

Cabin Crew, Prepare For Prioritization

Digital Cube Conf - 2026. október 15.

Somogyi Zsófia, Mito Group

Bemutatkozás

Mi az a Mito Group?

Ki vagyok én?



Miről lesz ma szó?



mito group

wizzair.com

Boarding

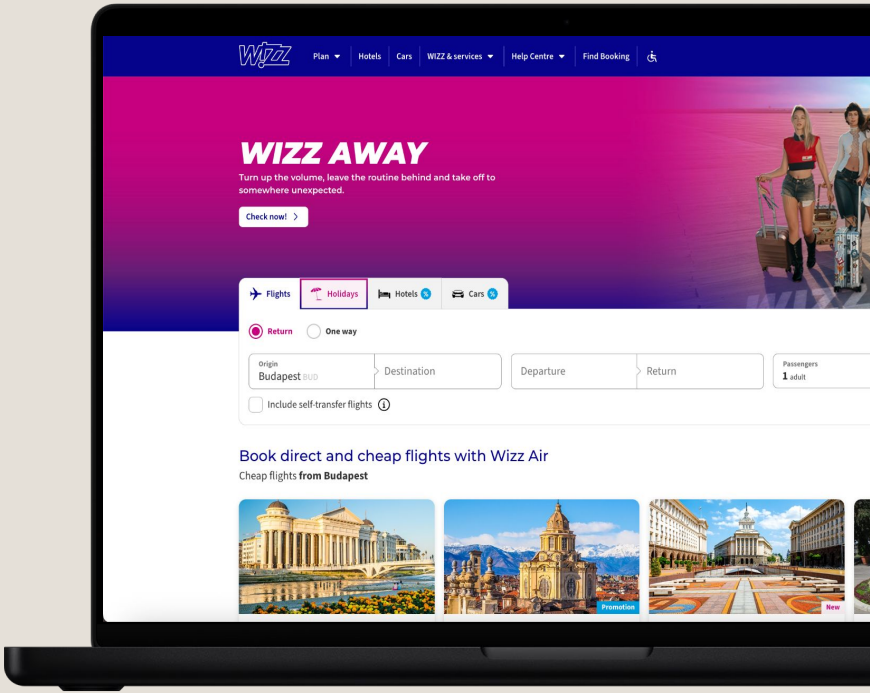
1

Mindennapjaim a Wizz website-on

mito group

wizzair.com

Legnagyobb weboldal, amin valaha dolgoztam

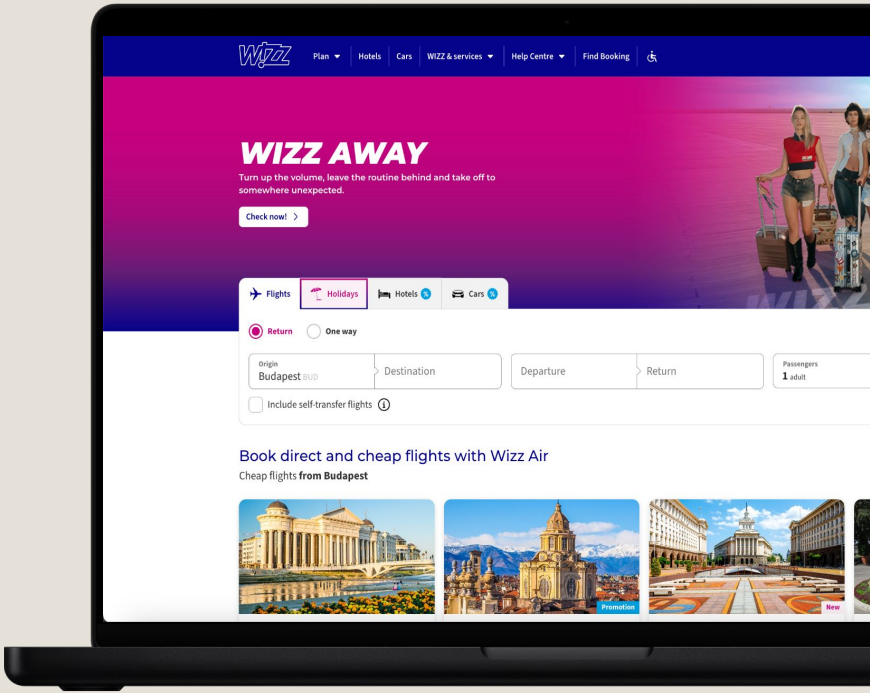


mito group

wizzair.com

Legnagyobb weboldal, amin valaha dolgoztam

