

KISVÁLLALKOZÁSOK KOMMUNIKÁCIÓJA

A MARKETINGTŐL AZ ÜZLETI PROTOKOLLIG

SZENES GÁBOR

PRESSONLINE Kommunikációs Tanácsadó Kft.

Szolnok, 2014.11.10.



SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

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.

AZ ÁR



Taxi árlista – Budapest

www.fotaxi.hu | www.fotaxi.eu Érvényes / Valid: 2013. szeptember 14-ől | 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: FOGYASZTÓVÉDELMI 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 Renault Logan, Chevrolet Lanos	199 rub. (10 min.), then 13 rub/min
Comfort Ford Focus 3, Hyundai Sonata	249 rub. (10 min.), then 15 rub/min	299 rub. (10 min.), then 16 rub/min
Business Ford Mondeo, Hyundai NF	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-CAR HIRE AGENCY

EURORENT AUTÓKÖLCSÖNZŐ AUTÓBÉRLÉS **BÉRAU**
AUTÓKÖLCSÖNZÉSI PONTOK KAPCSOLAT VÁLLALA

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/Min¹** und **Parken 15 Ct/Min¹**

Mit dem DriveNow Tarif vollkommen flexibel für 31 Ct/Min¹ 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



Taxi – Berlin

TAXI BERLIN
030 20 20 20

Berlins größte Taxizentrale mit über 5.500 Taxis in Berlin und Umland

Taxi Berlin Card
Kunden-Newsletter

Taxi App inkl. Preisrechner

Der Taxitarif ab 19.2.2014 (in Klammern der bisherige Preis, falls nicht gleich)

Grundpreis (Ersatzfahrgebühr inkl. 0,20 EUR für erste Taxistrecke)	0,30 EUR
Fahrstrecke in Kilometer:	3,40 EUR
Zuschläge	3,40 EUR
Aktuell der Personenzahl (maximal 8 Personen können in einem Taxi befördert werden)	3,40 EUR

Wichtige Hinweise:

Bitte geben Sie die Kilometer ein, die Sie mit dem Taxi zurücklegen möchten.

Der Taxitarif ab 19.2.2014 (in Klammern der bisherige Preis, falls nicht gleich)

Kurzstreckenausschalttarif:	4,00 EUR für maximal 2 Kilometer Fahrstrecke
Grundpreis:	3,40 EUR (3,20 EUR) inkl. 0,20 EUR für erste Taxistrecke
Kilometerpreis:	1,79 EUR (1,65 EUR) ab 7 Kilometer
Schleppdienst/ Taxistrecke	1,28 EUR
Warteschleife (auch verkehrsbedingt)	0,20 EUR
Zuschläge:	25,00 EUR je Stunde, nach 1 min
ab 5 bis 8 Personen	1,50 EUR pro Person
barrierefreie Zahlung (auch Kreditkarte)	1,50 EUR
spezielle Gepäckstücke	1,00 EUR je Einheit
Einstieg am Flughafen Tegel	0,50 EUR

Die **Zuschläge** kann nur vor der Straße herangewinkt werden.

Carsharing – Berlin

DriveNow Tarife und Pakete

Der DriveNow Tarif: Fahren **31 Ct/Min¹** und Parken **15 Ct/Min¹**

Mit dem DriveNow Tarif vollkommen flexibel für 31 Ct/Min¹ fahren. Benzinkosten, Parkticket 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

Uber – Berlin

uberPOP
THE LOW-COST UBER

uberPOP	BLACK	uberTAXI
1,00 €	0,15 € PER MINUTE	0,50 € PER KILOMETER
		0,05 € PER KILOMETER

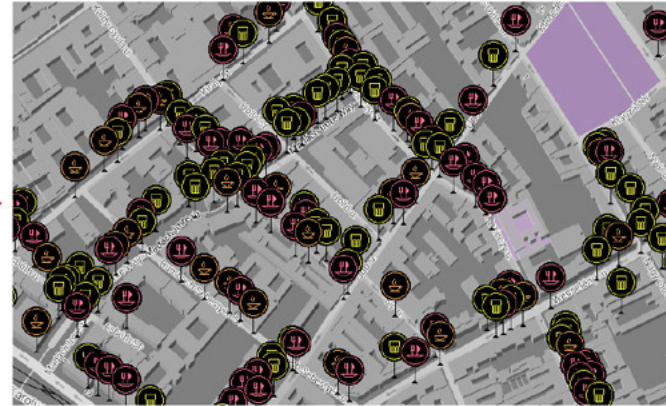
SAMPLE VERKEHR: WERBUNGSPURPOSEN, VERKEHRSPURPOSEN

Egy termék, árazásának (és pár más technikai jellemzőjének) megváltoztatása után gyakran egy másik termék piacán kezd versenyezni.

