

Megnyerni a partner elégedettségét és bizalmát

Marketing-szemlélettel

Magyarországon 1990-től beszélhetünk piacgazdaságról. Kezdetben a marketing szemlélet a vállalatok életben maradásának kérdése volt, jelenleg pedig a túlélésének záloga.

Hazánkban az utóbbi 15–20 évben gyökeresen megváltoztak a piaci viszonyok. A változások magukkal hozták a hazánkba beáradó nagymennyiségű tőkét, multinacionális vállalatokat, gyárakat, valamint ipari-kereskedelmi vállalkozásokat.

Ebben a robbanásszerű növekedésben, változásban a külföldi nagyvállalatok olyan technológiákat hoztak magukkal, amire sok esetben a magyar ipar még nem volt felkészülve, esetenként nem is rendelkezett azzal.

Ez időtájrta tehető azon ipari-kereskedelmi cégek működésének kezdete, melyek az új, zöldmezős

révén, ebből következőleg az olcsóbb munkaerő végett, több termelő vállalat döntött úgy, hogy keletre (Ukrajnába, Romániába, stb.) helyezi át termelését gazdaságossági szempontból. Természetesen nem lehet általánosítani, mert látva az itt maradt nagyszámú, valamint a hazánkban befektető nagyvállalatok fejlesztéseit, levonható a következtetés, miszerint sokan elégedettek a hazai adottságokkal és itt folytatják sikeres tevékenységüket.



magára potenciális ügyfelei figyelmét, mivel tud több pénzt hozni vállalkozásának, mit kell tennie a sikeres marketing eszközök működtetésének érdekében.

Tisztáznia kell, mit is szeretne elérni

vállalkozásával? Vezető piaci pozíciót? Extraprofitot? Magasabb árrést? Növekedést? Ismertséget? Vevői elégedettségét? Nem az elbocsátás és a megszorítás az egyetlen megoldás. Sok vállalkozás fél az innovatív, kreatív ötletektől, mert van egy rossz „beidegződése” a változással, újjátással szemben.

Úgy gondolom, hogy nem szabad gátat vetni ezeknek a szempontoknak és merni kell, ki kell próbálni új dolgokat, egy kis szint igenis bele szabad vinni a napi szürke rutinmunkába, és nem sértődik meg az ügyfél, ha kap egy akciós ajánlatot, vagy valamilyen ajándékot vásárlása után, de attól sem, ha a kiküldött – esetenként – nagy értékű számlán megköszöni a vásárlást, és alkalmasint megkérdezi vevőjét az elégedettségéről. Nos kedves olvasó, ez az, amihez a marketing segítséget ad. Igen, fontos, legalább annyira fontos, mint a jó könyvelés, a pontos tervrajz, a rakározás, az értékesítés, vagy mint a megfelelő szakemberek kiválasztása, és még sorolhatnám. Ön szerint működhet-e, pontosabban fogalmazok, sikeresen működhet egy vállalkozás bármelyik – ezen tényezők – hiánya, vagy emberei gyenge teljesítménye nélkül?

Valószínűleg megfogalmazódott a tipikus válasza: **eddig is boldogultunk**. Valószínű, de az is elképzelhető, hogy Ön jó helyen

HOGYAN KAPCSOLÓDIK IDE A MARKETING? Manapság az ügyfelekért folyó küzdelemben, a kiélezett versenyben mindenképpen szükség van a vállalatok marketing szemléletű gondolkodására és magatartására.

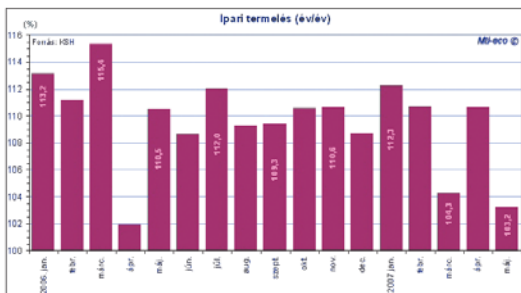
Nincs Magyarországon az ipari szektorban megfelelően kialakult marketing kultúra, koncepció.

Sokan csak eladni akarnak, és nem a valós piaci igényeket kielégíteni.

Tapasztalataim szerint az ipari vállalkozásoknak az esetek 70 százalékában NINCS, vagy elenyésző a tudatos marketingre fordított figyelmé.

Szeretném, hogy aki ezeket a sorokat olvassa, tisztában lenne cége marketing tevékenységének súlyával, marketing koncepciójának szükségességével, vagy helyességével. Továbbá azzal, hogy egy kis idő-, és pénzráfordítással, mennyivel jobb véleménye lesz partnerének a cégéről, vagy adott esetben új ügyfeleket szerezhet.

