

# KISVÁLLALKOZÁSOK KOMMUNIKÁCIÓJA

## A MARKETINGTŐL AZ ÜZLETI PROTOKOLLIG

**SZENES GÁBOR**

PRESSONLINE Kommunikációs Tanácsadó Kft.

Eger, 2015.02.26.



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

**SZÉCHENYI** 2020



Európai Unió  
Európai Szociális  
Alap



**BEFEKTETÉS A JÖVŐBE**

# MIRE VALÓ A MARKETING?



Almaeszencia  
Termelői piac – 900 Ft. / üveg



Az értékesítés  
kényszer.

A marketing egy  
vállalkozás  
termékeinek vagy  
szolgáltatásainak  
értékesítésére  
irányuló  
tevékenységeinek  
összessége.

# A TERMÉK

Teáskanna  
Ikea – 2.990 Ft.



Teáskanna  
Kézműves termék – 9.990 Ft.



**A termék – fizikai értelemben - lehet szinte ugyanaz,  
de ettől még más termékké válhat, ha más helyen, más okból,  
mások és más áron veszik meg.**

## Taxi árlista – Budapest

www.fotaxi.hu | www.fotaxi.eu Érvényes / Valid: 2013. szeptember 14-ét | Ügyfélszolgálat / Information: +36 1 422-2201

TAXIRENDÉLÉS / ORDER TAXI: +36 1 222-2-222 | +36 20 222-2-222 | +36 30 222-2-222 | +36 70 222-2-222 rendel@fotaxi.hu

Tarifa táblázat / Fare chart	Alapdíj Basic fee charge (Ft)	Km díj Km charge (Ft/km)	Perc díj Waiting charge (Ft/perc)
1. Viteldíj Budapest közigazgatási határán belül/ Fare inside of Budapest border 0-24	450	280	70
2. Vidék (visszaút díjmentes) / Outside of Budapest border (one way)	450	560	70
3. Nem alkalmazható / Not for use	300	215	53
4. Nem alkalmazható / Not for use	300	240	60

PANASZÁVAL KAPCSOLATOSAN A KÖVETKEZŐ HELYEN TEHET BEJELENTÉST / IF YOU HAVE ANY PROBLEMS ABOUT THE SERVICE, PLEASE CONTACT: FOGYASZTÓVEDELMI FELÜGYELOSÉG, 1052 Budapest, Városház u. 7. TEL: +36 1 459-4999, FŐVÁROSI ÖNKORMÁNYZAT ÜGYFÉLSZOLGÁLATA, 1052 BÁRCZY ISTVÁN U. 1-3.

## Taxi árlista – Moszkva

Citymobil

PY / EN Taxi in Moscow

+7 (495) 500-50-50

Taxi in the city Airports

Class	Day (09:00 - 20:59)	Night (21:00 - 08:59)
Economy <i>Renault Logan, Chevrolet Lanos</i>	199 rub. ( 10 min.), then 13 rub/min	249 rub. ( 10 min.), then 14 rub/min
Comfort <i>Ford Focus 3, Hyundai Sonata</i>	249 rub. ( 10 min.), then 15 rub/min	299 rub. ( 10 min.), then 16 rub/min
Business <i>Ford Mondeo, Hyundai NF</i>	500 rub. ( 20 min.), then 17 rub/min	550 rub. ( 20 min.), then 19 rub/min
Minivan	1200 rub. (60 min.), then 600 rub/30min (24h)	
The sober driver	2000 rub. ( 60 min.), then 1500 rub/min (24h)	

A termék árának kialakítása történhet költség és/vagy piaci „benchmark” alapján.

A szolgáltatások árazása eredményhez kötött és/vagy a szükséges idő (óradíj) alapján.

A piac szokásai, körülményei változtatják az árazási lehetőségeket.

