

Szántai Sárközi Ambrus elnök  
Magyar Árnyékolástechnikai Vállalkozások Egyesülete



# ÁRNYÉKOLÁSTECHNIKAI NAPOK

## Piacbővítő kezdeményezés – hagyományteremtő szándékkal

**Az egész világra kiterjedő gazdasági és pénzügyi válság már ötödik éve nyomasztja a magyar gazdasági élet szereplőit. A leglátványosabb visszaesést az építőipar szenvedte el, ami az amerikai és azt követő európai ingatlanpiaci lufi kipukkanása miatt érthetően bekövetkezett esemény volt. Az új árnyékolástechnikai termékek forgalma ezt megelőzően a hazai lakásépítés függvényében dinamikusan fejlődött, majd a recesszió hatására drámaian lecsökkent. Tovább nehezítette a helyzetünket a válság összetett hatására kialakuló általános fizetőképes kereslet csökkenés, amely az ország egyes részein sok esetben a vállalkozások ellehetetlenüléséhez vezetett.**

### A szakmai szervezet lehetőségei és feladatai

Az így kialakult helyzetben a szakmai szervezetünk számára központi kérdésévé vált az új piaci lehetőségek felkutatása, a működő vállalkozásaink fennmaradásának a segítése, a közös érdekekből eredő eszközök alkalmazása és az eddig még nem gyakorolt megoldások kipróbálása. A vállalkozásaink többsége a gazdálkodásuk racionalizálást már elvégezte, amely sajnos számátalan dolgozó elbocsátásával járt. Mindaddig, amíg ezek a felismert és tarthatatlan aránytalanságból eredő hátrányok megszüntetésére irányul, addig ez még valamilyen szinten elfogadható lépésnek minősül. A kényszerű leépítések egy része azonban a későbbi növekedésnek hátráltatója is lehet. De nincs mit tenni, hiszen ha nem növekednek a bevételek, akkor ezt is el kell viselni. A kiút keresés azonban minden esetben a forgalomnövekedés szükségességéhez vezet vissza, amely sajnos nem egyszerűen szándék, vagy elhatározás kérdése. Természetesen vannak, akiknek ezt sikerült elérni, de talán még mások számára is kínálóknak újabb lehetőségek ezen a területen.

### Promóció egyesületi szervezéssel

Az egyik legtöbbet emlegetett és ma már sokak szerint is megvalósíthatónak tűnő eszköz a sikeres németor-

szági tapasztalatok alapján eltervezett Árnyékolástechnikai Napok rendezvény megtartása. Természetesen nem a német események másolása a cél, hanem az ottani tapasztalatokból kiindulva egy magyar sajátosságokra épülő adaptáció kialakítása. A sikeresség érdekében ugyanis nem tekinthetünk el a két ország ipari, fogyasztói és társadalmi szokásaitól, amely nem csak a mennyiségi mutatókban tér el egymástól. Az alapvető cél azonban átültethető: egy közös összefogásra épülő marketingsokszorozó hatása minden szereplő számára hasznossá alakulhat, amely így az önállóan végzett hasonló tevékenységek többszörös hozadékát jelentheti mindenkinek. Ennek érdekében azonban fel kell ismerni, hogy az árnyékolástechnikai szakma valóságos és tisztességes alapokon működő vállalkozóinak (a gyártók, nagykereskedők és a telepítők viszonylatát is ide számítva) nem egymás ellen kell harcolniuk. Az életben maradáshoz a hazai piacon megjelenő fizetőképes vásárlókat kell megnyerniük elsősorban a fogyasztói érdekek biztosításán keresztül. Persze ez nem könnyű feladvány mindaddig, amíg a rendkívül árérzékeny fogyasztók könnyen elcsábíthatók az ellenőrizhetetlen minőségű, ám olcsó termékekkel. Tudjuk, hogy a megvalósuláshoz alapvető szemléletváltozásra van szükség, ami talán a projekt legnehezebben megvalósítható része. A reményeink szerinti állapot bekövetkezése érdekében azonban kis lépésekben ugyan, de mégis el kell indulni ezen az úton.

### A sikeres rendezvény feltételei

A hosszúnak ígérkező küzdelem első állomása egy minden év tavaszán megrendezésre kerülő árnyékolástechnikai nap eseménye. Az időpont jó megválasztása az első legfontosabb feltétel. Abban mindannyian egyetértünk, - mert évek óta újra és újra megéljük - hogy tavasszal éledezik a természet és vele együtt az emberek árnyékolók iránti figyelme. Az is egyértelmű, hogy ez egy hétfői eseményként a leghatásosabb. A pontos időpont megválasztásánál a tavasszal sokasodó



országos rendezvények figyelemelterelő hatása azonban tönkre teheti a fáradozásainkat.

Jelenleg úgy képzeljük el, hogy egy profi szervezőkkel segített kampányt indítunk el, amelyben igénybe vesszük az országos média számunkra is elérhető formáit. Egy központi rendezvény, egy általános információs szolgálat mellett a helyszínek maguk az akcióban résztvevő vállalkozásaink üzemei, üzletei és bemutató termei. Soprontól Nyíregyházáig, Pécsről Salgótarjánig az árnyékolástechnikai cégek maguk választják meg a promóciós programjaikat és az ebből az alkalomból nyújtott kedvezmények mértékét. A programok sorában lehet ún. nyitott kapuk nap, ami egyfajta üzemlátogatást jelenthet. Be lehet iktatni könnyedebb, játékos eseményeket a gyerekek és családok érdeklődésének felkeltésén keresztül. Kellemes és csalogató lehet egy kerti-parti jellegű, vagy más közösségek (pl. baráti, kapcsolódó szakmák) bevonásával szervezett program is. Hatékonyabb lehet az esemény, ha az önkormányzatokkal, azok egyes intézményeivel, helyi civil szervezetekkel közösen kialakított programban gondolkodnak a vállalkozóink.

#### **Elérendő célok**

Legfontosabb cél, hogy ráirányítsuk a figyelmet a termékeinkre, amelyek nemcsak egyszerűen árnyékolnak, hanem ma már közvetlenül is kimutatható költségmegtakarítást jelentenek az épületek működtetésében. Ezekhez természetesen segédanyagokat kell biztosítani a vállalkozásaink számára, amelyek az akcióban

résztvevő minden helyen azonos mértékekben és értékekben szolgáltatják az érványagot.

Nem tagadható, hogy az alapvető cél a latens vásárlói igények aktivizálása, amely (szakirányú felmérésekből ismert módon) a promóciós politika legfontosabb eleme. A vásárlókkal tudatjuk, hogy létezik a termék, felébreszti a vágyat és az igényt a termék iránt. Lényeg: a termék a potenciális vevő figyelmébe kerüljön, és ezt szolgálja a tervezett Árnyékolástechnikai Nap, mint vásárlásösztönző promóció.

Technikai lebonyolítása természetesen szakértelmet, sok munkát és pénzt igényel. A költségeket központi keretből, a résztvevő vállalkozások hozzájárulásából, szponzorálásból, barter ügyletekből és szerencsés esetben állami támogatásból lehet fedezni. A sikeres vásárlások számát a termékek igen jelentős kedvezményeivel, akár a költségek, vagy egyes esetekben akár még ez alatti megtérülés szintjén lehet elérni. Ez persze komoly számítás, előrelátást és megfontolást igénylő vállalás különösen a mai gazdasági helyzetben. Létjogosultsága abban áll, hogy az átlagos reklám költségek szintje és egy, a jövőbe mutató befektetésként értelmezhető kiadás még ilyen arányok mellett is megtérülhet.

Az első és siker esetén hagyományossá váló szakmai promóciós napnak további hozadéka lehet a magyar árnyékolástechnikai vállalkozások termékei és szolgáltatásai iránti kereslet erősödése, a hazai áruk nagyobb megbecsülése és a helyi vállalkozások által biztosított közvetlen kapcsolaton nyugvó fogyasztói bizalom kialakulása.