Nézze meg, mit tud egy kicsit jobban csinálni, mivel vonhatja



beruházások illetve fejlesztések által megnőtt kereslet hatására jókora forgalmat bonyolítottak, és évi 30-40 %-os forgalomnövekedést értek el. Ők mostanra több sok százmilliós, sok esetben milliárdos éves árbevételű vállalatokká nőttek ki magukat. Ez a fejlődés napjainkban sem állt meg, de a gazdasági mutatókat elemezve ellenvetés nélkül ki lehet jelenteni, hogy stagnál, a magyar ipar termelése. A globalizáció, az adózási szabályok kedvezőtlen alakulása

volt jó időben. Azonban az is egészen biztos, hogy amit eddig tett, abban van némi marketing, hiszen vállalkozást működtet, vagy dolgozik benne. Igen biztosan van, mert Ön terméket gyárt, forgalmaz, szolgáltat, megállapít egy árat ezekért, értékesít, megválasztja a célpiacát, és lehet, hogy hirdet is ... és az is megeshet, hogy mindezt ösztönösen teszi. De mindez

hosszú távon nem képezheti vállalati stratégiájának részét. Vannak olyan vállalatok, akik ezt tudatosan és jól teszik, ezáltal nagyon is, jól befolyásolják a piacukat.

Remélem, egyre többen érzékelik, hogy a marketing egy olyan új filozófia, amivel előbbre vihetik vállalkozásukat.

Tisztában vagyok azonban azal, hogy, mint minden másban,

ebben a témakörben sem lehet merőben új dolgokat kitalálni, de a meglévő eszközöket jól kihasználva, működtetve, fejlesztve, megújítva, talán egy kicsit másképp, vagy jobban odafigyelve többet tehet Ön is vállalkozása hosszú távú sikeres működéséért.

Belák Zoltán

belak.zoltan@yourcontact.hu

TOOLTECHNIK

SZERSZÁMGYÁRTÁS, PRÉSTECHNIKA

Különbéféle lemezalakító szerzőszámok tervezése, gyártása. Sajtoló mélyhúzott lemezalkatrészek, fémtömegcikkek gyártása (160 t sajtolóerőig) szereléssel, felületkezeléssel együtt is.

Valamint hagyományos és NC-forgácsolás ill. süllyesztések kovácsolása
5 kg terméksúlyig.

TOOLTECHNIK

Szerszám- és Készülékgyártó Kft.
Tel.: 77/495 - 137 vagy 77/595 - 300
Fax: 77/595 - 302
E-mail: tooltechnik@tooltechnik.hu
Web: www.tooltechnik.hu

Egyszerűen Hatékonyan Biztos alapra



MEMBER OF
SYNERGON GROUP











Passzív eszközök

- ▲ Rézkábelek és hálózatépítő anyagok, Cat5e/Cat6/Cat7 hálózatok kábelezési anyagai, moduláris fali és padló dobozok, energiaszlopok, kábelcsatornák
- ▲ Optikai kábelek és szerelési anyagok, SM/MM optikai kábelek belső - külső alkalmazáshoz különböző szál struktúrában,
- ▲ SM/MM konfekcionált optikai patch, és pig-tail kábelek
- ▲ Optikai összekötő és elosztó dobozok, kül - beltéri kötőszervevények, rendezők
- ▲ Műszerszkevények, rendezők
- ▲ Hálózati mérőműszerek és kiegészítők

Aktív eszközök

- ▲ Switchek (VDSL)
- ▲ Média konverterek, modemek, transceiver-ek
- ▲ Fiber Driver megoldások, WDM/CWDM/DWDM technológia
- ▲ Nagy sebességű, lézeres optikai átvitel




Hálózatépítési anyagok, eszközök nagykereskedelme

1047 Budapest, Baross u. 91-95. Tel.: 399-51-66, (-67, -68), Fax: 399-51-69
E-mail: info@fibex.hu, Internet: www.fibex.hu





WEISS Umwelttechnik képviselet:
Értékesítés és szerviz: AMtest TM Kft.,
1184 Budapest, József u. 29, tel.: 1 294 2785,
office@amtest.hu, www.amtest.hu

Az AMtest-TM által képviselt
további gyártók:



















Ipari termékvizsgálatok -
klimatikus, vibrációs és villamos
tesztberendezések
gyártmányellenőrzéshez,
mérőműszerek nagy pontosságú
RLC mérésekhez,
nagy pontosságú idő és frekvencia
mérés és szinkronizáció