# AZ ÁR ÉS A TERMÉK



## Autóbérlés – Budapest

**EURORENT** AUTÓKÖLCSÖNZŐ-GARHIRE AGENCY

EURORENT AUTÓKÖLCSÖNZŐ    AUTÓBÉRLÉS    **BÉRAUTÓ**  
AUTÓKÖLCSÖNZÉSI PONTOK    KAPCSOLAT    VÁLLALAT

You are here: Home » Bérautó kategóriák

### Bérautó kategóriák

GYÁRTMÁNY	TÍPUS	KAUCIÓ	3-7 NAPRA	8-14 NAPRA	15 NAPON TÚL	1 HÓNAPRA
SUZUKI	SWIFT II. 2006	60 000 Ft	7 000 Ft	6 500 Ft	5 000 Ft	140 000 Ft
OPEL	ASTRA G 2000	60 000 Ft	6 000 Ft	5 500 Ft	5 000 Ft	120 000 Ft
SKODA	FABIA 2003	60 000 Ft	5 000 Ft	4 500 Ft	4 000 Ft	100 000 Ft
OPEL	ASTRA F 2000	60 000 Ft	4 500 Ft	4 000 Ft	3 500 Ft	90 000 Ft
SUZUKI	SWIFT I. A/C 2002	50 000 Ft	4 500 Ft	4 000 Ft	3 500 Ft	90 000 Ft
OPEL	CORSA 1999	50 000 Ft	3 500 Ft	3 000 Ft	2 500 Ft	70 000 Ft
RENAULT	TWINGO 1998	50 000 Ft	3 500 Ft	3 000 Ft	2 500 Ft	70 000 Ft

## Carsharing – Berlin

**DriveNow** Tarife und Pakete

**Der DriveNow Tarif: Fahren 31 Ct/Min<sup>1</sup> und Parken 15 Ct/Min<sup>1</sup>**

Mit dem DriveNow Tarif vollkommen flexibel für 31 Ct/Min<sup>1</sup> fahren. Benzinkosten, Parktickets und Kfz-Steuer sind inklusive. Keine laufenden jährlichen oder monatlichen Gebühren.

- Keine jährlichen oder monatlichen Gebühren
- Keine Kosten für Benzin und Parktickets
- Inklusive Versicherung und Kfz-Steuer
- Immer BMW

Egy termék árazásának (és pár más értékesítési jellemzőjének) megváltoztatása gyakran „új” terméket állít elő: új vevőkkel, új lehetőségekkel.



# AZ ÁR ÉS A TERMÉK



Budapest 2015. január

	<b>Budapest TAXI</b>	<b>Budapest UBER</b>
<b>Alapdíj</b>	<b>450 Ft</b>	<b>300 Ft</b>
<b>Útdíj</b>	<b>280 Ft/km</b>	<b>130 Ft/km</b>
<b>Percdíj</b>	<b>70 Ft</b>	<b>25 Ft</b>

Egy a termékhez közvetlenül nem kapcsolódó technikai újítást követően új termék születhet új árazással amely gyakran egy másik termék piacán kezd versenyezni.

# HELY (ÉRTÉKESÍTÉS)



Bulinegyed (VII. kerület)  
0,41 km<sup>2</sup>

„Ezen a 0,41 négyzetkilométeres területen számításaink szerint jelenleg pontosan 264 darab bisztró, pizzaszeletes, borbár, taqueria, kocsmá, söröző, kerthelyiség, hamburgeres, diszkó, teázó, humuszos, pálinkázó, reggeliző, tiki bar és ezeknél bizarrabb önmeghatározású hely van. Térképünkön most majdnem kétszer annyi hely adatai szerepelnek, mint tavaly.”

Forrás: !!444!!! Bulitérkép (2014. május)



# A HELY ÉS A TERMÉK



Kutyakozmetika



Mozgó kutyakozmetika



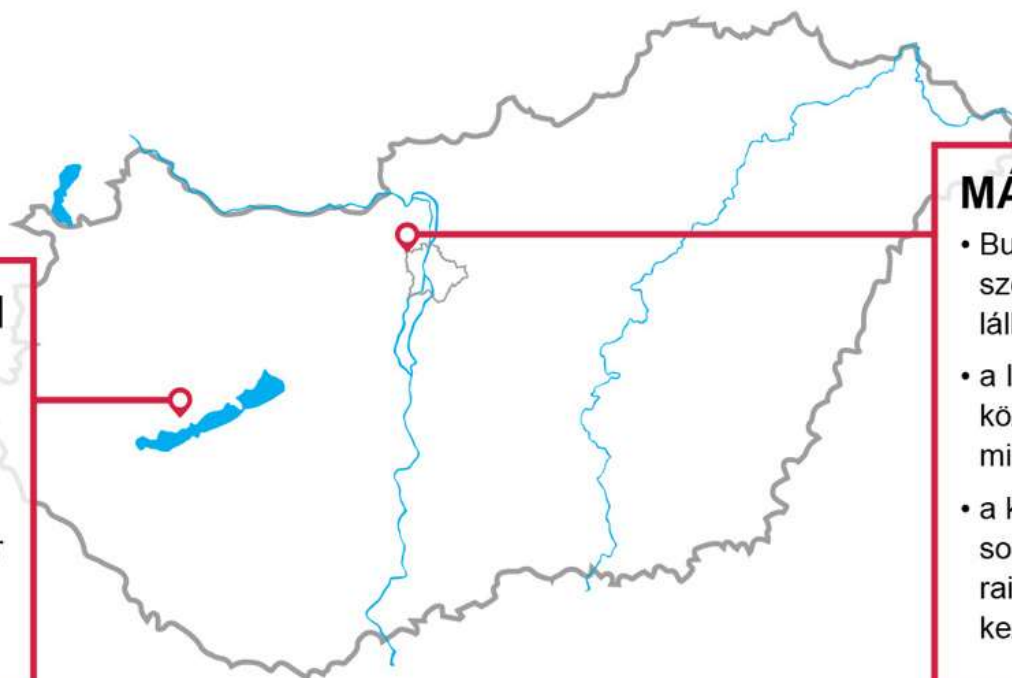
A hely (az értékesítés) megváltoztatása akár új fogyasztói előnyöket is adhat egy termékhez.

