rendszer félkarú óriás.

Nem weboldalt készítek.

### **Direkt foglalási alapot építék.**

Egy olyan saját felületet, ahova a vendég biztonsággal kattinthat, ahol nem terheli közvetítői díj a foglalást, és ahol a teljes összeg nálad marad.

A weboldal az tiéd marad — nem ragadsz be egyetlen rendszerbe sem. Mi pedig folyamatosan gondozzuk, frissítjük, karbantartjuk. Nem kell technikai tudás. Nem maradsz magadra utána.

**7–14 napon belül él a honlapod.** Az Alap csomag 9.900 Ft/hó-tól indul, egyszeri 29.000 Ft kezdő díjjal.

A legtöbb szállásadónál ezt egyetlen direkt foglalás fedezi. Minden további foglalás pedig jutalékmentes profit.

A kérdés nem az, hogy megéri-e. **A kérdés az, hogy meddig fizetsz olyan vendégek után, akiket te szerezteél.**

Ha szeretnéd tudni, mi lenne a legjobb megoldás a te szállásodhoz — foglalj egy ingyenes, 15 perces egyeztetést:

👉 A részleteket itt találod:

[https://www.modernszallasado.eu/gondozott\\_weboldal\\_vendeghaz](https://www.modernszallasado.eu/gondozott_weboldal_vendeghaz)

Már elvégezted a nehezét: felépítettél egy szuper szálláshelyet és gyűjtöttél jó véleményeket.

Most már csak azt kell elérned, hogy a vendégek közvetlenül téged találjanak meg.

## **Ne veszíts több foglalást a Facebook csoportokban...**

Tanuld meg, hogyan ajánlhatsz konkrét előnyöket, mesélj mini történeteket, és irányítsd a vendégeket közvetlenül a saját weboldaladra, hogy a jutalékmentes foglalások ne csak álom maradjanak!