

Multimédiás kereskedőházak területén az egyik legfontosabb portfólió működtetése, amely egészíti ki a televíziós kampányokat, hogy ütős kínálhassunk partnereinknek.



Szakmai partnereink:



[Főoldal](#) / [Kiemelt](#) / **Papp-Váry Árpád: Azok a márkák erősödnek, amelyek a válságban nem vágják meg a marketingbűdzsájüket**

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok



Papp-Váry Árpád: Azok a márkák erősödnek, amelyek a válságban nem vágják meg a marketingbüdzsájukat

Kiemelt

Piac

📅 2020-05-25 👤 Szaszin Ede 👁 1918

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok



A Márkamonitor Koronavírus Krónika címmel kisinterjú-sorozatot indított. A legkülönbözőbb szektorokban dolgozó kollégákat kérdezzük arról, hogyan érintette a cégét és az iparágát a pandémia, és ő maga milyen tanulságokat vont le az elmúlt hetek mindent felforgató eseményeiből. Pillanatképek a koronavírus-járvány idejéből. Mai beszélgetőpartnerünk Papp-Váry Árpád, a Metropolitan Egyetem dékánja.

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok



A gazdasági válságok közös jellemzője, hogy a márkatulajdonosok azonnal csökkentik a marketingköltségeiket. Egyetemi oktatóként, márkatanácsadóként mit mondasz erre?

Én értem, hogy marketingesként nekünk ez fáj a legjobban. De azért ne csináljunk úgy, mintha egy gazdasági válságban csak a marketingköltségeket csökkentenék. Az persze fennáll, hogy az ez egyik első költségelem, amihez hozzányúlnak, de ez vélhetően azért is van, mert könnyebb és gyorsabb egy médiafoglalást lemondani, egy ügynökségi szerződést felmondani vagy éppen csökkenteni, mint más területeken intézkedni.

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

vágják meg a marketingbüdzsájukat, netán még többet is költenek. Ezt igazolja minden korábbi válság tapasztalata, az ezzel kapcsolatos kutatások.

Nagyobb perspektívából nézve, a marketing tudja motorizálni a gazdaságot. Nem véletlen, hogy a Magyar Marketing Szövetség is azzal a hashtaggel lépett elő kapcsolódó tartalmakkal, hogy: #mostnincsmegallas

Azért az elmúlt hónapokban sem maradtunk teljesen kampányok nélkül. Láttál jó példákat, olyan cégeket, amelyek a járvány idején jól kommunikáltak? Lesznek olyanok, akik bekerülnek a következő könyvedbe?

A kommunikációnál is sokkal fontosabbnak tartom, hogy egyes cégek milyen gyorsan alakították át az üzleti modelljeiket, vezették be, erősítették meg például az online értékesítést. Ez részben persze kényszer volt részükről, de most pár hét alatt meglepték azt, amit akár éveken át halogattak.

A kommunikációt tekintve (de valójában ez sem csak kommunikáció, sőt elsősorban nem az) a társadalmi felelősségvállalást emelném ki. Ez befelé is fontos: az első számú prioritás, hogy gondoskodunk a munkatársakról, azok biztonságáról. Meghallgatjuk őket, odafigyelünk rájuk, és amennyire lehet, rugalmasak vagyunk. Kifelé pedig fontos, hogy biztosítsuk a vevőket és a partnereket, hogy továbbra is minden rendben a céggel. Az első kérdésre visszautalva ezért is lényeges ilyenkor a kommunikáció, a kampányok. Ha ez elmarad, könnyen azt hihetik, hogy lehúztuk a rolót. Az is fontos, hogy gondoskodjunk a vevők biztonságáról, különösen az offline üzletekben, találkozások során. Nem szabad elfelejteni azt sem, hogy ez most nem a harsány, nyomulós marketing, az önpromóció ideje. Legyünk empatikusak, és adjunk akkor, amikor és amennyit csak lehet – ez lesz az igazi CSR.

Az iskoláknak, egyetemeknek szinte egyik napról a másikra kellett átállniuk a távoktatásra, a digitális megoldásokra. A Metropolitan Egyetemnek hogy sikerült az átállás? Kinek volt nehezebb, a diákoknak vagy a tanároknak? Mi lesz a vizsgaidőszakban?

Büszkén mondhatom, hogy míg az összes felsőoktatási intézmény szünetet rendelt el, és 10 nap alatt állt át az online oktatásra, addig mi azt mondtuk, hogy felkészültek vagyunk és mindössze

.....