**A hely, az értékesítés, körülményei változtatják az árazási lehetőségeket.**

# A HELY ÉS AZ ÁR

## KÁPTALANTÓTI

- Tapolcához közel, a Balatontól néhány km-re található,
- lakossága 495 fő,
- kertés családi ház már 100-150 ezer forint/m<sup>2</sup> áron is kapható.



## MÁRIAREMETE

- Buda észak-nyugati szélén, a II/A-ban található,
- a II. kerület lakossága közel 90 ezer fő, több mint 6 %-a külföldi,
- a kerületben a lakások négyzetméterárai 400 ezer forintnál kezdődnek.

## Máriaremete és Káptalantóti

Ha Ön kizárólag gyümölcsből készített, drága házi lekvárokat és szörpöket árul, melyik termelői piacot fogja választani?

# ÉRTÉKESÍTÉS TÁMOGATÁSA



Az értékesítést támogató kommunikációs eszközök elkészítésének és alkalmazásának célja

- az ismeretátadás,
- a bizalom elnyerése,
- a meggyőzés.

**Összefoglalóan:  
egy vállalkozás kommunikációja.**

A céges kommunikáció alapvető eszközei:

Márka

Arculat

Reklám

PR

Online kommunikáció

Személyes

kommunikáció

# A MÁGIKUS „4P”



Mi kell a sikeres marketinghez?

Piac ismeret, információ – ez a **piackutatás**.

Gondolkodás – ez maga a **stratégiai tervezés**.

A piackutatás alapkérdései:

## A kínálat

- Kik vannak még a pályán?
- Mit állítanak magukról?
- Mit gondolnak róluk a piacon?

## A kereslet

- Kik a vevők (vevőtípusok)?
- Mit tartanak a legfontosabb értéknek?
- Megtalálják, amit keresnek?

## Környezet, trendek

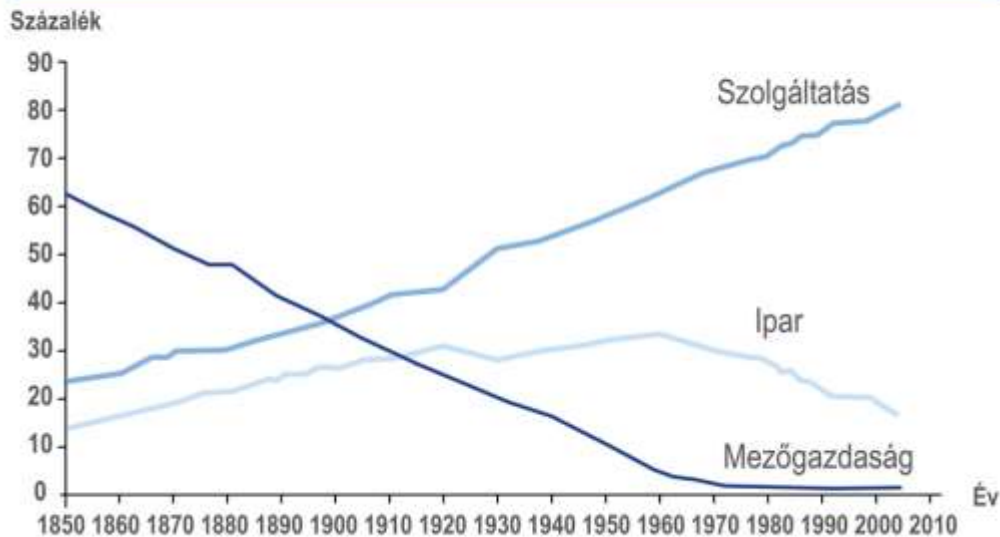
A házi piackutatás eszközei:

- **Személyes adatgyűjtés**
- **Adatgyűjtés az interneten**
- **Adatbázisok használata** (statisztikai, piaci információk feldolgozása)

# TRENDEK (FOGLALKOZTATÁS)



## A foglalkoztatottak szektorális összetétele (USA)



Forrás: HVG

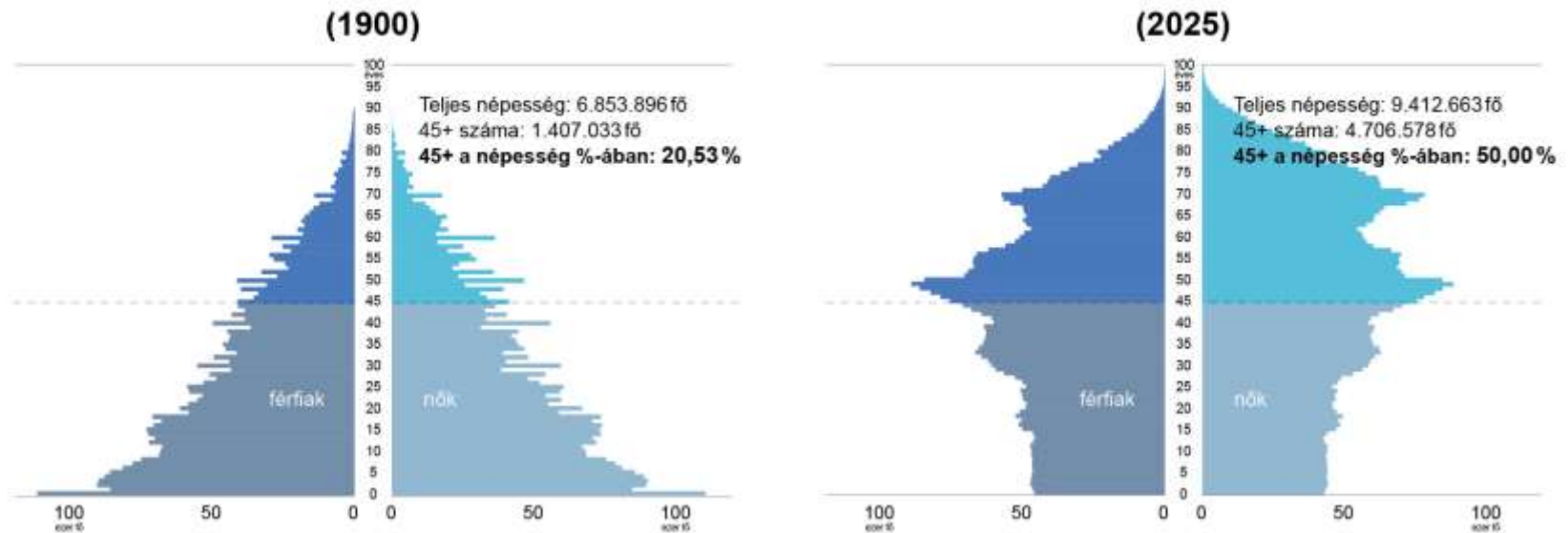
A társadalmi és gazdasági fejlődés radikálisan megváltoztatja az egyes szektorok gazdasági jelentőségét, és a piaci foglalkoztatási lehetőségeket.

Ezáltal gazdasági tevékenységek, piacok születnek és szűnnek meg.

