



Szántai Sárközi Ambrus elnök
Magyar Árnýékolástechnikai Vállalkozások Egyesülete

Piacbővítés szervezeti eszközökkel

Valami megmozdult, most nem panaszkodom – felelik vállalkozótársaim a találkozáskor feltett szokásos, üzletmenetről érdeklődő kérdésekre. Nagyon gyorsan azonban azt is hozzátézik, hogy ebből jó lenne félretenni a téli, szűkösebb megrendeléseket ígérő hónapokra.



Szezonális termékek – hullámzó piac

Ez a ciklikus érdeklődés ismétlődik évről-évre, ami természetes velejárója a mi szakmának. Lássuk be: a nyári felfokozott rendelésszámot a szezon jellegzetes termékei a szűnyoghálók és a nap elleni védelem leghatékonyabb termékei biztosítják. A felpörgő megrendeléseket, majd a hűvösebb időszakban bekövetkező visszaesést valószínűleg az a szokás is elősegíti, hogy mindig akkor jut eszünkbe egy probléma megoldása, amikor már – ahogyan azt mondani szokták – ég a ház.

A magyar életszínvonal és az átlagos jövedelmi viszonyok ismeretében azonban nehezen várható el széles körben az előrelátó pénzügyi tervezés, ami az árnyékolástechnikai termékek iránti egész évben történő igényt biztosítaná. Üdítő eset, amikor olyan megrendelővel találkozunk, aki ezt mégis megteheti. A ritkán előforduló, decemberben igényelt és megvalósult napellenző-szerelés mégis arra bátorít fel, hogy nem olyan ördögtől való gondolat az árnyékolástechnikai termékek egész éves forgalmazására, vagy legalább egyes szezonális árucsoportok megnyújtott értékesítésére való törekvés.

A több évtizede működő vállalkozások a stabil üzletkörük kiépítésével és egyéb piaci eszközökkel – többkevesebb sikerrel – kompenzálják a téli keresletcsökkenést. Szinte bizonyos azonban, hogy még ők is keresik a további lehetőségeket.

Az egyesület lehetőségei a piacbővítés területén

Az árnyékolástechnikai egyesület tagjai körében időnként előkerül az a gondolat, hogy tehetünk-e valamit a piacbővítés területén a szervezet eszközeivel? Egy szakmai szervezet feladatai közé sorolható-e, hogy a tagvállalkozásainak a megrendelésállományát növelje, és ha igen, akkor azt hogyan tegye jogszerűen?

Ha végigvesszük az alapszabályban is megfogalmazott egyesületi célkitűzéseket, akkor kiderül, hogy minden feladatunk, közös tevékenységünk a vállalkozásaink működési feltételeinek segítésére irányul.

A szervezetünk elmúlt tizenegy évében ezek többségét ma már szinte folyamatosan biztosítjuk. De van-e fontosabb működési feltétel, mint a piaci helyzet javítása?

A válasz számomra egyértelmű, még akkor is, ha ezt sokszor félreértik. Nem arról van szó, hogy az egyesület konkrét munkát kínál a tagjainak, hanem a közös eszközeinkkel és előnyeinkkel hozzuk jobb piaci helyzetbe a tagvállalkozásainkat.

Termékek népszerűsítése

A promóció területén különös jelentőséggel rendel-



kezhet egy legális szakmai egyesülés. A szervezet kezei és eszközei teszik ugyanis lehetővé az egyes árnyékolástechnikai termékek leghitelesebb népszerűsítését, mert a potenciális vevőben egy szakma egységes véleményének a megjelenését látja, nem pedig az egyes cég általa gyártott termékének a mindenáron való eladási szándékát. Ez a helyzet arra is alkalmas, hogy a kevésbé ismert és elterjedt termékeinkre felhívjuk a figyelmet, és ezen keresztül a látens igényeket valódi vásárlói keresletté alakítsuk.

Ennek megvalósítására szolgáltatott kiváló alkalmat 2013 júliusában a Magyar Rádió „Napközben” című műsora, amikor a hőség elleni védekezés lehetőségeiről tartottak élő stúdióbeszélgetést meghívott szakértőkkel.

