

Vedieť dať o sebe vedieť

TEXT: Ján Minár, Slávka Štefancová FOTO: Jana Zajasenská, archív firiem

Umením dneška – aspoň to tak prezentujú moderné príručky je predať produkt. Aby si však našiel adresáta, nastupuje niekedy nedocenená etapa prezentácií, zviditeľnenia firmy, resp. tovaru. Aké formy prezentácie uplatňujú strojár – sme sa spýtali pri tradičnom okrúhlym stole.



Vladimír Bielik, generálny riaditeľ a predseda predstavenstva, BOST SK, a. s.

Na prezentáciu produktov našej spoločnosti využívame prostriedky z fondov Európskej únie. Boli vynaložené na prezentáciu na veľtrhoch, výstavách a obchodných misiách. Zúčastnili sme sa strojárskych veľtrhov v Nitre, Brne, Viedni, či v Paríži a Bagdade. Tento mesiac aj v Hannoveri. Na vyhľadávanie a oslovovanie nových obchodných partnerov sme využili mnohé obchodné misie. Výhodou tejto formy prezentácie je priamy kontakt s potenciálnymi zákazníkmi v krátkom časovom období, priame predstavenie produktu v expozícii, získanie spätnej väzby. Na predstavenie nových produktov využívame aj prezentáciu v odborných časopisoch, ako aj vo vlastnom firemnom časopise.



Jaroslav Čada, konateľ Opis Engineering, k. s.

Podľa vlastnej skúsenosti, ktorá je závislá na časovom dotaci, dávám prednosť internetu. Témou okamžite tam naleznu, čo potrebujú i keď sa týče technických novinek, je treba sáhnout po časopisech, ktoré v sobě ukrývajú často ako by zakódovaná tajemství směřů, kudy se bude vyvíjet technika v příštích letech. Pracuji v oboru pohonné techniky a našimi klienty jsou většinou konstrukční kanceláře, lidé, kteří stále hledají něco nové, co by přineslo do jejich strojů inovaci a tyto zaujmout, pro nás znamená dát jim zajímavý článek, nejlépe ve formě prospektu. Posledně se nám něco podobného povedlo provést k pohonům pro etiketovací stroje.

Katarína Lopusná, konateľka spoločnosti LLZ Servis, s. r. o.

Rôzne médiá pri rôznych štádiách existencie spoločnosti – keďže mám dlhoročné skúsenosti so zakladaním firiem aj v zahraničí, tak na štart odporúčam inzerát v najčítanejších časopisoch alebo novinách, v odbornej tlači ako je časopis Strojárstvo/Strojrenství, väčšiu – menšiu propagáciu na billboardoch, resp. bigboardoch, a samozrejme, dobre spracovanú reklamu umiestnenú na rôznych webových portáloch. Zlaté stránky sú tiež veľmi dobrou vstupnou bránou do povedomia klientely, ako aj odborné výstavy, ktorých je na Slovensku niekoľko. Samozrejme, niet nad dobré referencie produktu či spoločnosti!



Tino Hoffmann, vedúci podniku Veaser Plastic Slovakia, k. s.

Pre nás sú to hlavne internet a časopisy. Myslím si, že internet je dnes dôležitý pre všetkých. Ľudia na ňom vyhľadávajú informácie z rôznych oblastí a môžu sa tak dostať aj k vašej firme. Ak inzerujete v odbornom časopise, je to podobné. Môžete sa tam prezentovať tým, čo robíte. My konkrétne vyrábame hlavne plastové časti pre automobilový a elektronický priemysel.



Jiří Maluš, konateľ spoločnosti, Datron, s. r. o.

Prevažujúcou formou prezentácie našej spoločnosti je internet. Využívame pri tom viaceré možnosti, počínajúc webovou stránkou, umiestňovaním odkazov a videí na diskusné alebo informačné servery a internetovým obchodom končiac. Našou snahou je vytvoriť systém internetovej prezentácie tak, aby sa jeho súčasťou vzájomne dopĺňali.