

# A legnagyobb médiaportfólióval rendelkeznek



Gundel Takács Gábor: „Összességében csomagban, portfólióban érdemes gondolkodniuk a cégeknek, és koncentráltan kell kommunikálni; az üzleti sikereknek ez lényeges összetevője”

FOTÓ: UNGER TAMÁS

**N**ovember közepén a vasi megyeszékhelyre érkezett Magyarország legnagyobb portfólióval rendelkező média-kereskedőháza, a Salesworks roadshow-ja. A kis-, közép- és nagyvállalatoknak szervezett bemutatón az ismert tévés, kommunikációs szakember, a Magyar Olimpiai Bizottság kommunikációs igazgatója, Gundel Takács Gábor napjaink kommunikációjáról tartott előadást.

Megújult arculattal, partnerközpontú portfólióval folytatja a Salesworks. Termékválasztékuk 112 márkát, elsősorban a Mediaworks portfóliójába tartozó mintegy 200 terméket integrál, havi 7,7 millió elérést biztosít, amivel a teljes lakosság 93 százalékát érik – ez is kiderült azon a novemberi martineumbeli találkozón, ahol elsőként Németh Balázs, a Salesworks Vas megyei értékesítési vezetője köszöntötte a vendégeket, vasi kis-, közép- és nagyvállalatok képviselőit. – A friss mérések alapján naponta körül-

belül 88 ezren olvassák a Vas Népét, ami továbbra is a legnagyobb területi lefedettséget jelenti a regionális napilapok sorában, a Vaol.hu pedig napi 29 ezer egyedi látogatót vonz – hiteles és mértékadó hírforrásként tekintenek ránk olvasóink, a megyében kikerülhetetlen médiaforrásként – fogalmazott.

Majd Gundel Takács Gábornak adta át a szót, aki átfogó képet adott a hallgatóságának napjaink kommunikációjáról. Előadásából kiderült: 2020 tavasza óta jelentősen átalakult az életünk, a pandémia nyomán változott az emberek kommunikációhoz való viszonya. A mobiltelefon, az internet-előfizetések száma, az e-kapcsolatfelvétel is rohamosan nőtt, ahogy az internetes vásárlások is gyakoribbak lettek. – Azóta van némi visszarendeződés. A hibrid megoldások a jellemzők. Ha a cégek láttatni akarják magukat, a hagyományos eszközökről nem szabad megfe-

ledkezni, az online-ról pedig nem lehet nem tudomást venni – jelentette ki. A céges online megoldások két csoportja közül az egyiket a közösségi média portfólió (elemei a honlap, Facebook, Insta, TikTok, YouTube, LinkedIn), a másikat az online szolgáltatások jelentik (online sajtótermék, online hirdetési felületek és keresőszolgáltatások). Az utóbbiak más dimenzióban, más szakmaisággal és szakemberháttérrel elérhetők, mondta. Szét kell választani a szervezeti és a termék-kommunikációt: másként kommunikálni a cégről és a termékről, és ezeket egymásra építeni – ezt is alapvetésként közölte. Érdeklődésként jegyezte meg, hogy a közösségimédia-használat tekintetében Magyarországon még mindig a Facebook a legerősebb, rohamosan nő a YouTube, az Instagram, a TikTok szerepe is. Ha ezeket optimálisan akarjuk használni, tisztában kell lennünk „identitásunkkal”: mi a cégünk, mik a szolgáltatásaink, ki a célközönségünk. Beszélt arról is, hogyan érdemes posztolni, mi a reklám szerepe: „nem ad el semmit, hanem felhívja a fi-







**Horváth László: „A Salesworks regionális elérése egyedülálló a magyar piacon. A legnagyobb médiaportfóliót biztosítjuk az online és a print hirdetésekért kínáló saleshouse-ok, kiadók között”**

FOTÓ: UNGER TAMÁS

gyelmet.” S hogy el kell érni az úgynevezett marketingküszöböt: ha a cég üzenete nem megy át elég sokszor, akkor az nem lesz hatékony. Példát is hozott: ha a cég hirdetése nemcsak egy alkalommal szerepel a megyei újságban, hanem a kampányidőszak teljes ideje alatt, akkor többeket elér. Fontos a keresztpromóció a különböző platformok, úgymint a print és az online között. Egymást erősítő megoldás a saját online mellett a print/online megjelenés. Az utóbbi esetben nagyobb a ráfordított idő: egy családban többen olvassák el az újságot, és egy ember akár többször kézbe veszi. Azzal, hogy többször átlapozza, többször találkozik a hirdetésünkkel, nő a marketingküszöb. Tartós és visszakereshető, lokálisan erős és hatékony. Az online hirdetésnél pedig minden, ami ott szerepel, kattintást generál, ami javítja a cég algoritmusát. Hozzátette még, hogy az emberek elsősorban érzelmi alapon döntenek – „azt írta az újság” –, illetve hogy az örök értékeket hiteles platformokon lehet „átvinni”. Összességében fontos, hogy csomagban, az online és a print portfóliójában gondolkodjanak a cégek, ezen belül át kell gondolniuk, mi az, amit saját kezelsükben csinálnak, és mit bíznak szakemberekre. Itt nem érvényes a „kis pénz, kis foci; nagy pénz, nagy foci” elve. Az üzletben a kis pénz az ablakon kidobott pénz. A nagyobb pénzzel lehet elérni a marketingküszöböt, amit már konverzióvá lehet

átalakítani. Koncentráltan kell kommunikálni: az üzleti sikereknek ez rendkívül fontos összetevője, hangsúlyozta. A folytatásban Horváth László, a Salesworks regionális értékesítési vezetője mutatta be szervezetüket. Mint mondta, saleshouse-ként a legnagyobb

médiaportfóliót biztosítják a hirdetőeknek az online és a print hirdetéseket kínáló saleshouse-ok, kiadók között. A tömegelés mellett, ha kell, a tematizált és földrajzilag targetált célcsoportokat is hatékonyan érik el. Régiós szinten egyedülálló, amit képviselnek, köszönhetően a portfólióhoz tartozó napilapoknak, magazinoknak és az online oldalaknak. A Salesworks sokszínű tartalmat kínál: 181 terméküket hét csoportba gyűjtötték: figyelembe véve tipikus fogyasztóikat, vásárlási attitűdjeiket, életstílusukat, valamint az őket érdeklő médiaterméseiket, így alakítottak ki hét „personát”: sportrajongó, főbevásárló, digitális bennszülött, üzleti döntéshozó, szerző hírforrás, könnyed hírfogyasztó, agrár, akinek a minőség a mindene, és akinek az infotainment az élete. Csapatukban háromszázan dolgoznak, hogy termékeiket megismertessék partnereikkel. Profeszszionális és naprakész szolgáltatásokat, szakmai érveken alapuló, innovatív ajánlatokat kínálnak partnereiknek. Kreativitással, profizmussal és precízen szolgáltatják ki a kampányokat.

Németh Balázs úgy foglalta össze: „Elhoztuk az országos médiát Vas megyébe. Elérhetővé tesszük az országos branddel rendelkező oldalak olyan költségkalkuláció felhasználását, amelyre eddig nem volt lehetősége egy Vas megyei vállalkozásnak. Ezt nyújtja a Salesworks.”



**Németh Balázs: „Elérhetővé tesszük az országos branddel rendelkező oldalak költségkalkuláció felhasználását, amire eddig nem volt lehetősége egy Vas megyei vállalkozásnak. Ezt nyújtja a Salesworks”**

FOTÓ: UNGER TAMÁS