# TRENDEK (DEMOGRÁFIA)

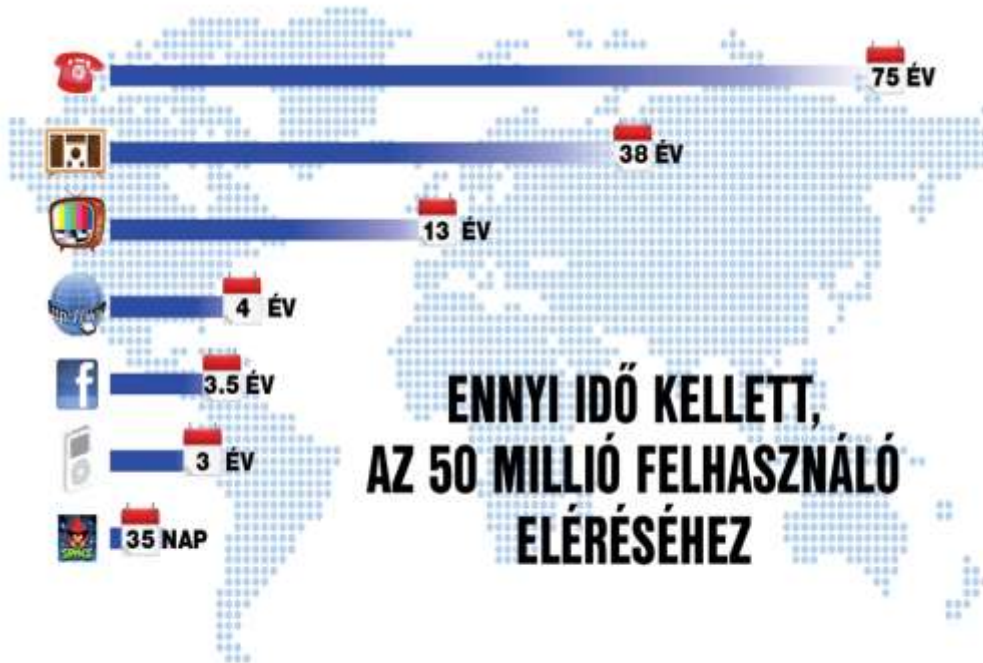


## Magyarország népességének száma (nemek és életkor szerint)



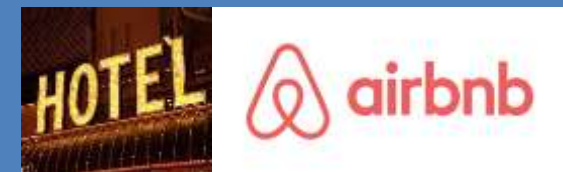
Forrás: KSH

# TRENDEK (TECHNOLÓGIA)



Forrás: Start Up Guide 2014

A technológiai fejlődés átírja a hagyományos termékek piacait is:





# A BELÉPÉSI PONT



Ha nem találjuk  
a belépési pontot...

... az egyetlen helyes  
döntés a teljes  
tervezési folyamat  
újrakezdése.

A tervezés folyamata során legalább az alábbi kérdésekre kell választ találnunk:

- Kihez beszélünk?
- Mi az elvárt cselekvés?
- Mit ígérünk?
- Milyen tévhiteket kell eloszlatnunk?
- Milyen eszközökön kommunikáljunk?

Ha csak nem Ön  
vállalkozása  
kommunikációjának  
célcsoportja, a tervezés  
során minden mondat,  
ami úgy kezdődik, hogy:

**„Szerintem...”**

egy potenciális csapda.

Szociográfiai és demográfiai jellemzők  
(nem, kor, lakhely, végzettség, anyagi státusz).

A vásárló és a fogyasztó egy személy?  
Ha nem, akkor kit kell elérni?

Milyen elvárásai vannak a kategóriával,  
és a termékkel szemben?

Vannak-e tévhittek, negatív tapasztalatok?

A vásárló milyen szempontok alapján dönt,  
amikor vásárol? Egyedül dönt, vagy vannak,  
akik befolyásolják a döntését?

## Mit tudunk a célcsoport eléréséről?

- Média: TV / Nyomtatott sajtó / online ?
- Fizikai környezet:  
Lakhely / rendezvény
- Mi a legszűkebb elérés  
(a minimális meddőszórás)?

# EGY KISVÁLLALKOZÁS, MINT MÁRKA



## **A márka: egy erőt hordozó név.**

Befolyásolja a fogyasztó cselekvéseit, érzelmeit.

Egy jól körülhatárolható területhez, fogalomhoz kapcsolódik.

## **A jó márka:**

- megkülönböztet,
- megbízhatóságot jelent,
- segíti az azonosulást,
- érzelmi kötődést alakít ki.

## **Az „ÉN” márka**

Az ügyfél számára egy adott kisvállalkozás jellemzői összefonódnak a képviselő személy jellemző értékeivel.

**Nem csak a vállalatok és termékek lehetnek márkák, hanem az azokat alkotó emberek is.**

# A KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZTÁRA



Az **egységes arculat** megjelenése:

Marketing anyagok:

- névjegy,
- reklámok,
- szórólapok, prospektusok,
- prezentációk,
- honlap,...

Értékesítés körülményei:

- a fizikai hely,
- az öltözet,
- a csomagolás, ...

„Ügynökségi” feladat:

A márkaértékekhez illeszkedő arculat (logó, betűtípus, színvilág) kialakítása.

## ARCULAT

Reklám

PR

Online eszközök

Személyes  
kommunikáció

# A KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZTÁRA



A reklám akkor hatékony eszköz, ha információ vagy ismeret átadás szükséges - pl.: ismertség, elérhetőség, egy terméktulajdonság tudatosítása.

## A jó reklám:

- **releváns** (valós, létező vágyhoz kapcsolódik),
- **eredeti** (megkülönböztethető),
- **hatásos** (aktivitásra ösztönöz).

„Ügynökségi” feladatok:

- kreatív elkészítése, layout tervezése
- média tervezés (csatorna, felület, elérés)

Arculat

**REKLÁM**

PR

Online eszközök

Személyes  
kommunikáció

# A KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZTÁRA



## **PR: a hírnév gondozása**

A reklámhoz képest eltérő eszközökkel, és eltérő időtávon működik.

Alapvető eszközei:

- sajtókommunikáció
- események, rendezvények, bemutatók
- szponzoráció, CSR
- személyes kommunikáció

„Ügynökségi” feladatok:

- sajtókapcsolatok
- eseményszervezés

Arculat

Reklám

PR

Online eszközök

Személyes  
kommunikáció

# A KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZTÁRA



2014-ben:

**3 milliárd** internet felhasználó a világon,

**7,2 millió** internet felhasználó  
Magyarországon,

**2,3 millió** mobil szélessávú internet  
felhasználó Magyarországon.

Arculat

Reklám

PR

**ONLINE ESZKÖZÖK**

Személyes  
kommunikáció





# A KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZTÁRA



## Elérhetőség:

- honlap
- Facebook (közösségi média)

## Elérés növelése:

- keresőoptimalizálás  
(SEO – Search Engine Optimization)
- keresőmarketing  
(SEM – Search Engine Marketing)
- e-mail marketing
- tartalom marketing: (honlap / hírlevél / blog / Youtube / Facebook / Twitter & tsai.)

Arculat

Reklám

PR

**ONLINE ESZKÖZÖK**

Személyes  
kommunikáció

**A kommunikáció elvei nem változtak,  
az eszközei, a reagálás időtávja igen.**

# A KOMMUNIKÁCIÓ ESZKÖZTÁRA



## Személyes kommunikáció:

### Célja:

- ismertség növelése
- kapcsolatok kialakítása
- véleményvezérek meggyőzése

### Eszközei:

- személyes beszélgetés
- előadás (konferencia, rendezvény)
- bemutató

Arculat

Reklám

PR

Online eszközök

**SZEMÉLYES  
KOMMUNIKÁCIÓ**

**Információk összegyűjtése, és folyamatos tájékozódás, a célcsoport minél mélyebb ismerete.**

**A márkaérték központi szerepe.**

**A kommunikációs eszköz választása a tervezés vége.**

**Ha hibát talál: Újratervezés.**

## **Ön döntsön!**

Családtagok, barátok,  
tanácsadók,  
ügynökségek fogják  
segíteni ötletekkel,  
javaslatokkal, de a  
következményeket  
mindig Ön viseli.

# HA MÉG OLVASNA MINDERRŐL...

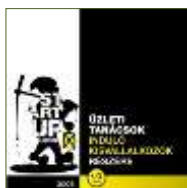


## A Start Up Guide program:

- több mint **100 ezer példány** ingyenes, nyomtatott könyv,
- **40 ezret** meghaladó könyvletöltés,
- **több mint 20 márka** számára megjelenés és márka tartalom,
- **több mint 30 szerző**,
- hat éve **folyamatosan frissített** és jelentősen **bővített tartalom**.

A Start Up Guide program a legnagyobb magyar, független vállalkozásfejlesztési tartalom projekt.

A „Start Up Guide 2014”  
könyv ingyenesen  
letölthető:  
[www.startupguide.hu](http://www.startupguide.hu)



# KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

**SZENES GÁBOR**

PRESSONLINE Kommunikációs Tanácsadó Kft.

[www.pressonline.hu](http://www.pressonline.hu)

[gabor.szenes@pressonline.hu](mailto:gabor.szenes@pressonline.hu)



**SZÉCHENYI 2020**



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

Európai Unió  
Európai Szociális  
Alap



**BEFEKTETÉS A JÖVŐBE**