

Marketing díj

A 24. Construma Nemzetközi Építőipari Kiállítás egyik Marketing Díját a Foton Kft. nyerte el. A pályázat kiírója évek óta a Magyar Marketing Szövetség. Az elismerésről és az előzményekről Bendekovics Márta marketing asszisztenssel beszélgettünk.

Melyek voltak a legfontosabb szempontok a marketingterv elkészítésekor?

Cégünk fő profilja az építőiparban egyre nagyobb elismerést kiváltó műanyag nyílászárók gyártása.

Már eddig is több komoly, referenciaértékű munkát tudhatunk magunk mögött. Ez a megállapítás nem csupán a nyílászárók gyártására, hanem az egész cégfilozófiára is igaz. Ez volt a kiinduló pont a pályázat megírásakor. Úgy éreztem, hogy a Foton Kft. már régóta "megérett" arra, hogy komolyan megmérse magát, akár egy marketing pályázaton is. Az ötletek folyamatosan születtek, ezeket kellett gyakorlatilag egy csokorba szedni, és tematikusan rendezni az elbírálási szempontok alapján. Nem utolsó sorban saját magamat is tesztelni szerettem volna.

Egy, a cégnél már bevált konstrukciót vettek alapul, vagy teljesen új elképzelések kerültek megfogalmazásra?

Az egész marketing pályázat egy teljesen új, bevezetés alatt álló programról szól, amely Magyarországon még egyedülálló. A Foton Kft. által kidolgozott Partnerprogram az a stratégiai eszköz, amely világosabb és szorosabb együttműködést eredményez a két fél között. A követendő feladat a Foton Partner versenyképességének erősítése.

Mennyire befolyásol egy ilyen tervet az aktuális piaci helyzet, a gazdasági prognózisok és vannak-e Ön szerint örök érvényű "törvények", amelyet minden esetben szem előtt kell tartani?

Természetesen az aktuális piaci helyzet alapjaiban befolyásolja bármilyen terv, így egy adott időszakra vonatkozó Marketingterv fő irányvonalait és alkalmazott eszközeit is. Úgy ítélem meg, hogy a jelen nehéz piaci körülmények között működő nyílászárókat gyártó cég számára fokozott jelentősége van az új ötleteknek, illetve módszereknek. Egy vállalkozás fejlődésének kulcseleme a folyamatos megújulásra való szisztematikus törekvés, mely vállalati magatartás a Foton Kft. tovább fejlődésének egyik legfőbb záloga is lehet.

Örök törvények?

Nem elég valamit elméletben kigondolni, szükséges annak száz százalékos gyakorlati megvalósítása is. Ha valamit az ember igazán, tiszta szívből szeretne, és van benne elég kitartás, akkor azt meg is valósítja. Nálam ez mindig bevált. Sajnos sokan hajlamosak feladni dolgokat az első nehézségnél. A Foton

A pályázat főbb kritériumai a kiírás szerint

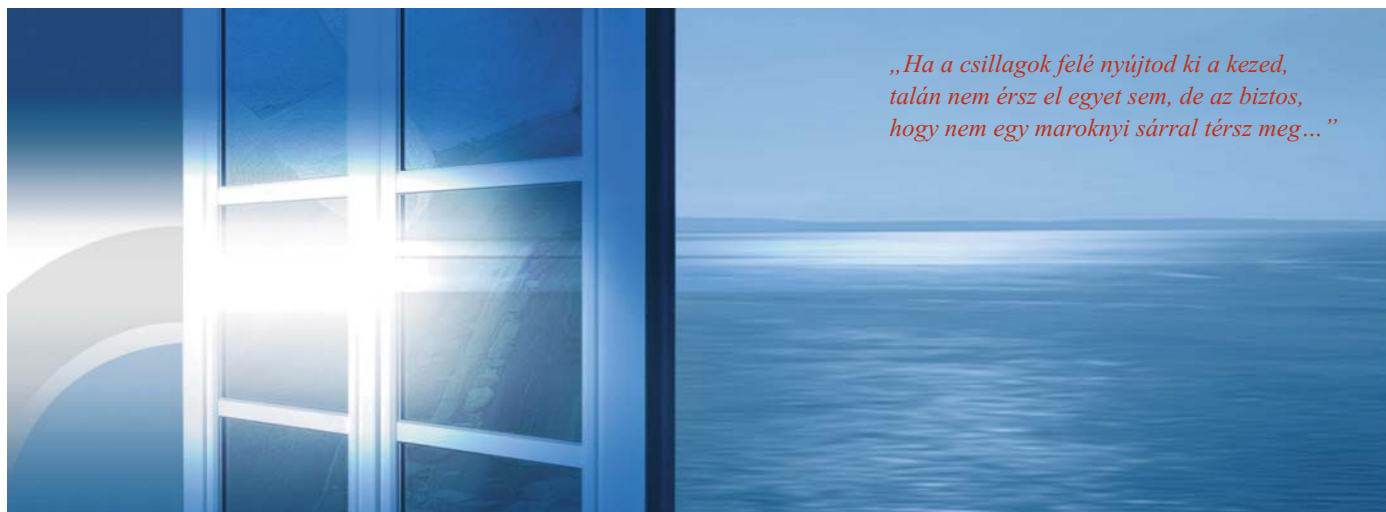
- a kiállító vállalat/vállalkozás bemutatása
- a kiállító vállalat/vállalkozás üzleti célkitűzései
- a kiállítási részvétel marketing céljai
- látogatói célcsoportok
- a kiállítási részvétel kommunikációs terve
- a stand kialakítása
- kísérő rendezvények
- személyzet felkészítése (létszámterv, időbeosztás, feladatterv, tárgyalásemlekeztető, egyéb)
- Follow up terv (célcsoporton belül, kiállító cégen belül)
- kiegészítő információk a kiállítás részvételéről



Kft. azért tudott ilyen rövid idő alatt sikeres lenni, mert a cégtulajdonos Bojtor Gyula is hasonló nézeteket vall. Példamutatása segített leküzdeni az akadályokat mind a pályázat megírása, mind a munkában ért nehézségek során. Jó érzés, hogy valaki áll az ember mellett.

Mi az, amire a legbüszkébb - természetesen marketing szempontból nézve?

A legbüszkébb talán arra lehetek, lehetünk, hogy a kigondolt Foton Partnerprogram nemcsak számunkra volt jó ötlet, hanem a szakma is pozitív elbírálásban részesítette. És ha már a Magyar Marketing Szövetség is elismeri a munkánkat, az nem csak nekünk jó! Ez az elismerés megerősít bennünket abban, hogy a kidolgozott programunk újszerűsége sikert jelenthet Partnereink részére, valamint kiváló referenciaként segíti az értékesítési munkát!



„Ha a csillagok felé nyújtod ki a kezéd, talán nem érsz el egyet sem, de az biztos, hogy nem egy maroknyi sárral térsz meg...”