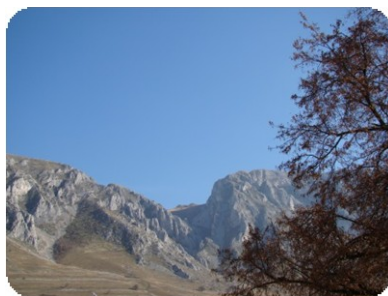


MarkeTeam Tehetség tábor

Torockó 2013. október 25-27

A hétvégén, 2013. október 25-27 között, zajlott le a MarkeTeam tehetség tábor, Torockón, a Tóbiás házban. Néhány szóban szinte összefoglalhatatlan milyen is volt, feledhetetlen előadások, nagyszerű társaság, remek hangulat, csodás környezet. Kell ennél több? Az előadók felkészültsége, és segítőkészsége páratlan volt, minden kérdésre készségesen válaszoltak, úgy az előadás során, mint külön egyéni beszélgetések alkalmával. Minden tanulás mellett a szórakozásra is bőven maradt idő, úgy ismerkedésre, mint bulira és nem utolsósorban csoportos és egyéni játékokra, na meg persze a Székelykői túra. No de vegyük csak szépen sorjába.

Pénteki nap: Kezdjük is mindjárt az indulással. Egy órákor gyülekeztünk a Babeş-Bolyai Tudomány Egyetem Közgazdaság és Gazdálkodás Tudományi Karának épülete előtt, ahol az egyetem busza már várt és 1:30 körül sikerült is elindulni. 2 órás utazásunk nem telt tétlen, hisz már a buszon elkezdtek összeismerkedni a résztvevők egymással, és szervező társaikkal. Érkezésünkkor azonnal szemünkbe ötlött a Székelykő csodálatos látványa, a falu jellegzetessége, ahogyan megőrizték az ott lakók őseik hagyományait, szimbólumait, jellegét.



Rövid cipekedés után el is értük a Tóbiás házat, ahol elfoglaltuk helyeinket, és indultunk is iratkozni, hogy megkapjuk névcéduláinkat és sorsot húzzunk, hogy milyen csapatban legyünk, ugyanis a tábor folyamán 3 játék-feladat is folyt folyamatosan, ezen feladatok elvégzéséhez a résztvevőket, és a szervezőket is beosztottuk csapatokba, sorsolással. Rövid pihenő és hely feltérképezés után el is kezdtük az előadásokat, amit a MarkeTeam bemutatkozása nyitott meg, röviden köszöntöttük a jelen lévőket, és vázoltuk tevékenységeinket.



Át is adtuk hamar a szót **Dr. Berács József**-nek, aki a *Budapesti Corvinus Egyetem* professzora. Kötetlen, csoportos beszélgetés alakult ki előadásából, ahol megtudhattuk, hogy hogyan alakultak az első szakkollégiumok, miért jó szakkollégiumhoz tartozni, és azt is megtudtuk, hogy a kommunizmus idején is működtek hasonló szervezetek. Továbbá beszélt saját tapasztalatairól, és a marketing illetve a reklám fontosságáról. Az előadást követően ismerkedős játékokat játszottunk, lendítettük a helyi kereskedők szeszesital piacát, és kiosztottuk a feladatokat is. Az egyik feladat az volt, hogy megadott témában kellett egy projektet készíteni, a marketingmixet alapul véve, jelen esetben irányként egy víznek a kereskedelembé való bevezetéséről kellett írni, második feladatként minden előadás után kérdésekre kellett felelni, ahol minden helyes válasz 1 pontot ért a csapatnak, amelyikből helyesen válaszoltak. A harmadik egy játék volt, a maffia, ahol a maffiatagok igencsak túlteljesítettek.

Szombati nap: A szombat telítettebb nap volt, több előadást hallgathattunk meg figyelemmel, többet tanulhattunk mások tapasztalataiból.



Elsőként **Surányi Balázs**, az *Autonet* marketing koordinátora tartotta meg előadását, a marketing működéséről és használatáról a gyakorlatban. Elmondta, bemutatta, hogy milyen stratégiákkal, alkatrészekkel foglalkoznak. Elmondása és véleménye szerint a cél meghatározása a legfontosabb, ami mérhető kell, legyen, a második legfontosabb dolog a célpiac meghatározása. Ha nem határoljuk be pontosan, hogy kiket szeretnénk megcélozni, akkor gyakorlatilag mindenkit célzunk, vagyis senkit, mert túl sok erőforrást pazarolunk el olyan szegmensekre, akik egyáltalán nem érdekeltek termékeink, szolgáltatásaink vásárlásában. Amellett, hogy költséghatékony, ha egy adott szegmenst célzunk meg jobbak lehetünk abban a szegmensben bárkinél. Mindezen külső kommunikáció mellett nagyon fontos, hogy minden tervről, kampányról belső kommunikációt is tartsunk, hogy tisztában legyen avval mindenki, hogy jelenleg a vállalat mit csinál, és hogy ő miért fontos ebben az egészben, így elérhetjük, hogy mindenki azt tegye, ami a vállalatnak a legjobb. Szakemberként beszélt olyanról is, hogy ő pályafutása elején milyen nehézségekbe ütközött, elmondta, hogy gyakorlatban nincs minden úgymint

elméletben. Marketingesként nagyon sok mindenhez kell érteni, joghoz, logisztikához, pénzügyhöz, és még a nyomdai technikákhoz is.



Másodikként **Bodola Zsolt**, online reklámszakember, a *Checkmate Media* ügyvezetője és tulajdonosa tartotta meg előadását, a romániai online reklámpiacról. Beszült az interneten történő reklámfolyamatokról, különböző reklámozási fómákról, mint a CPC, CPL, CPS, CPA, stb. és a SEO (SearchEngineOptimization) és a SEM (SearchEngine Marketing) eltéréseiről. A SEO segítségével a különböző keresőmotorok az oldalunk nevét az elsők között jelenítse meg, míg a SEM a tulajdonképpeni reklámot takarja. Mindezek

mellett szó esett a közösségi médiáról, a mobil reklámokról, új technológiák fejlesztéséről, bevezetéséről. Az egyik új technológia a PBT (PredictiveBehavioralTargeting). Ez a program cookie-k és IP címek használatával működik, megjegyzi, hogy milyen témájú oldalakat látogattunk meg mostanában, és olyan témájú reklámokat fogunk tapasztalni, a további keresett oldalaink reklámfelületein. Továbbá szó esett a vírus videókról, reklámokról is, amelyek fő jellegzetessége, nevéhez is kötődően, hogy vírusként terjednek az interneten, és akár e-mail, akár kéréstlen alkalmazás, stb. ként jelennek meg.



A harmadik előadás az üzleti stratégiákról szólt, **Kosza Alíz** bemutatásában. Beszéde a marketing fontosságáról, és a vállalatok számára egyre nagyobb marketinges szerepvállalásról osztotta meg tapasztalatait. Megosztotta velünk legutóbbi sikertörténetét a Fabryo vállalat termékeivel kapcsolatban. Ez a cég festékek gyártásával, keverésével, és árusításával foglalkozik, és olyan nagy márkák, termékek köthetők Alíz nevéhez, mint a SAVANA, INNENWEIS. nem mellesleg, ezek ma piacvezető festékek Románia festékpiaacán.

Az érdekes, és rendkívül informális előadások, beszélgetések után a Mol Románia képviselői **Csog Éva és Suta Anita** tartottak workshopot. A csapatoknak egy integrált kommunikációs kampányt kellett kidolgozniuk a Mol-nál történő olajgyűjtésre, a különböző akciós termékekre, stb. a rendelkezésre bocsátott pénzügyösszegekből és marketing fogásokból. Az

előadások után nyitott beszélgetések kezdődtek, úgy az előadók, mint a táborosok között, bárki tehetett fel személyes, szakmabeli kérdéseket. Vacsora után pedig kezdődött a buli.

Vasárnap: A tábor utolsó napján reggeli után került sor a vizes projektek kiértékelésére, ahol



nem volt könnyű dolga a zsűrinek, hisz jobbnál jobb tervek kerültek bemutatásra. Végére is megszületett a döntés, a zöld csapat nyert, jutalmuk két üveg bor, a Pécsi Szentágotthai János Szakkollégium jóvoltából. Az örömtől, jókedvtől lelkesülve nekivágtunk a Székelykőnek, azonban időhiány miatt nem maradt időnk felmenni teljesen a tetejére, rövid fényképezkedésután

indultunk is vissza a Tobiásházhoz ebédelni, és szedelőzködni, hisz lassan indulnunk kellett. Hazafele messze csendesebb volt a hangulat, mint az oda úton, nem is csoda, hisz nem pihentünk túl sokat a hétvégén, de sebjaj, hisz a programok, előadások, hangulat, barátok, táborozók mindenért kárpótoltak.



Végére is három szóban összefoglalva annyit mondhatnék, hogy *nagyszerű volt minden*. Az információkban, tapasztalatokban gazdag előadások, workshopok, különböző próbák igazán mozgásban tartottak mindenkit. Igéretünkhöz mértén megpróbáljuk tavasszal ismét megszervezni a tábort, ahova szintén szeretettel várunk minden jelenlegi és jövőbeni érdeklődőt.

Ne feledjétek, Minden ötlet jó!

Szerző: Nagy-Tőkés Csongor-Attila

MarkeTeam