Számítottam az előre borítékolható újságírói kérdésre, amely így hangzott: melyik a legjobb nap elleni árnyékoló? Értem én, hogy a hallgatóság figyelmét mindig a különös vagy meghökkentető információk keltik fel igazán. A kérdés is ezért hangzott el ebben a formában.

A szakma képviseletében és érdekében ekkor egy olyan terméket neveztem meg, amely valóban kiváló nap elleni védelmet biztosít, ám mégis kevésbé terjedt el. Arra gondoltam, hogy itt az alkalom: ez a beszélgetés legyen egy piacbővítést szolgáló termékreklám.

Arra is felkészültem, ami be is következett, hogy a műsorvezető visszakérdez: tulajdonképpen mi az a zsaluzia?

Meggyőződésem, hogy a tájékoztatóm jó alkalmat



jelentett egy nem sokak által ismert termék népszerűsítésére.

Vásárlói igények növelése a funkciók bemutatásával

De nem csak az új vagy kevésbé ismert termékek promóciója fontos. Állandóan életben kell tartani az árnyékolástechnikai eszközök minden jótékony tulajdonságát és szükségességét. Tudatosítani kell, hogy nem csak a nyári nap melege és a téli hideg, valamint a betekintés ellen használatosak. Ma már kiemelt szerepük van az energiatakarékosságban és az épületek biztonságában is. Ezek hangsúlyozásával közelebb juthatunk az egész éves szükségletek felkeltéséhez.

Az egyre terjedő korszerű és takarékos üzemeltetésű épületeknek ma már kihagyhatatlan elemei a változó körülményekre folyamatosan szabályozható árnyéko-

lóberendezések. Automatikus működésükkel szerves részei az intelligens épületeknek, így energiamegtakarító képességük, illetve komfortnövelő hatásuk mindenki számára vitathatatlan.

Egyesületi ajánlás – fogyasztói biztonság

A termékek autentikus megjelenítésén túl van még egy, különösen az új vásárlók számára leghatékonyabban szervezeti eszközökkel biztosítható szempont, ez pedig a fogyasztói biztonság.

Az elképzelés szerint megvalósuló egyesületi reklámban a tagvállalkozások minőségi termékeire és szolgáltatásaira hívnánk fel a figyelmet. A fogyasztó számára ez egyfajta intézményi háttérre alapozott biztonságot jelenthet, amely a vállalkozás tagságból adódó, és az Etikai Kódex elfogadásával önkéntesen vállalt és biztosított felelősségére épül.

A promóció lehetőségei

De hogyan és milyen formában juttassuk el mindezt a fogyasztókhoz? Megfontolandó az is, hogy mikor és milyen időközönként a leghatékonyabb egy ilyen tartalmú reklám?

A legeredményesebbnek a térben és időben koncentrált megoldások ígérkeznek, amelyek lehetnek nyomtatott, képi és/vagy hangalapúak.

Az igazán jó reklámanyag elkészítése azonban minden esetben komoly szakmai ismereteket igénylő fel-



adat, ezért a kivitelezést mindenképpen az erre szakosodott vállalkozásokkal kell készíttetni.

Felmerültek az óriásplakátok, az országos nézettségű tévék és a kereskedelmi rádiók által biztosított reklámblokkok igénybevétele.

Ezek persze jelentős költségekkel járnak, amelyeknek a vállalása komoly megfontolást igényel. Az előzetes ajánlatkérésben megjelölt összegek csak úgy értelmezhetőek, ha ki tudjuk alakítani azt a módszert, amivel a hatásait viszonylag jól tudjuk mérni.

Ez nemcsak a reklám eredményességet mutatja meg, hanem a továbblépés, a szükséges változtatás irányát is megszabja, ami a kívánt cél eléréséhez, az árnyékolástechnikai termékek iránti kereslet bővüléséhez vezethet.

A piacbővítést szolgáló itt leírt javaslatokat vita-indítónak tekintjük, ezért várjuk a véleményeket, javaslatokat az egyesület elérhetőségein (info@marteh.hu, vagy 06/30-438-4272).