HELY (ÉRTÉKESÍTÉS)



Budapest
525,2 km²



Bulinegyed (VII. kerület)
0,41 km²

„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.

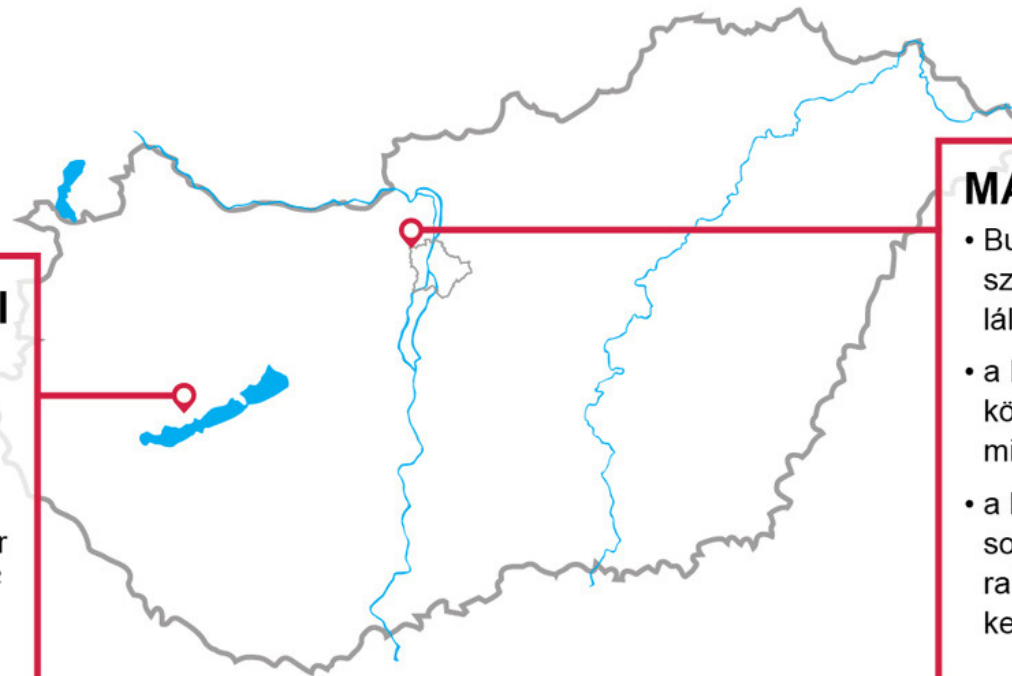
A hely, az értékesítés, körülményei változtatják az árazási lehetőségeket.

A HELY ÉS AZ ÁR



KÁPTALANTÓTI

- Tapolcához közel, a Balatontól néhány km-re található,
- lakossága 495 fő,
- kertes családi ház már 100-150 ezer forint/m² 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

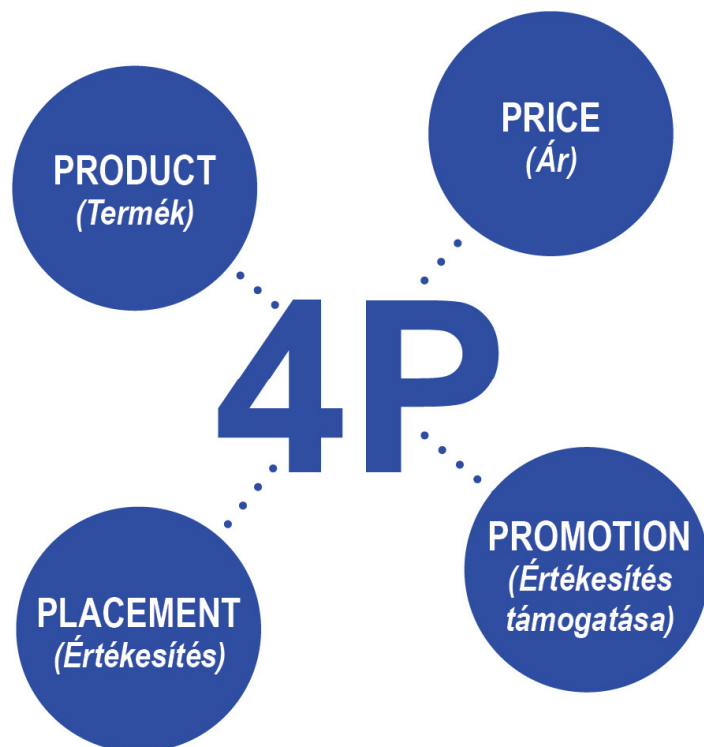
PR

Online kommunikáció

Személyes

kommunikáció

A MÁGIKUS „4P”



Mi kell a sikeres marketinghez?

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

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

PIACKUTATÁS HÁZILAG



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

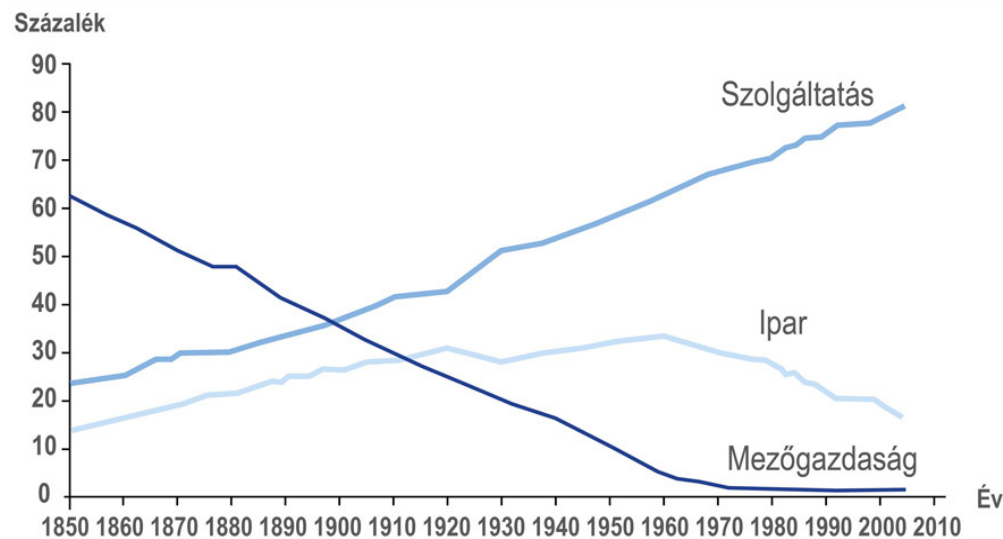
A házi piackutatás eszközei:

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

TRENDEK (FOGLALKOZTATÁS)



A foglalkoztatottak szektorális összetétele (USA)

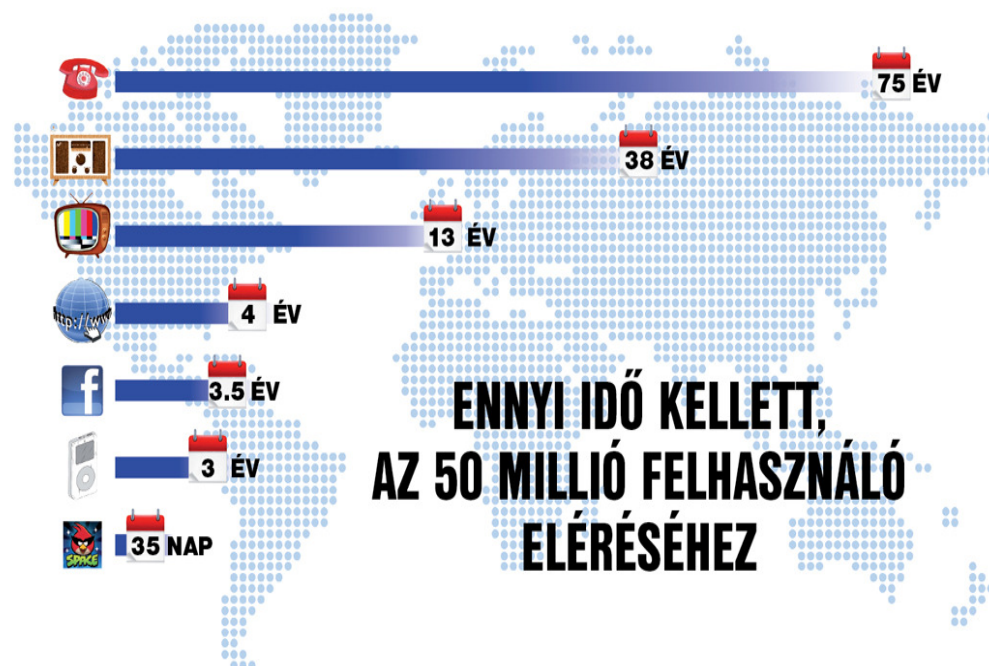


Forrás: HVG

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

Ezáltal gazdasági tevékenységek, piacok születnek és szűnnek meg.

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 újratezdése.

A KOMMUNIKÁCIÓ TERVEZÉSE



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.

CÉLCSOPORT



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
- Twitter & tsai.

Tartalom marketing:

- honlap / hírlevél / blog / Youtube / Facebook

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

Arculat

Reklám

PR

ONLINE ESZKÖZÖK

Személyes
kommunikáció

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**

ÖSSZEGZÉS



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

Folyamatos gondolkodás.

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



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

SZENES GÁBOR

PRESSONLINE Kommunikációs Tanácsadó Kft.

www.pressonline.hu

gabor.szenes@pressonline.hu



SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE