



Beszprémy Katalin

Marketing a népi kézműves vállalkozásban

NSZFI
NEMZETI SZAKKÉPZÉSI
ÉS FELNŐTTKÉPZÉSI INTÉZET

A követelménymodul megnevezése:

Népi kézműves vállalkozás működtetése

A követelménymodul száma: 1004-06 A tartalelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-022-30



MARKETING A NÉPI KÉZMŰVES VÁLLALKOZÁSBAN

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Tehetséges kézművesként új termék készítését, gyártását tervezed! Milyen módszereket alkalmazol annak érdekében, hogy felmérjed a piacot az új termék sikeres bevezetését illetően?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

Napjainkban nem elég pusztán jó mesterembernek lenni ahhoz, – legyen az a legjobb szakember, – hogy a kézműves mesterségéből meg tudjon élni, önmagát, portfékáját meg kell ismertetni a piacon a vásárló közönség számára, "el kell tudni adni magát, valamint portfékáit is" a piacon. Sok a versenytárs, és napjaink globalizált világa nem kedvez a nagy élőmunka igényes, viszonylag drága termékek, kézműves alkotások piacának. Azokat a módszereket, gondolkodási módot ismertetjük a következő fejezetben, amelyek segítenek abban, hogy mesterségedből meg tudj élni!

MI A MARKETING?

A marketing az egyik olyan gazdasági kifejezés, amire nincs egységes definíció. Szűkebb értelemben a marketing egy olyan vállalkozói tevékenység, ami a vevők, vagy felhasználók igényeinek kielégítése érdekében elemzi a piacot, meghatározva az eladni kívánt termékeket és szolgáltatásokat, megismerteti azokat a fogyasztókkal, kialakítja az árakat, megszervezi az értékesítést, és befolyásolja a vásárlókat. Új termékek bevezetésével befolyásolhatja is azt.

Tágabb értelemben a marketing a vállalat – vállalkozás egészére kiterjedő szemléletmód, amelynek megvalósítása a vezető, vagy a vezetés feladata.

Kiterjesztett értelemben a marketing bármilyen gondolat, eszme, vagy személy népszerűsítését, eladását, megismertetését szolgálja. Kiterjed tehát nem nyereségorientált területekre is, mint az oktatás, kultúra.

Lényege, hogy a vállalkozáson kívül eső információkat belső erőforrássá igyekszik alakítani a nyereségesség és a hatékonyság növelésével, a piackutatás, a versenytárs elemzés és a fogyasztói igények megismerése útján.

A marketing alapja a **marketingmix**, amelynek elemeit együttesen és integráltan kell alkalmazni. Ezt 4P-nek is hívják, mely a **termék, az ár, az értékesítés és a reklám** angol nyelvű kezdőbetűiről kapta nevét. /Product, Price, Place, Promocion/. Manapság a 4P 7P-re egészült ki, ami a tárgyi környezet, a kiszolgáló személyzet, a fizikai megjelenés / csomagolás / fontosságát is kiemeli.

1. A termék, termékpolitika (product)

Lényege, hogy a vállalkozásoknak termék és szolgáltatás kínálatukat a mindenkori piaci igényeknek megfelelően kell alakítani.

Alapvető kérdései: milyen terméket és szolgáltatást vár a piac? Milyen új terméket, szolgáltatásokat vigyünk piacra, illetve mit kell beszüntetni?

Ezt a célt szolgálja a **piackutatás**.

A piackutatás fő kérdéskörei:

- Kik kínálják még azt a szolgáltatást, vagy árut a piacon, amit én szeretnék, ezt milyen minőségben és milyen áron teszik? A versenytársak piaci helyzetének, a versenyhelyzetnek elemzése.
- Mit keresnek, és kik a vevők? A kereslet összetétele (a piac szegmentálása) a lehetséges fogyasztói kör megállapítása – földrajzi, korosztályi, társadalmi, magatartási jellemzők szerint.
- Mit és miként, mikor érdemes neked a portékádat, szolgáltatásodat kínálni

A versenytársak a népi kézművesség területén egyben kollégák is. Egy-egy vásáron, mesterség bemutatón, szakmai fórumon közösen is kielemezhetitek a piac, a divat változásait, a fizetőképes kereslet reakcióit. A vásárokon te magad is láthatod, kinek, milyen terméke kelendő és miért. Nagyon fontos, hogy a vásárookra olyan termékeket vigyél, ami az adott hely közönségének igényeit elégíti ki.

Vásárookra nagy értékű kézműves terméket csak bemutató, vagy reklám céllal érdemes vinni, esetleg albumban, vagy reklámhordozón dokumentálva, hogy az érdeklődőkkel megismertethesd munkáidat, és megrendeléseket tudjál felvenni. Ezeken a helyeken a vásárló közönség a legritkább esetben jár teli pénztárcával.



1. ábra. Szórólap minta referencia munkákról

Annál inkább jellemző, hogy látva termékedet megrendelést kapsz.

Jellemző a kézművesekre, hogy egy-egy tárgycsoport divatja miatt a vásárokon az árukészlet egysíkúvá válik. Pl. mindenki mécesest, méztartót, tálaló tálcát stb. kínál, és a mesterek kínálata, egyéniségük kevésbé mutatkozik meg. Nagyon fontos, hogy egy funkción belül megtaláld saját egyéniséged, stílusod.

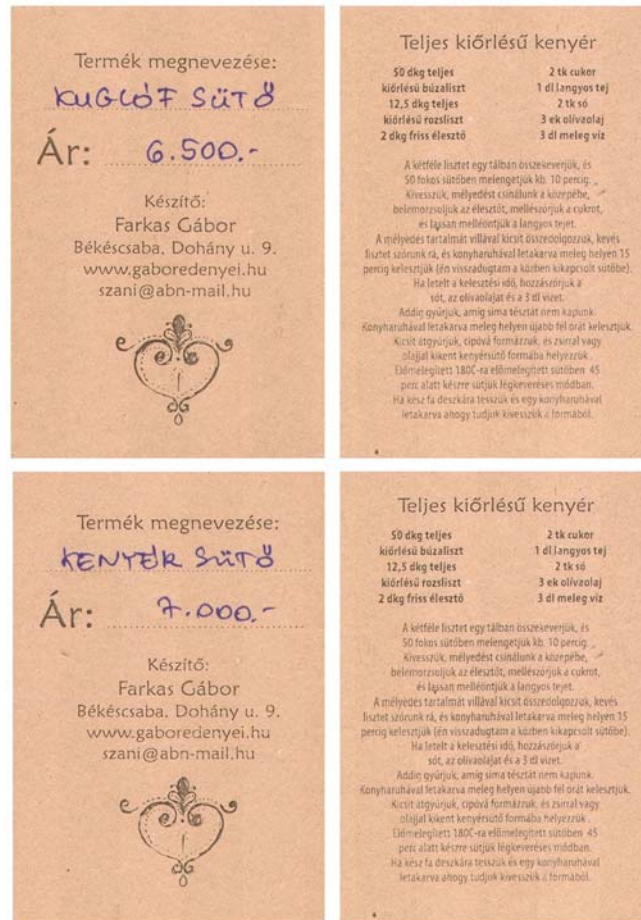
Épp ezért ha kollégák által sikeresen gyártott tárgytypus készítését tervezed, gondoldj arra, hogy a tied mitől másabb, szebb, jobb, vagy éppen olcsóbb.

Mit tudsz hozzátenni újítként? Ez a funkción túl megfogalmazódhat színben, formában, díszítményben, de kiegészülhet társalkotók, vagy helyi kistermelők speciális termékeivel, például sütőedény készítése során izgalmas receptekkel is. Ilyen lehetőség például öltözetkészítők esetén a ruhához illő kiegészítők árusítása is, de sorolhatnánk a hasonló lehetőségeket tovább.

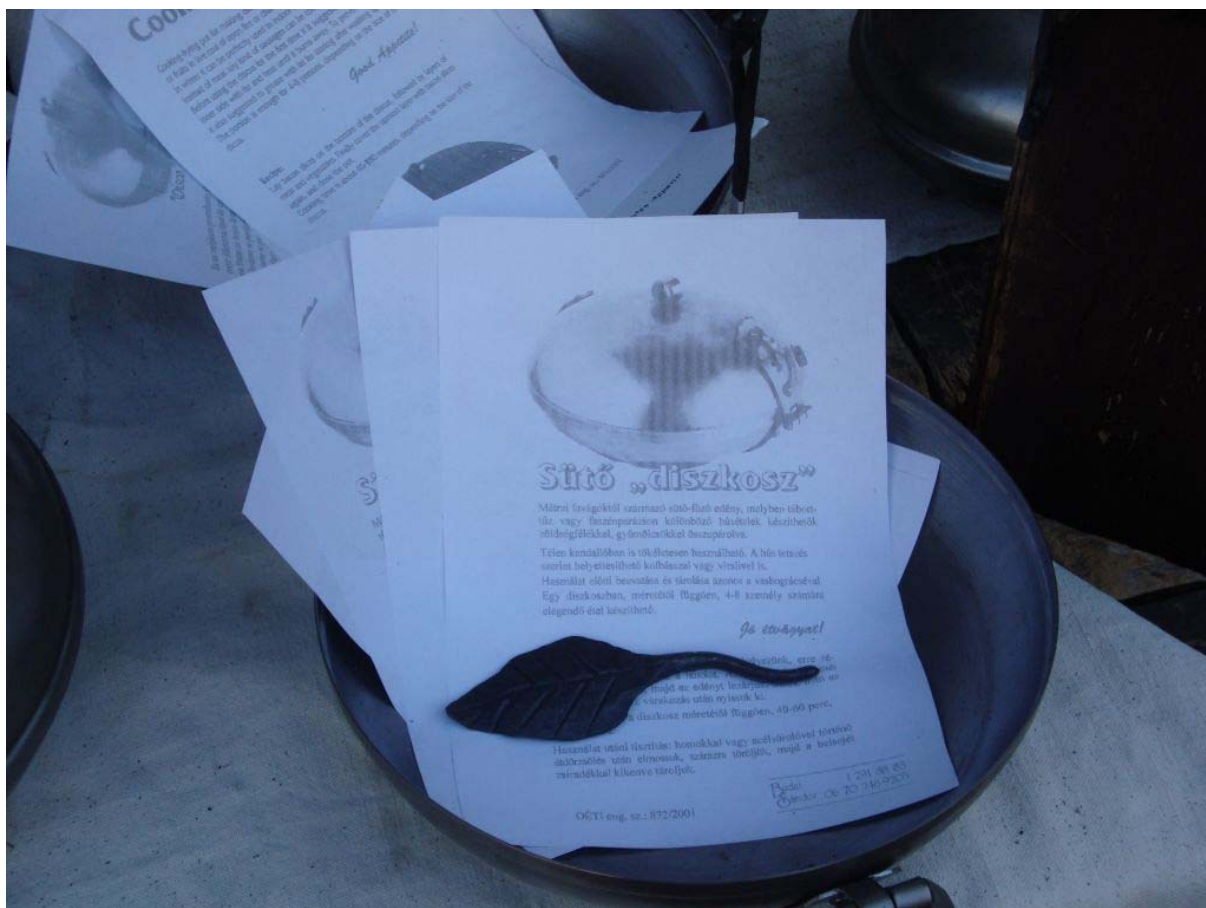


2. ábra. Fazekas kézműves standja a Mesterségek Ünnepe²

² A fényképek 2010-ben a Mesterségek Ünnepe² készültek. Foto: Beszprémy Katalin



3. ábra. Névjegykártya, termékismertető, receptajánló a fenti mester kínálata



4. ábra. Fémműves mester portékája recepttel együtt



5. ábra. Fémműves mester standja a Mesterségek Ünnepe

A kézműves vásároknak nem véletlenül fontos velejárója a mesterség-bemutató. A mai felgyorsult, gépesített korunk emberének újdonság, ismeretlen a kézi munka, annak idő és munkaigénye, nehézsége, fogásai.



6. ábra. Szövőmester mesterség bemutatója a Mesterségek Ünnepe



7. ábra. Mesterség bemutató környezetének kialakítása



8. ábra. Fazekas mesterség bemutató a Mesterségek Ünnepe



9. ábra. Fazekasmester bemutatót tart

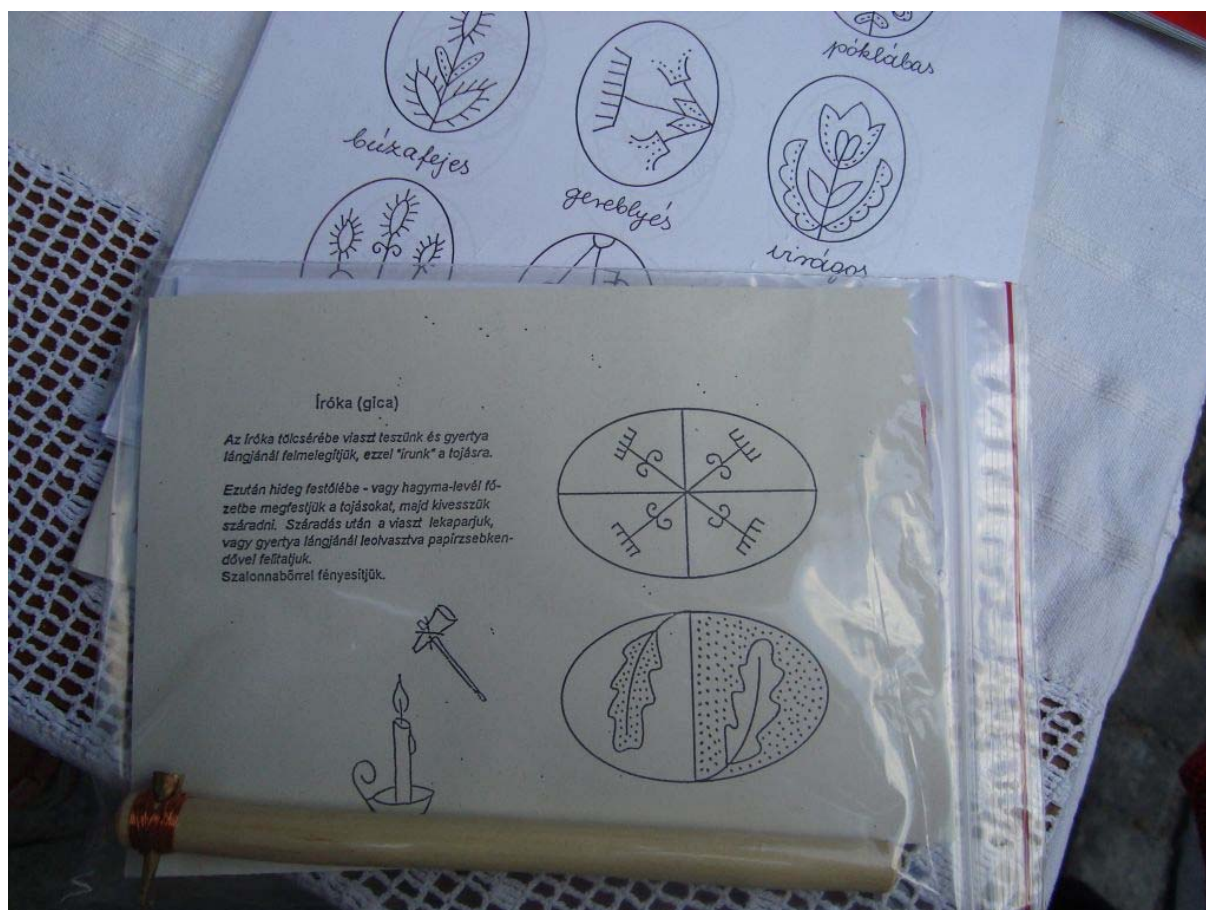


10. ábra. Székkötő mester mesterség bemutatója

Sok érdeklődőt nyerhetsz meg azzal, ha megmutatod a legérdekesebb fogásokat, műveleteket, mesélsz szakmád fortélyairól, esetleg kezébe adod a szerszámokat. Így jobban meg tudja becsülni munkádat, fel tudja mérni a kézi és tömegáru közötti különbséget. Készíts, ha szakmád lehetővé teszi olyan félkész terméket, amit a vásárló otthon önmaga is be tud fejezni! Készíts hozzá egyszerű technológiai leírást is!



11. ábra. Tojásfestő standja a Mesterségek Ünnepén



12. ábra. Példa használati utasítással és mintakinccsel ellátott félkész termékre

A kézművesek bevételeik nagy részét igényes, szép ajándék, emléktárgyak eladásával érik el. A jó ajándéktárgyaknak van funkciója, (nem porfogók, amit hazatérve azonnal kidobnak), ötletesek, kifejezik az adott hely, alkalom jellegét, olcsók, kevés munka és anyag vonzatuk van.



13. ábra. Hímzett, ízléses ajándéktárgyak



14. ábra. Hímzett szép ajándéktárgyak



15. ábra. Búcsústarisznya mint ajándéktárgy

Lényeg: az ötlet!

Gondolkodj azon, hogy saját szakmádban az évkör ünnepeihez kapcsolódóan milyen ajándéktárgyat tudnál piacra vinni!

A helyi, kulturális, vagy vidéki turizmushoz kapcsolódóan nagyon fontos, hogy a vendég számára az adott térség hagyományai bemutatásra kerüljenek.

Ez megnyilvánulhat a vendéglátóhelyek, vendégfogadók arculatán, és itt nagyon fontos, hogy a térségen belüli kézműves mesterek összefogva, termékeiket összehangolva terveket, mintákat mutassanak be, ajánlatot tegyenek a vendéglátóhelyeket üzemeltető tulajdonosok számára.

Fontos, hogy a helyben termelt speciális, vagy bioélelmiszer csomagolásában, tálalásában együttműködést találjanak a kézművesek a helyi termelőkkel. Ez már a promóció, de nagyon fontos, hogy így együtt a térségetek védjegyét, logóját is kitaláljátok!

A vásárokon, mesterség bemutatókon a **helyi hagyományok** felhasználásával készített tárgyak legyenek a figyelem középpontjában. A vendég erre kíváncsi, ezért megy oda, és innen visz esetleg emléket.

Tervezz ajándéktárgyat saját szakmádban, a saját térséged forma és díszítmény világát felhasználva! Ha nincs ilyen válassz magadnak egy kedves tájegységet!

Figyeld ne csak a kollégák munkáit, hanem a divatot, a környezetkultúrával foglalkozó médiákat is!

A mai jó kézműves mester olyan a hagyományokon alapuló forma, vagy és díszítmény világot alkalmaz tárgyain, melyek mai életvitelünk számára hasznosak, szépek, őrzik a múlt egy részét, de kiszolgálják mai életünket. Ehhez jó ismerni azokat a fórumokat, folyóiratokat, melyek a kortárs környezetkultúrával foglalkoznak. Ugyanakkor fel kell hívni a figyelmeteket a kritikus válogatás igényére is, hiszen ezek közül számos gyenge színvonalú, nem a népi kézműves ízlésvilágát közvetítő, tükröző könyvvel, folyóirattal találkozhatunk.



16. ábra. Példa jó irányú lakáskultúra magazinra

A népi kézműves természetes anyagokkal dolgozik. Ebből következően valamint életfelfogásuk hasonlósága miatt érdemes keresni a környezettudatossággal, ökológiával, biotermeléssel foglalkozó embereket, vállalkozó partnereket, társaságokat, egyesületeket, fórumokat!



17. ábra. Példa kézművesek és gyógynövénytermesztők közös értékesítésére

Ha lehetőség nyílik arra, hogy **üzlethelyiséget, nyitott műhelyt** nyiss, feltétlenül kösd össze az eddig hallottakat!

A hagyományokban gyökerező, mai kor divatját, igényeit kielégítő, de saját egyéniségedet tükröző tárgyakat kínálj!

Tarts mesterség-bemutatókat, ennek a rendszerességét próbáld meg kialakítani időben is! Legyen meg a helyes arány a termelés, alkotás, az értékesítés és bemutató között. Ezt hirdesd meg különféle fórumokon!

A műhelyedet ennek megfelelően alakítsd ki! Legyen elég hely az alkotáshoz, az árubemutatóhoz, árusításhoz, és a vendégek biztonságosan odaférjenek a bemutatandó munkafolyamathoz!

Legyen ízléses, jól megtervezett termékkatalógusod, névjegykártyád, logód!

Legyen szépen, kiállítás- árubemutatóként installálva megvásárolható készleted! Fontos, hogy a látogató ne egy raktárba érkezzen, hanem maga is kedvet, ötletet kapjon a tárgyad saját környezetében történő elhelyezésére, felhasználására.

A nagyobb értékű reprezentatív alkotások mellett legyen gazdag ajándéktárgy kínálatod is, mely az adott naptári időszak, valamint lakóhelyed hagyományait tükrözi!

2. Árpolitika

A vállalkozás folyamatos ármunkájáról, árpolitikájáról szól, melyben a vállalkozó megállapítja termékeinek, szolgáltatásainak árát.

Alapvető kérdései: hogyan árazzák be, milyen árkalkulációt alkalmazzanak az egyes termékek esetében? Eltérhetnek-e az áraktól? Mikor és hogyan? Hogyan reagáljanak a versenytársak árpolitikájára?

Feladatok: költségvizsgálatok, költségszámítások, hitelek, engedmények megfogalmazása, csomagár képzés, rugalmasság mérés.

Az **ár** a termék vagy szolgáltatás pénzben kifejezett értéke. A piac által megfizetett ár kifejezi, mennyit kölhetsz terméked, szolgáltatásod előállítására, és viszont, az előállítás költsége meghatározza, mennyit kell kérned az adott termékért, hogy megélhetésed biztosítva legyen.

Az **árképzés** fő feladata, hogy a marketingmix többi eleméhez illeszkedő, optimális nyereséget hozó árat szabj meg! Nem elég, ha tudod, hogy mik a piaci árak, és az sem, hogy ehhez képest milyen ár lenne ideális a Te szempontodból, ha közben vállalkozásod nem nyereséges. Az árképzéshez meg kell ismerned a piaci keresletet, a verseny nyomását, a minket körülvevő gazdaság helyzetét (konjunktúra, válság). Nem lehet kihagyni a vonatkozó jogszabályokat sem. / áfa, járulékok, adók stb. /

Sok esetben versenysztratégia az alacsony ár, de tudni kell, hogy ez csak hatékony tömegtermelés esetén kifizetődő.

A termék ára alapvetően a következő tényezőktől függ:

- A termék előállításának költségétől
- A piac felvevőképességétől,
- A versenytársak által kialakított ártól
- Tudsz-e olyan terméket létrehozni, amely kuriózuma, hozzáadott értéke révén extraprofitra tudsz szert tenni

Lehet az árat alakítani a költségekhez – de a költségek alakulását is meg kell vizsgálni adott esetben, ha úgy tűnik, hogy a Te költségeid magasabbak, mint versenytársaidé.

Néhány példa a kereslettől függő árképzési stratégiára:

- Érték-ár: a költség csökkenése ellenére fenntartja a vállalkozó a termékről kialakult vélt értékszintet, árat
- Lefölözés: új termék esetén a lehető legmagasabb ár képzése
- Térnyerő-ár: a piaci részesedés minél nagyobb mértékének elérése érdekében csökkentik az árat
- Presztízs-ár: célja, hogy a terméket a magas minőség, exkluzivitás miatt magas szinten állapítsa meg.

Néhány példa a versenyközpontú árképzésre:

- Vezető-ár: olyan ár, ami a többi termelőtől elszipkázza a fogyasztókat, ez alacsonyan megállapított árat jelent
- Pozíciós-ár: egy bizonyos termék kategóriában a te terméked tűnik egyedülnek a piacon, ezért magas árat kérsz

Az árképzési stratégiát termékcsopontonként, élethelyzetenként vegyesen alakíthatod.

Ha nem te árusítasz, hanem kereskedőt bízol meg az értékesítéssel, akkor nyilvánvalóan más árképzéshez folyamodsz, mint saját értékesítés esetén. Nyilvánvalóan a kereskedővel kiépíteni szándékozott hosszú távú, nagy mennyiségre, vagy egyedüli forgalmazóként tekintett kereskedelmi partner bevonása más-más árképzést igényel, mint az exkluzivitásra, saját értékesítésre alapozó kézműves mester árstratégiája.

A kereskedő által igényelt árutípusok is megszabják stratégiádat! Másképp gondolkodsz, ha nagy mennyiségű, egyforma, sorozatban gyártható termékről, vagy egyedi darabokról szól a megrendelés.

Az árképzésnél szóba jöhető árak alsó határát az önköltség jelenti, felső határát pedig az az ár, amit a piac még hajlandó megfizetni. E kettő között kell megállapítani saját áradat, figyelembe véve terméked **árérzékenységét**.

Ez azt fejezi ki, hogy az árváltozás milyen mértékben befolyásolja a kereslet változását. Nagy árérzékenységű piacon – a kézműves termékek sajnos ide tartoznak – az ár emelése a kereslet csökkenéséhez vezet. Ugyanakkor az akciók, a csökkentett árak sikeresek lehetnek.

3. Értékesítési politika

Az a folyamat, mely alatt a termék eljut a fogyasztóhoz.

Alapvető kérdés: hogyan, milyen csatornák közvetítésével jut el a termék a termelőtől, kézművestől a fogyasztóig.

Feladatai: az értékesítési út megszervezése. Logisztika (szállítás), hálózatépítés és elhelyezés, készletezés, az üzletbelső kialakítása.

A következő változatok fordulhatnak elő:

- **A gyártótól a fogyasztóig nincs közvetítő:** a népi kézműves számára ez a leggyakoribb értékesítési forma. A kézműves vásárok, mesterség-bemutatókkal összekötött kulturális rendezvények, saját műhelyben, műhelygalériában történő értékesítések, valamint az internetes saját értékesítések tartoznak ebbe a kategóriába. Előnye, hogy személyesen találkozol a vevőközönséggel, közvetlenül fel tudod mérni a fogyasztó érdeklődését, igényét, de viszont is szerencsés, személyiségeddel, tudásoddal te is befolyásolhatod a vásárlót. Gazdasági előnye, hogy az árakat az adott helyzethez tudod igazítani. Bár nem szabad megfeledkezni arról, hogy az értékesítés ebben az esetben a Te munkaidőd, munkád, viszont a kereskedelmi hasznot Te realizárod, nem más. Ez sok mester számára kedvezőbb, hiszen egy kereskedő által fenntartott üzlet rezsije sokszor magasabb, mint a szóban forgó megoldások költsége, ezért kisebb árrést tudsz Te alkalmazni! Nagy kérdés, hogy a termelés, szakmai munka mellett belefér-e az árusítás az életedbe, és vonz-e téged, szereted-e az értékesítéssel járó feladatokat, életmódot, magatartást.
- **A gyártótól a kiskereskedőn át a fogyasztóig a kiskereskedelmi egység az egyetlen közvetítő.** Bár megszűnt a népművészeti bolthálózat, lassan, de folyamatosan léteznek olyan magánkereskedők, akik kézműves üzleteket, népművészeti boltokat, eladóhelyeket üzemeltetnek. Ezek az üzletek frekventált idegenforgalmi helyeken, városokban, múzeumokban, tájházakban működnek. Jellemző napjainkban, hogy a vidéki, falusi turizmushoz kötődően Tourinform irodákban, szálláshelyeken is létezik kézműves termékárusítás. Fontos, hogy személyesen is győződj meg arról, hogy az adott kiskereskedő milyen portékákat kínál a Tiédén kívül. Sajnos a népművészeti-ajándék piacot eluralja a giccs. Megfontolandó, hogy alkotásaid, munkád milyen környezetben kerülnek értékesítésre! Lehet, hogy számodra ez több kárt okoz, mint hasznot! További buktatója ennek a formának, hogy a kereskedők legtöbbször bizományban vesznek át portékát, és késedelmesen fizetnek. Felhívom a figyelmedet arra, hogy egyrészt jó szerződést köss, figyelj a kifizetés, elszámolás időbeli ütemezésére, a teljesítésre, valamint arra, hogy Te magad megbízható partner légy, utánrendelés esetén időben, ugyanolyan minőségben szállíts! Egy kialakult jó üzleti kapcsolat biztosítéka lehet tevékenységed jó működésének. A kereskedőtől kérj visszacsatolást a fogyasztó igényeiről, véleményéről!

- **A gyártó – kiskereskedő– fogyasztó közé nagykereskedő, vagy ügynök is belép.** Ez a népi kézművesség területén nagyon ritka, de nem lehetetlen. Előfordulhat külföldi megrendelések, vagy nagyobb üzlethálózat megrendelése esetén. Az előző fejezetben felsorolt figyelmeztetések erre a formára is érvényesek!

4. A reklám

A reklám feladata, a fogyasztók tájékoztatása a termékről, szolgáltatásról, hogy kedvező képet alakíthasson ki a vállalkozásról, termékről, ösztönözze az eladásokat, befolyásolja a fogyasztó véleményét és viselkedését.

Alapvető kérdései: Milyen üzenetet, milyen reklámeszközön és mikor juttassák el a fogyasztóhoz? Hogyan mérjék a reklám eredményességét?

Feladatai: hirdetés, Public Relations (PR), promóció, kreatív és médiaterv

Akármilyen jó a terméked, senki nem fogja vásárolni, ha nem ismeri! Ha nem tudják, hogy létezik, vagy Te, mint alkotó létezel! A promóció, (kommunikáció, eladásösztönzés) ezt a célt szolgálja. Nagyon sok módszert foglal magában, melyet a vásárlóval, vagy reménybeli vásárlóval folytathatsz.

- Funkciói: a termékekkel, szolgáltatással kapcsolatos ismeret közlése, keresletnövelés, a terméked megkülönböztetése másokétól, a meglévő vásárlók emlékeztetése, versenytársak legyőzése
- Eszközei: reklám, nem személyes, fizetett, nem személyes kommunikáció, hirdetőtábla, plakát, média stb.
- Eladásösztönzés: keresletet serkentő eljárások, törzsvásárlói engedmények,
- Közönségkapcsolat (PR): az egyes fontos események, kiállításon, pályázatokon, mesterség-bemutatón, kulturális rendezvényen való részvétel sajtóban, médiákban történő megjelentetése
- Személyes kapcsolat a fogyasztóval: mesterség-bemutatók, saját értékesítés



18. ábra. Gépi hímző mesterség bemutatója a Mesterségek Ünnepe



19. ábra. Tojásfestő mesterség bemutatója a Mesterségek Ünnepe



20. ábra. Takács mester bemutatója a Mesterségek Ünnepén



21. ábra. Csipkeverő bemutatója a Mesterségek Ünnepe



22. ábra. Bőrműves mesterség bemutatójához készült tábla

Fontos hangsúlyozni, hogy a vállalkozásban minden és mindenki üzenethordozó, tehát kommunikál. Minden, ami látszik, a Te, valamint eladóid, munkatársaid viselkedése, külső megjelenése, műhelyed, elárusító helyed külső megjelenése, áruid installálása pozitívan, de negatívan is hathatnak a fogyasztóra.

Épp emiatt fontos a megjelenés, az öltözködés, a fogyasztóval szembeni figyelmesség, udvariasság, az áruk ízléses, szép elhelyezése. Lehet, hogy ehhez alkotótársaidtól kell beszerezned néhány dekorációs anyagot, alkalomhoz illő viseletet.



23. ábra. Alkalomhoz illő viselet a Mesterségek ünnepén



24. ábra. Hímző mester alkalomhoz illő viselete a Mesterségek Ünnepe



25. ábra. Faműves alkalomhoz illő viselete mesterség-bemutatón

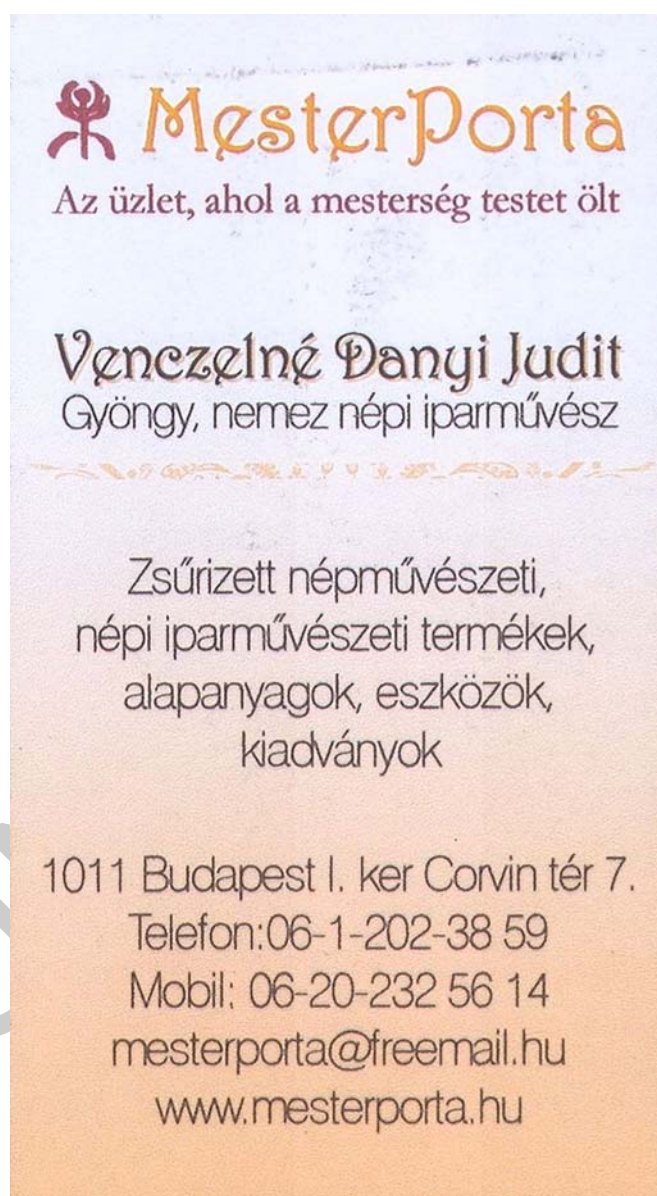


26. ábra. Idős hímzők alkalomhoz illő viselete a Mesterségek Ünnepe



27. ábra. Ízléses csomagolás, stand a Mesterségek Ünnepe

Ugyanilyen fontos, hogy termékeiden szerepeljen a logód, monogramod, jeled, legyen lehetőleg saját stílusodnak megfelelő névjegykártyád, melyen minden fontos adatod szerepel! Ezt ne felejtsd mindig magadnál tartani! Fontos, hogy termékeid csomagolása is szép, lehetőleg egyedi legyen. Vásárok esetében mindig legyen nálad csomagoló anyag. Szintén fontos, ha önálló műhelyed, bemutató termed van, vagy önállóan vásárolsz, hogy legyen cégéred, mellyel megkülönbözteted magad kollégáidtól, felhívod a figyelmet saját mesterségedre! Ezen neved, és mesterséged egyaránt szerepeljen!



28. ábra. Jó példa névjegykártyára



29. ábra. Gubás mesterek cégére



30. ábra. Hímző mester cégére



31. ábra. Fazekas mester cégére



32. ábra. Bútorfestő mester cégére



33. ábra. Játékkészítők cégére

Tervezz cégért magadnak!

Ha vásárolsz, vagy gyakran veszel részt szabadtéri rendezvényeken, érdemes könnyen szállítható, saját dekorációval ellátott **sátrat** készíttetni, mely összhangban van méretét formáját, díszítményét tekintve mesterségeddel!

MUNKANYAG



34. ábra. Faműves mester cégére a Mesterségek Ünnepe



35. ábra. Gyékényfonók sátora

A mai világban nagyon fontos az **internetes elérhetőség**, saját honlap szerepe. Ez két irányban is hasznos: egyrészt Téged hamarabb megtalálják az érdeklődők, másrészt a különféle internetes fórumokon magad is tudod ajánlani portékáidat, tevékenységedet. Fontos, hogy a honlap jól megszerkesztett, szép, munkásságodnak megfelelő stílusú, és folyamatosan karbantartott legyen!

Érdemes szem előtt tartanod, hogy egy kommunikációs felmérés szerint a vásárlók 78%-ának véleménye az, hogy a legjobb legmegbízhatóbb reklám a többi vásárló ajánlása! Tehát tevékenységednek, megbízhatóságodnak, munkád minőségének küldetésednek, viselkedésednek jó hírét, hitelességedet semmilyen reklám nem pótolja, illetve nincs az a reklám, ami ellenkező esetben felülírja mulasztásaidat, hibáidat!

Összefoglalás: a vállalkozások nyereségessé, hatékonyá tétele a piackutatás, a versenytársak elemzése, a megfelelő árképzés, valamint a fogyasztói igények megismerésével.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

Látogass el a Mesterségek Ünnepére, a Vörösmarty-téri karácsony vásárba, vagy a szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeumba, és a látottakat a tananyag szempontjai alapján elemezd!

2. feladat

Látogass meg, és beszélgess el szakmádban dolgozó népművészet ifjú és idős mestereivel, népi iparművészekkel! Faggasd ki őket munkájukról, tapasztalataikról!

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK**1. feladat**

Egy műhelyt, műhelygalériát, szándékozol kialakítani magadnak

Milyen szempontok alapján választod ki vállalkozásának helyszínét, telephelyét? _____

Hol nyitnál műhelygalériát? _____

Milyen információkat, és hogyan gyűjtenél össze a vállalkozás sikerességének megalapozásához? _____

Mik a műhely kialakításának szempontjai a Te mesterséged esetében? _____

2. feladat

Vásárba kaptál meghívást! Milyen szempontokat veszel figyelembe a visszajelentkezésakor?

Hogyan, milyen szempontok szerint választod meg vásárra vitt portékáidat? _____

Milyen promóciós, reklám anyagot viszel magaddal? _____

Hogyan, milyen módon rendezed be standodat, hívod fel a vásárlók figyelmét önmagra, portékáidra? _____

3. feladat

Olyan vásárba kapsz meghívást, ahol mesterség-bemutatót is kell tartani!

Milyen technikát, / technikákat / és milyen munkafázisokat mutatnál be az érdeklődőknek? _____

Hogyan készülnél fel otthon e feladatra? _____

Hogyan rendezed be standodat, miként oldod meg az árusítást a mesterség-bemutató mellett? _____

4. feladat

Szakmai fejlődésed, az értékesítési lehetőségek bővítése, ismertségednek növelése érdekében szakmai fórumokat keresel!

Mik azok az információs, kommunikációs csatornák, melyek segítségével szakmai tájékoztatást kaphatsz? /
események, pályázatok, vásárok, szakmai továbbképzések stb./

Sorold fel a legfontosabbakat! _____

5. feladat

Vállalkozásodban új terméket szeretnél bevezetni! Készíts árkalkulációt!

Foglald össze az eladási ár kialakításának elveit, az árak kialakításánál figyelembe veendő jogszabályi előírásokat!

6. feladat

Elkészült egy új tervezésű megrendelt terméked!

Mik a további teendők?

7. feladat

Önállóan tervező alkotó kézművessé váltál! Miért lehet fontos a saját védjegy, jel?

Saját mesterséged területén miként lehet jelölnie a készítő személyét? _____

Miként tudod bizonyítani azt, hogy piacra vitt, kiállításra benyújtott terméked zsűrizett? _____

8. feladat

Vásárba indulsz! Mik a teendők?

Hogyan csomagolod, milyen információkkal látod el, címkézed fel termékeidet? _____

Milyen csomagolási módokat alkalmazol? _____

Hogyan helyezed el elérhetőségedet a termék csomagolásán? _____

MUNKANYAG

MEGOLDÁSOK

1. feladat:

Meghatározza a célközönséget, (marketingkonceptió készítés, marketing mix alkalmazása

Piackutatást, piacelemzést végez

Anyagot, információt gyűjt munkájához, műhely, bemutatóterem kapcsolata, annak kialakítása

Megteremti a munkafeltételeket – a telephely engedélyezési eljárásai

Alkalmazza vállalkozási ismereteit– piackutatás, piacelemzés, marketingkonceptió készítés

2. feladat

Kiállításon terméket bemutat, véleményeztet – helypénz mértéke, a stand nagysága, sátor, pult biztosítása

Reklámtevékenységet folytat – promóciós anyagot, cégért készít, arculatot tervez, és kialakít

Piackutatást végez – vásár nagysága, a meghívott kézműves kollégák mesterségbeli összetételének vizsgálata, a helyszín és alkalom által meghatározott portékák kiválasztása.

Meghatározza a célközönséget – ennek alapján is dönt az árusítani kívánt termékekről

3. feladat

Hagyományőrző rendezvényeket látogat – kiválasztja, kigondolja milyen szakmai témáról beszél bemutató közben. Felkészül rá.

Mintagyűjteményt készít – a mesterség-bemutató alkalmából a mintagyűjtemény, a korábban elkészült munkák, azok tervei promóciós anyagként, referenciaként is szolgálnak

Megfogalmazza, meghatározza a feladatot – helyigény, szükséges infrastruktúra, ennek biztosításának tisztázása, szállítás megszervezése, behajtási engedélyek kérése szükség esetén, félkész termékekkel való készülés, a bemutatandó technikák felsorolása, a szükséges anyagok, eszközök megnevezése

Reklámtevékenységet folytat – a stand berendezése, névjegykártyák, csomagolóanyagok készítése, róluk történő gondoskodás

Mesterség-bemutatót tart – a néprajzi téma kiválasztása, felkészülés belőle

4. feladat

Folyamatosan bővíti szakmai, művészi ismereteit – intézmények / Hagyományok Háza, közművelődési intézmények /

Civil szervezetek /NESZ, megyei egyesületek, AMKA /

Kamarák /Kézműves Kamara/

Múzeumok, tájházak kiadványai, honlapjai, hírlevelei, információs kiadványa

5. feladat

Alapanyag szükségletet számít – anyagköltség

Tájékozódik az alapanyagok beszerzési lehetőségeiről – anyagköltség

Költségkalkulációt készít – költségelvű árképzés (anyagköltség, munkadíj, rezsiköltség, haszon, nettó eladási ár, áfa, bruttó eladási ár), ár– minőség viszonylat

Piackutatást végez – keresletől függő árképzés, piaci versenyhelyzet elemzése, célcsoport árérzékenysége

Egyeztetni az árat és a határidőt a megrendelővel – árdifferenciálás, bevezető ár, lehetséges engedmények, vagy elérhető extraprofit

6. feladat

Alkotómunkát végez – alkotásba komponált monogram, évszám lehetősége, hátoldalon szereplő jel, logó, monogram

Zsúrizteti az alkotásokat, termékeket – zsúrizás lehetősége, dokumentálás, fényképezés a későbbi promóció érdekében, "Páva" védjegy, szellemi termék fogalma, tervezés, kivitelezés fogalma, jelentése, társ mesterségekkel való együttműködés esetén az együttműködő partnerek megnevezése

Címkézi a terméket, a termékre ráhelyezi a kötelező információkat, gondoskodik csomagolásáról – kötelező használati utasítással, ízlésesen, megfelelően és biztonságosan csomagol

Garanciát vállal munkájára, reklamáció esetén vállalja a hibák javítását

7. feladat

Zsúrizteti termékeit – a zsúri védelme, szellemi termék fogalma

Címkézi termékeit – a logó, monogram szerepe a promócióban

8. feladat

A termékekre ráhelyezi a kötelező információkat – a használathoz, tisztításhoz elengedhetetlen információk megjelenítési formája, elhelyezése

Gondoskodik a késztermék csomagolásáról – csomagolóanyagok, csomagolási mód a termék védelme érdekében, segédanyagok, számla, nyugtatomb, zacskók a vásárlók számára

Piackutatást végez – tájékoztató arról is, hogy az alkotó termékei még hol beszerezhetőek

Reklámtevékenységet folytat, reklámanyagot készítet- Névjegy, nyomtatott, kézzel rajzolt, rajta lévő információ megnevezése / alkotó, fantázia név, bolt neve, cím, telefonszám, honlap, stb./

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

Tudnivalók, tanulnivalók, tennivalók pályakezdő vállalkozóknak. Tankönyv. SEED Kisvállalkozás-fejlesztési Alapítvány, Budapest, 2009.

Üzleti tanácsok kezdő művészeti vállalkozók számára. www.mft.org.hu/startupguide 2010.

AJÁNLOTT IRODALOM

Tudnivalók, tanulnivalók, tennivalók pályakezdő vállalkozóknak. Tankönyv. SEED Kisvállalkozás-fejlesztési Alapítvány, Budapest, 2009.

Üzleti tanácsok kezdő művészeti vállalkozók számára. www.mft.org.hu/startupguide 2010.

A(z) 1004-06 modul 022-es szakmai tankönyvi tartalomeleme
felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
31 215 02 0010 31 01	Csipkekészítő
31 215 02 0010 31 02	Fajátékkészítő
31 215 02 0010 31 03	Faműves
31 215 02 0010 31 04	Fazekas
31 215 02 0010 31 05	Gyékény-, szalma- és csuhéjtárgykészítő
31 215 02 0010 31 06	Kézi és gépi hímző
31 215 02 0010 31 07	Kosárfonó és fonottbútor-készítő
31 215 02 0010 31 08	Szőnyegszövő
31 215 02 0010 31 09	Takács
31 215 02 0100 21 01	Kosárfonó

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:
21 óra

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1–2008–0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210–1065, Fax: (1) 210–1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató