

# Összehasonlító elemzés a meghatározó gasztronómiai tartalomgyártók közösségi média teljesítményéről a karácsonyi kampányidőszakban

*A comparative analysis of the social media performance of dominant food content creators during the Holiday campaign period*

**MOHR MÍRA**

PhD hallgató, Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, mohr.mira@ktk.pte.hu

## **Absztrakt**

A közösségi média meghatározó szerepet játszik a fogyasztók táplálkozási döntéseinek és szokásainak alakításában befolyásolva mindennapi életüket. A karácsonyi kampányidőszak stratégiai szempontból is kiemelt időszak gazdasági és gasztronómiai szempontból is. Az ünnepi bevásárlás és a lakomára való készülés számos iparág számára központi jelentőséggel bír. Az alábbi kutatásban 10 meghatározó gasztronómiai tartalomgyártó közösségi média oldalának webadatai kerülnek elemzésre három fő kutatási kérdés mentén. A tanulmány benchmark elemzést kínál a gasztronómiai tartalomgyártók Instagram oldalainak tartalomstratégiáiról a karácsonyi kampányidőszakban. A közösségi média teljesítménynek elemzése lehetővé teszi számunkra, hogy felmérjük a karácsonyi kampányok hatékonyságát, továbbá betekintést nyerhetünk az aktuális trendekbe, valamint ezáltal a fogyasztók preferenciáiba. Az összehasonlító elemzés segít azonosítani a versenytársak teljesítménye és stratégiája közti különbségeket. A tanulmányban azonosításra kerülnek azok a trendek és gyakorlatok, amelyek segítenek optimalizálni a tartalomgyártást és a marketingtevékenységeket az élelmiszeripari szereplők számára.

*Kulcsszavak: közösségi média, tartalomstratégia, tartalomgyártók*

## **Abstract**

Social media plays a pivotal role in shaping consumers' dietary decisions and eating habits. The Christmas season has strategic significance both economically and gastronomically. Holiday shopping and preparations for feasting hold paramount importance for numerous industries. This study analyzes the web data of 10 influential food content creators' social media platforms along three main research questions. The study offers a detailed benchmark analysis of the content structure and content strategies of Instagram food content creators' during the Christmas period. Analyzing social media performance allows us to assess the effectiveness of our campaigns. In this way we can gain insight into the behavior and preferences of consumers. Benchmarking helps identify differences in competitors' performance and strategies. The research aims to uncover which content strategies perform effectively on the platform. The study identifies trends and practices that help optimize content creation and marketing activities for food industry players on Instagram.

*Keywords: social media, content strategy, content creators*

---

*Az absztrakt hivatkozása:*

Mohr Míra (2024), *Összehasonlító elemzés a meghatározó gasztronómiai tartalomgyártók közösségi média teljesítményéről a karácsonyi kampányidőszakban*. In: Szűcs K. - Putzer P. (szerk.), *A (marketing) világ megkettőződése. Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXX. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 87. o. ISBN: 978-963-626-318-8, <https://doi.org/10.62561/EMOK-2024>