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

is a technológia a lényeg, hanem az oktatásmódszertan. Ez mind az oktatóktól, mind a diákoktól több energiát kívánt, de megérte. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint hogy az én karomon, az Üzleti, Kommunikációs és Turisztikai Karon a net promoter score kutatásunk ugyanazt a magasnak tekinthető értéket mutatta a tavaszi, karantén alatti félévben, mint az őszi, campusos félévben. Rengeteg pozitív visszajelzést kaptunk, no meg persze építő kritikát is. Biztos, hogy jó néhány elemét meg fogjuk tartani az online oktatásnak akkor is, amikor újra kinyit majd az egyetem. Ez, vagyis az offline oktatáshoz való visszatérés terveink szerint szeptemberben történik meg. Nem akarunk túl hamar nyitni, a mostani vizsgaidőszakot, sőt magukat a záróvizsgákat is online formában bonyolítjuk le, kollégáink és diákjaink egészségének védelme érdekében.

A zenészek, színészek, fotósok, szabadúszó újságírók és sokan mások munka nélkül maradtak március óta. Mi a helyzet a tanácsadói piacon, csökkent vagy nőtt az ügyfelek száma, aktivitása?

Visszatérve az első kérdéshez: sok cég ilyenkor egyfajta szünetet tart, a tanácsadói szerződéseket felfüggesztik pár hónapra. Néhány cég viszont épp most kapcsol, így a legismertebb tanácsadóknak továbbra is csörög a telefonjuk. Az online ügynökségek biztosan nem panaszkodnak: most a klasszikus tanácsadók is őket keresik, hogy miként lehet erősíteni online megjelenésüket, vagy éppen személyes konzultációikat, tréningjeiket, workshopjaikat miként lehet a digitális térbe áthelyezni.

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

Te magad hogyan élted át az elmúlt heteket? Mi az, amit másként látsz, másként csinálsz, mint korábban?

Hát azt biztos nem mondhatom, hogy kevesebb lett a feladatom. Sőt, az elmúlt bő két hónap igen intenzív volt, még ha többnyire otthonról is intéztem mindent. Tanulság, hogy mindent meg lehet oldani így, az oktatást, a meetingeket, a céges partnerekkel való együttműködéseket, vagy akár a Magyar Marketing Szövetség tisztújító közgyűlését is. Persze azért a legtöbb dolgot kellemesebb lett volna a kollégákkal, tanítványokkal, ismerősökkel, na és a családtagokkal találkozási offline megtenni. De igyekszem csak a szépre emlékezni ebből az időszakból is.

Szakács László
főszerkesztő

📁 **csr kampány Koronavírus Krónika marketing Metropolitan Egyetem papp-váry árpád**

◀ Online tárlaton lá...

K&H: mobilbankbó...

IRATKOZZON FEL HETI HÍRLEVELÜNKRE!

Hírlevelünkben szerdánként küldjük ki az elmúlt hét napon megjelent legfontosabb híreket. Ne maradjon le! Nincs más dolga, mint megadni e-mail címét:

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

Kérjük, másolja át az alábbi ellenőrzőkódot:

DTGQ

FELIRATKOZOM

SOCIAL MEDIA



Kövessen minket a Facebookon!

KAPCSOLÓDÓ BEJEGYZÉSEK

Itt a klasszikus Túró Rudi fittebb változata

 2019-04-02  Debreceni Barnabás

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

Új vezetőket igazolt a HPS Group

📅 2019-06-19 👤 Szaszin Ede

Átalakította a járvány az ügyfélszolgálatokat

📅 2020-11-13 👤 Szaszin Ede

KERESÉS

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

**90.9jazzyrádió,
ha többre vágysz.**

**Márkamonitor:
egy óra a márkák
csodálatos világában
minden szerdán este
7 órától**



SOCIAL MEDIA



Kövessen minket a Facebookon!

KATEGÓRIÁK

 Inspiráció

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

 Podcast Tejszínhub

LEGUTÓBBI BEJEGYZÉSEK



Évente több mint félmillió forintot dobnak ki a magyar háztartások

 2020-12-20  Szaszin Ede

Új vezérigazgató a Telenor Magyarország élén

 2020-12-20  Szaszin Ede

Egy egyedülálló édesanya vállalkozása az egyedülálló édesanyákért

 2020-12-20  Szaszin Ede

ValóVilág10 powered by Big Brother: VV Amanda és VV Vivi kapta a legtöbb szavazatot a Kiválasztáson

 2020-12-20  Szaszin Ede

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok

MADE BY RK-TEAM DIGITAL KFT. 2018

| [Impresszum](#) | [Médiaajánlat](#) | [Laprendelés](#) | [Adatvédelmi irányelvek](#) | [Felhasználási feltételek](#)

A honlapon cookie-kat használunk a lehető legjobb élmény biztosítása érdekében. A honlap további használatával ezt jóváhagyja.

Ok