29 nyelv és számtalan piac



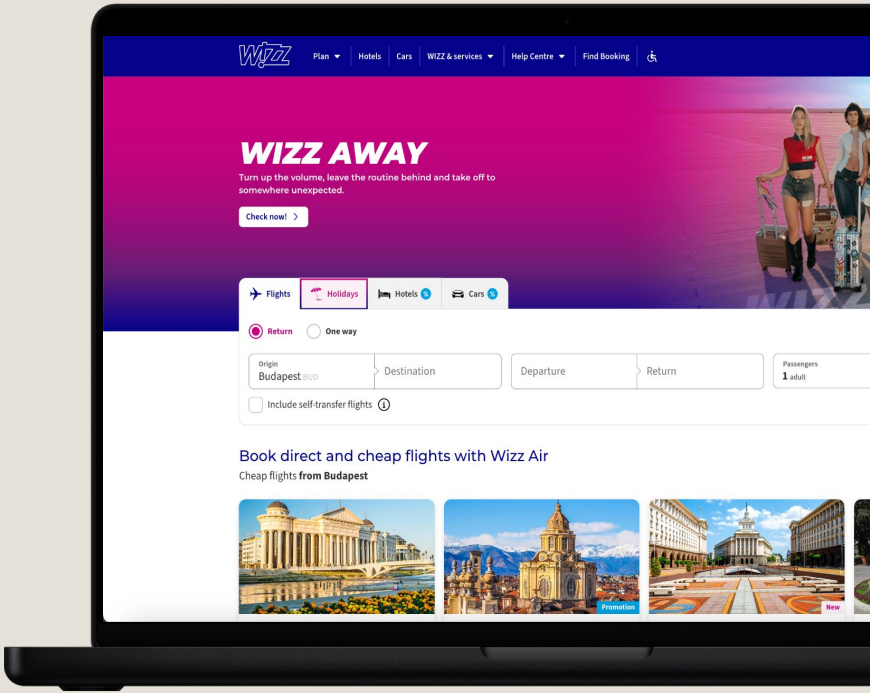
mito group

wizzair.com

Legnagyobb weboldal, amin valaha dolgoztam

29 nyelv és számtalan piac

Rengeteg technikai esemény



mito group

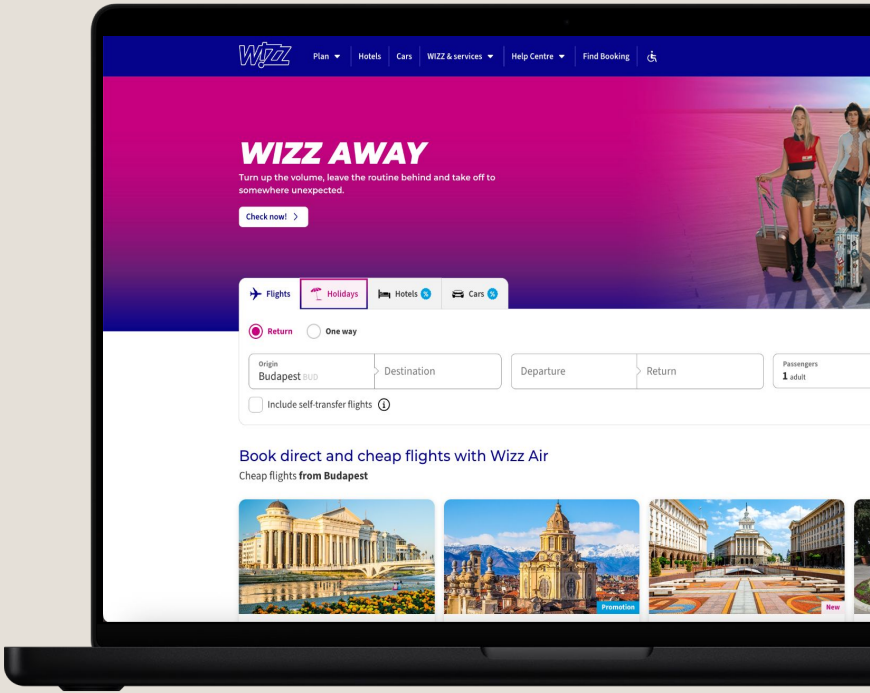
wizzair.com

Legnagyobb weboldal, amin valaha dolgoztam

29 nyelv és számtalan piac

Rengeteg technikai esemény

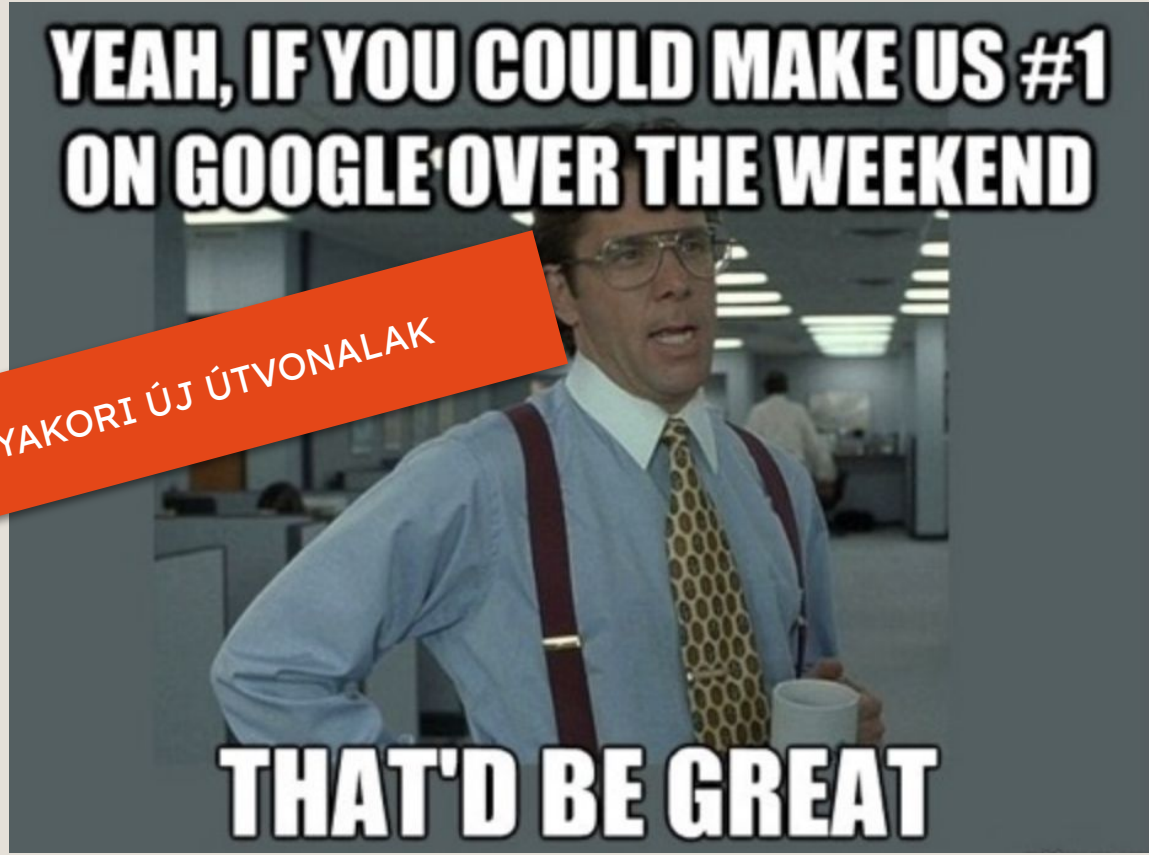
Végtelen mennyiségű optimalizálható tartalom



Nagy volumenű üzleti célok



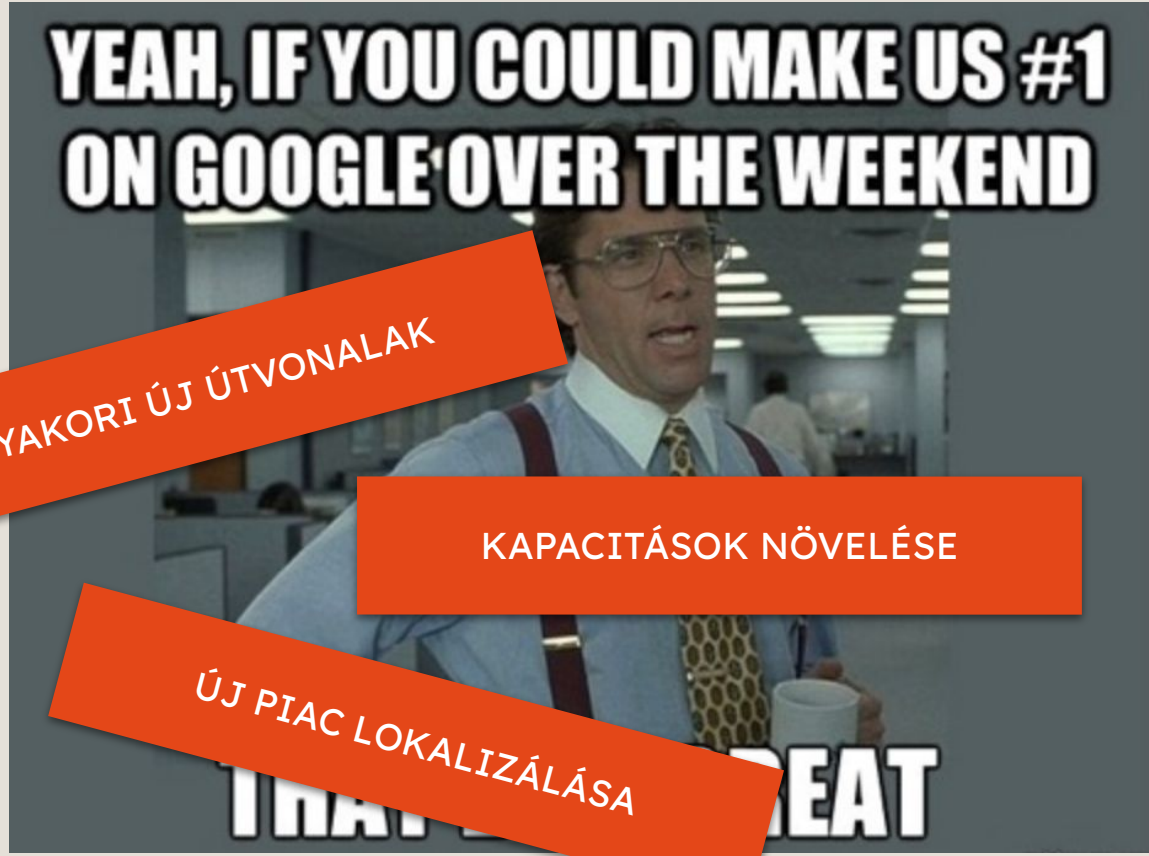
Nagy volumenű üzleti célok



Nagy volumenű üzleti célok



Nagy volumenű üzleti célok



Nagy volumenű üzleti célok



mito group

wizzair.com

Air Traffic Control

2

A káosz anatómiája



SEO feladatok priorizálása

SEO feladatok priorizálása



SEO feladatok priorizálása



SEO feladatok priorizálása



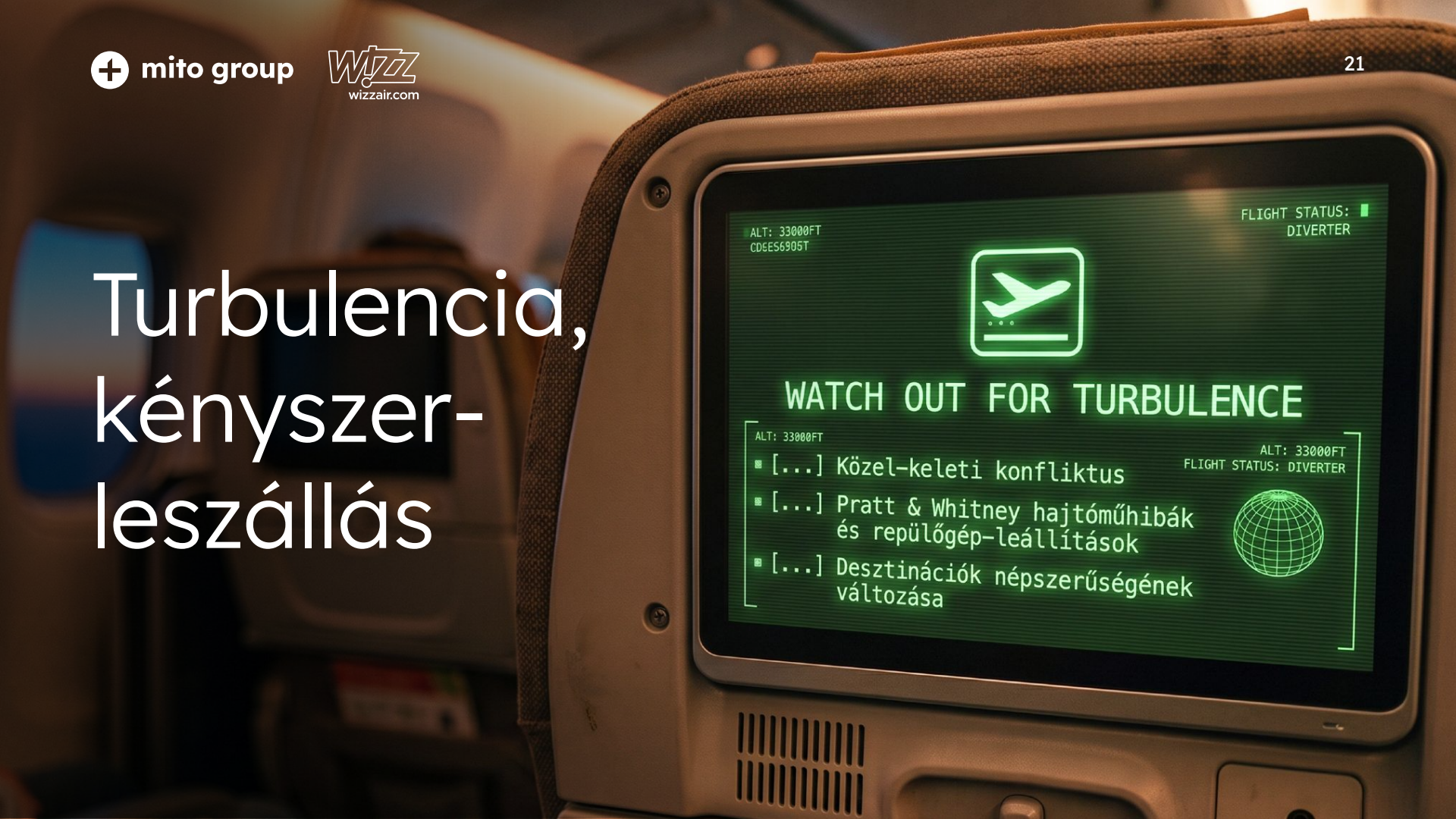
SEO feladatok priorizálása



Kereskedelmi igények priorizálása



Turbulencia, kényszer-leszállás



mito group

wizzair.com

Takeoff

3

Adjunk keretet

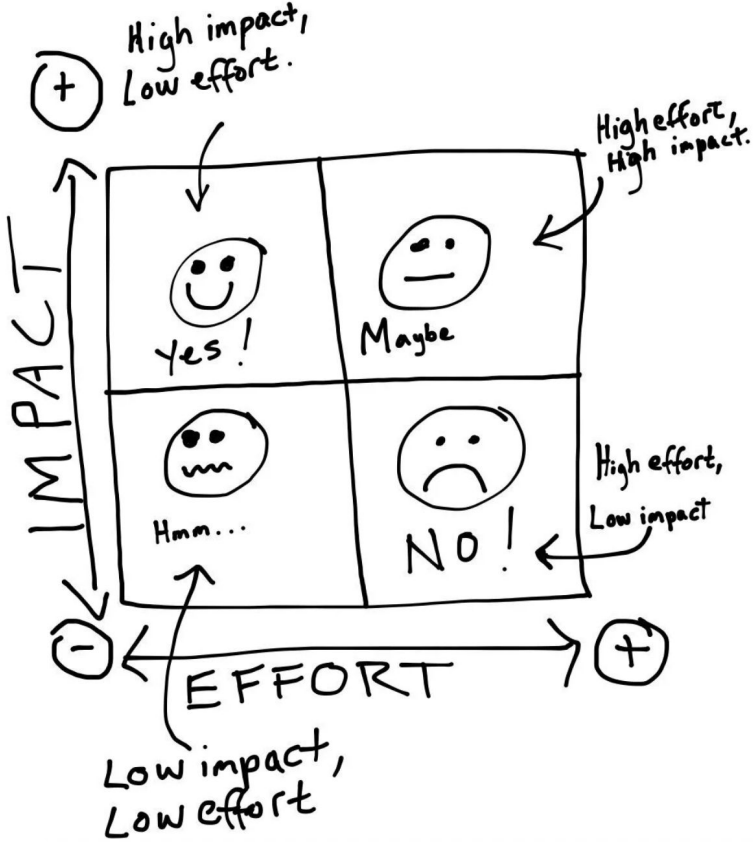
mito group

wizzair.com

Impact-effort matrix

['ɪmpækt 'ɛfərt 'meɪtrɪks] noun

Az erőbefektetés-hatás mátrix egy vizuális döntéshozatali keretrendszer, amelyet feladatok, projektek vagy kezdeményezések prioritásainak meghatározására használnak; ezeket a lehetséges értékük és a szükséges erőforrások alapján egy 2x2-es rácson ábrázolják.



Wizz Air projektek impact-effort mátrixon



Wizz Air projektek impact-effort mátrixon



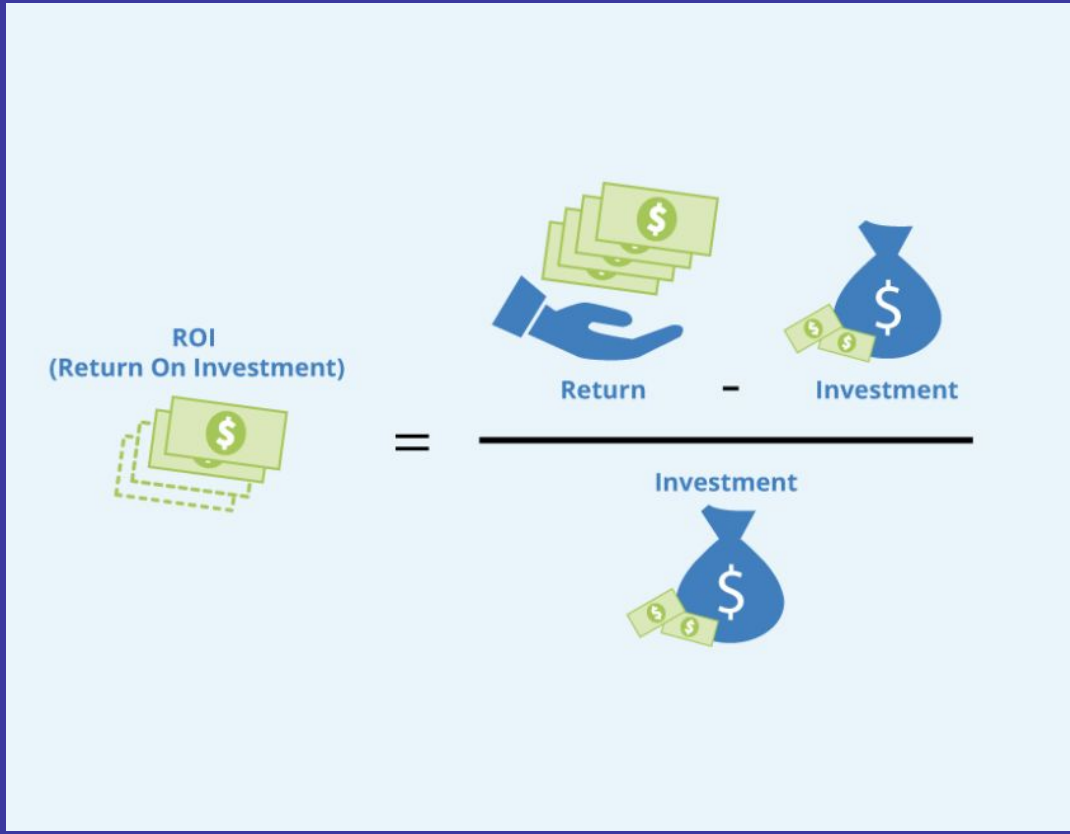
mito group

wizzair.com

ROI

[rɪˈtɜrn ɑn ɪnˈvɛstmənt] noun

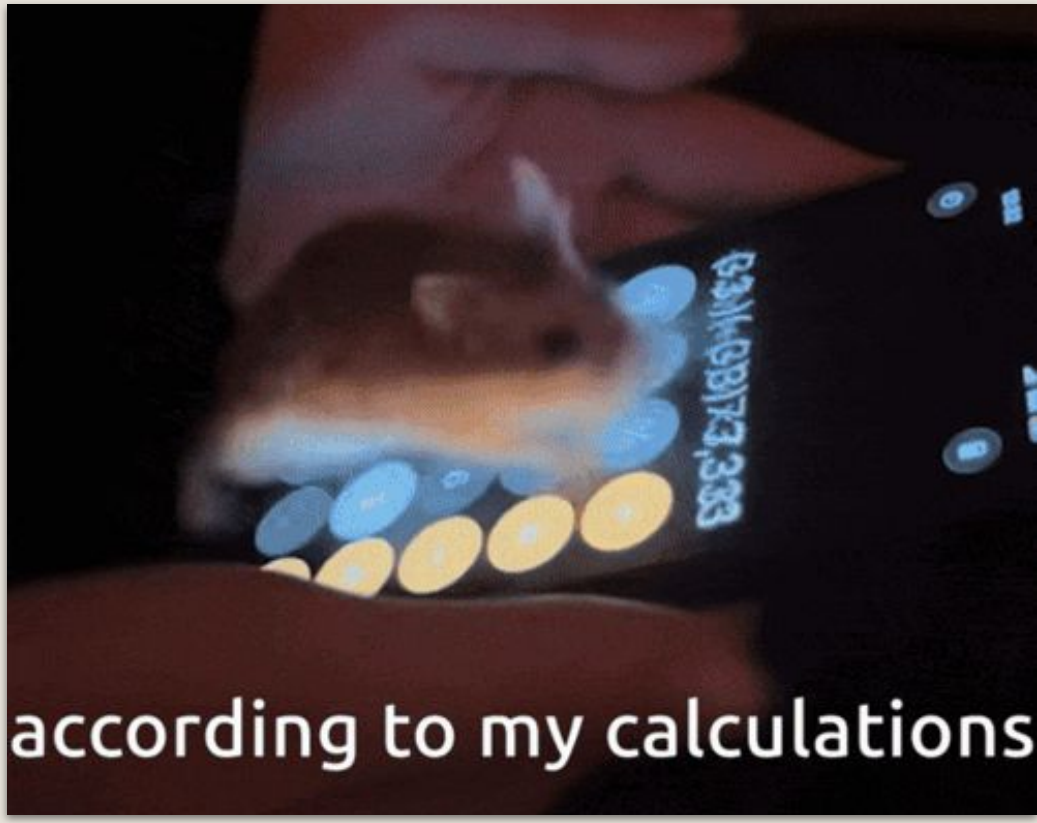
A befektetés megtérülése (ROI) egy egyszerű pénzügyi százalékarány, amely a befektetésen elért nyereség vagy veszteség mértékét méri a kezdeti költséghez viszonyítva.



mito group

wizzair.com

Akkor ti minden projekt launcholása előtt ROI-t számoltok?

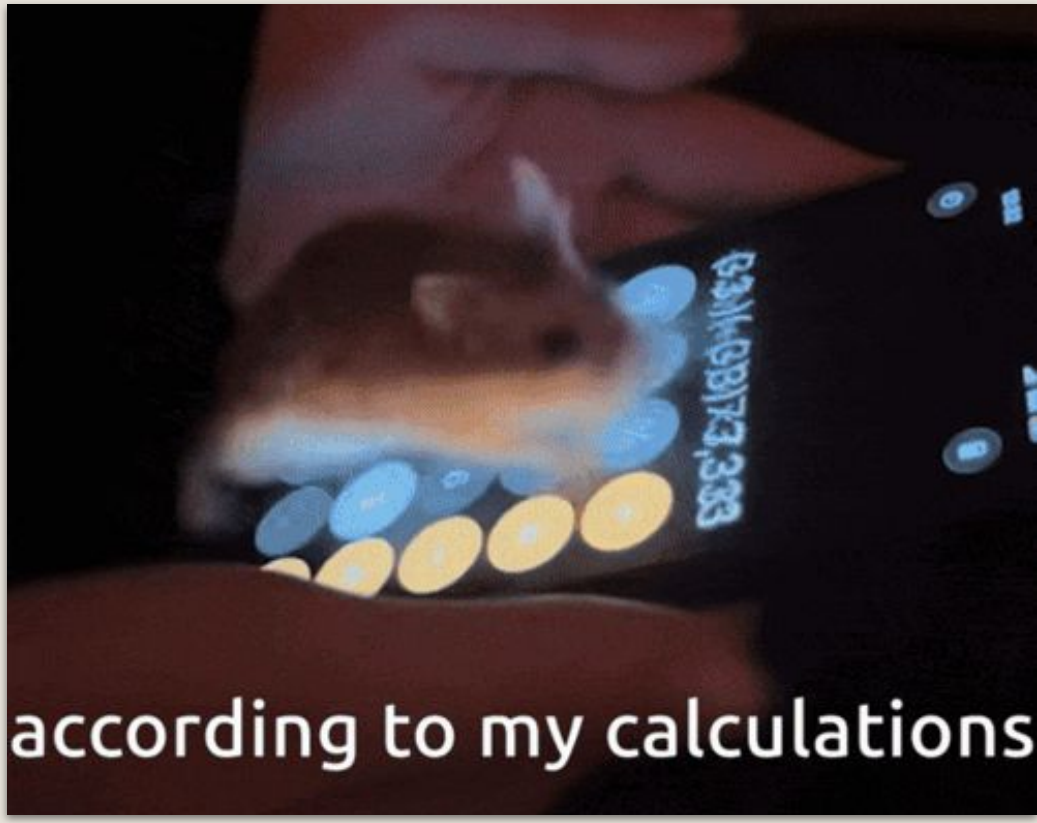


mito group

wizzair.com

Akkor ti minden projekt launcholása előtt ROI-t számoltok?

Nem.



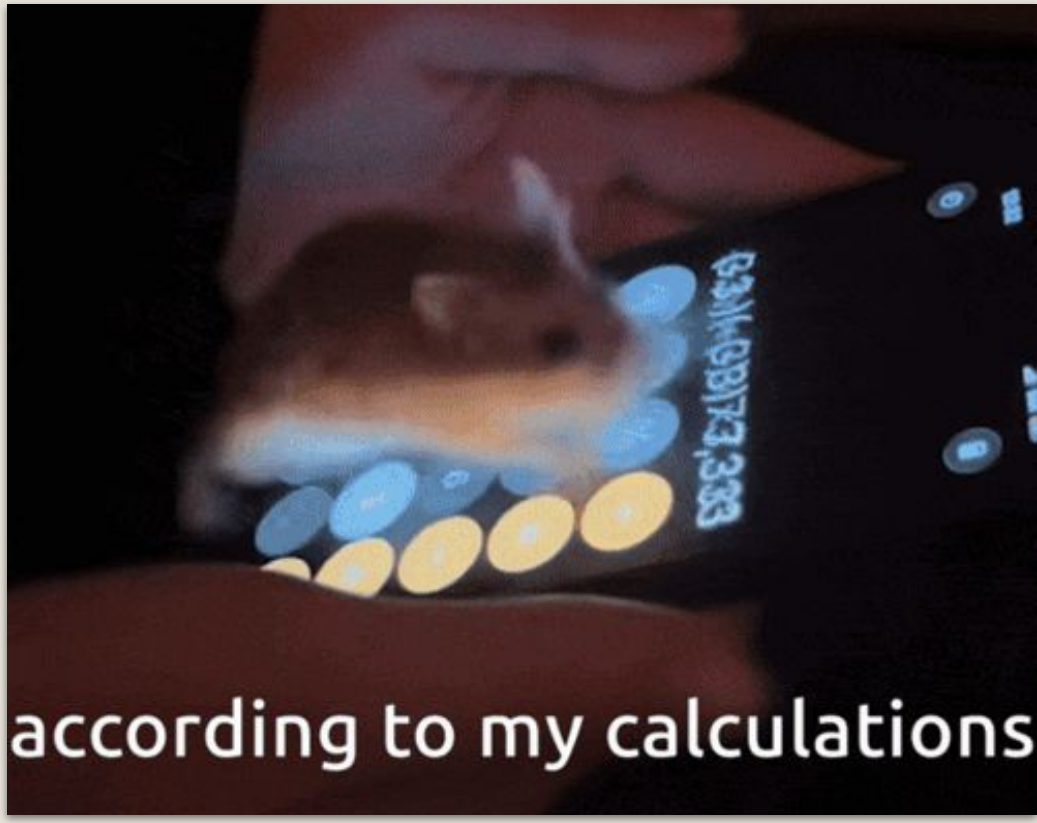
mito group

wizzair.com

Akkor ti minden projekt launcholása előtt ROI-t számoltok?

Nem.

De minden esetben végzünk legalább becsléseket például a várható organikus forgalomról, várható konverziószámról, pozíció javulás mértékéről stb.



mito group

wizzair.com

In flight

4

Esettanulmányok

USE CASE #1

HIGH EFFORT / HIGH IMPACT

Desztinációs oldalak tartalmainak optimalizálása

Több mint 30 ezer aloldal tartalomgyártása 9 nyelven AI automatizációval

Miért priorizáltuk?

A tranzakciós, non-brand kulcsszavainkat ezeken a tartalmakon keresztül tudjuk optimalizálni, mint pl. “olcsó repülőjegyek Budapestre”, “cheap flights from London” vagy “billige flüge von Budapest nach London”.



Milyen számításokat végeztünk és miért?

Meg szerettük volna mutatni, hogy mennyi extra forgalmat tudunk szerezni a non-brand kulcsszavak optimalizálásával, egyúttal egy business case-t is felállítottunk, hogy alátámasszuk, ekkora tartalommennyiség elkészítéséhez AI copy toolra van szükség.



Forgalmi potenciál számítás a non-brand desztinációs fókusz kulcsszavakra

Pozíció alapú CTR görbe
x
search volume



Jelenlegi vs. célpozíció meghatározása (becslése)

Kutatás alapján App Scripttel automatizáltuk a teljes spreadsheetre



Eredményszámítás (In progress)

Automatizált, BigQuery alapú adatvizualizáció megvalósítása

AI forgalmi eredmények az optimalizált desztinációs oldalakra

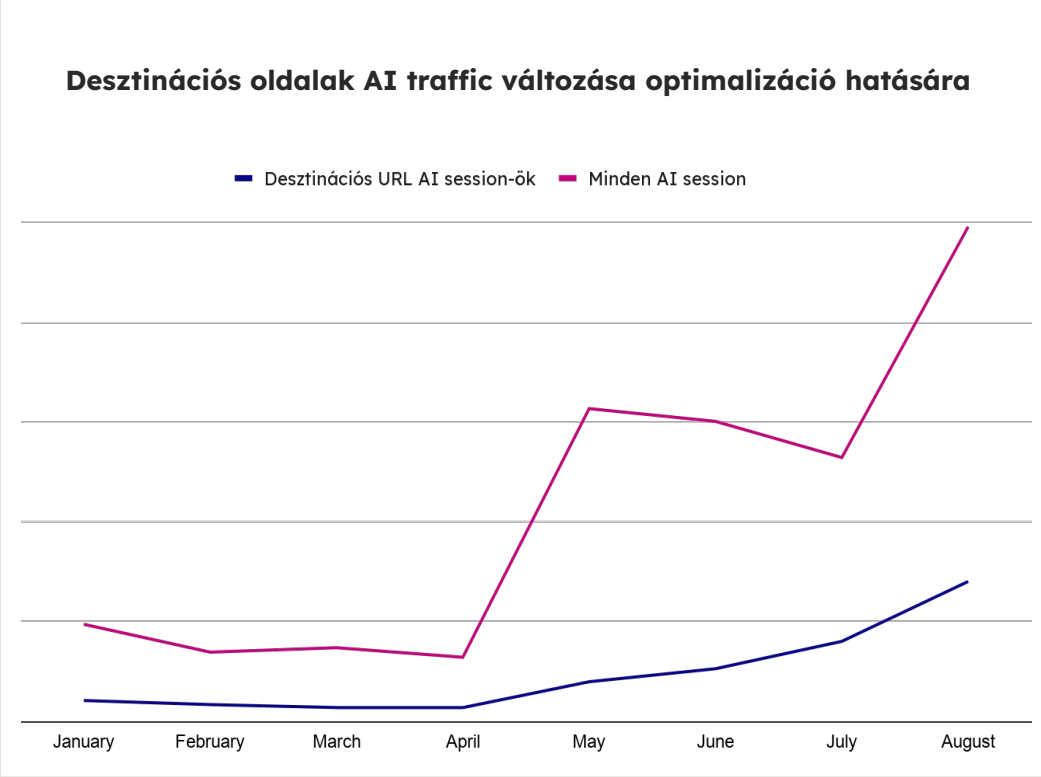
Total növekedés

+915,9%

április – augusztus 2026

2026 áprilisa és augusztusa között a desztinációs típusú AI-forgalom abszolút értékben rendkívül erőteljes növekedést mutatott.

Adatok forrása: Wizz Air Google Analytics 360



AI automatizációs eszközök tartalomgyártásra



Writesonic

Jasper

copy.ai

empler.ai

n8n

Ultra-low cost verzió: Programmatic SEO



Forrás: BrightonSEO

USE CASE #2

LOW EFFORT / HIGH IMPACT

Technikai SEO feladatok automatizált megoldása

Tech SEO taskok automatizált megoldása Copilot segítségével

Miért priorizáltuk?

Minden ügyfélmunkát egy átfogó technikai auditálással indítunk, és azt láttuk, hogy számtalan olyan területen lehet fejleszteni az oldalt, ami többnyelvű site-nál kiemelkedően fontos, pl. hreflang, canonical stb.



Priorizálás a priorizálásban

High priority

Átirányítások, pagespeed, hreflang és canonical

Medium priority

On-page elemek, mint headingek, meta adatok

Low priority

URL egységesítés, 404 oldalak és képek méretezése

“Ain’t nobody got time for that… But the SEO expert!”

Claude - Screaming Frog összekötés

01. Felismerés
Anomália- és mintázatfelismerés skálázása

02. Tervezés
Nyers adatokból prioritásos akcióterv

LLM agent használata

03. Vizsgálat
A crawl hiba forrásának lokalizálása és érintettségi vizsgálata a repóban

04. Megvalósítás
Kész kódjavítás és pull request javaslat

USE CASE #3

HIGH EFFORT / HIGH IMPACT

Blog indítása

Tartalomgyártási automatizáció újrahasznosítása

Miért priorizáltuk?
Versenytárselemzés alapján hiányoztak a weboldalról a ToFu inspirációs tartalmak, amelyek az LLM-megjelenések szempontjából is releváns content típust képviselnek.



Miért nehéz egy blog koncepciót átvinni az ügyfeleken?

„Túl lassú a megtérülés.”

Az első hónapokban lassabb, de 1–2 év múlva folyamatosan, újabb büdzsé ráfordítása nélkül hozza az inspirációs forgalmat az oldalra.

“Senki nem olvas már blogot.”

A vásárlók először problémát vagy megoldást keresnek, nem konkrét terméket. A blog teszi lehetővé, hogy a döntési folyamat legelején megjelenjen a márka.

“Miért írjunk általános dolgokról, ha mi a termékünket akarjuk eladni?”

Az emberek válaszokat keresnek, nem szórakozásból olvasnak – a Google és az AI pedig csak azt az oldalt sorolja előre, amely teljeskörűen lefed egy témát.



“Tervezzük be a PI planningre!”

Három féle várható bevétel kiszámítása

Kutatás után az alábbi blog #1 pozíciós CTR-t állapítottuk meg:

Konzervatív	Base case	Optimista
13%	**16%**	**20%**
CTR (#1 pozíció)	CTR (#1 pozíció)	CTR (#1 pozíció)

SZÁMÍTÁSI KÉPLET ÉS FELTÉTELEZÉS

Képlet: Havi keresési volumen × CTR × 0.5% Blog konverziós ráta × AOV

Feltételezi, hogy minden kulcsszó eléri az első helyezést.

mito group

wizzair.com

Landing

5

Tippek & tanulságok

Miket tanultam az első Wizz-évemen?

1. A jó stratégia a transzparens „NEM”-eknél kezdődik.

2. A különálló SEO-lista ideje lejárt.

3. A közös tervezés az alapja a kollaborációnak.

4. A mérés nem a projekt végén kezdődik, hanem a tervezéskor legalább becslések formájában.

Tippek hétfőre

Mi az a 3 teendő, amellyel akár hétfőtől objektívabbá tehető a SEO feladatok rangsorolása bármely cégnél?

1. Kösd a SEO feladatokat konkrét üzleti célokhoz

- Árbevétel növelése YoY vagy PoP
- Új piac elindítása
- Margin növelése
- Meglévő ügyfelek megtartása
- Paid acquisition költségeinek csökkentése
- Egy új termék vagy szolgáltatás értékesítésének felfuttatása

2. Minden feladatnál számszerűsítsd a várható üzleti impactet

- Hány organikus látogatást / megjelenést érint?
- Milyen üzleti értékű oldalakat / kulcsszavakat érint?
- Van-e bizonyítható forgalmi vagy bevételi opportunity?
- Hány URL-t / template-et érint?
- Megold-e más problémákat is?

3. Tegyél minden feladat mellé Impact + Confidence + Effort értéket

Feladat	Impact	Confidence	Effort
500 title tag optimalizálása	5	5	2
Egyetlen technikai bug javítása	7	10	3
Új content hub létrehozása	9	7	10

mito group

wizzair.com

Customer support

6

Q&A