

2016. MÁRCIUS
5. SZÁM

AZ ALFÖLDI VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉS MAGAZINJA

EXTRA ERŐS KKV

Csinger Norbert: XXI. századi kontrolling

Polgár József: Csak arra kell a vállalatirányítási rendszer, hogy dokumentáljak?

Lipták László: Emberi tényező az adatvédelemben

Bozóki Márta: Hogyan profitálhatnak a kisvállalkozások az üzletfejlesztési tanácsadásból

Hajnal Sándor: Kalandjaim a web-marketinggel és az Adwords-szel

Dr. Mészárosné Parádi Tünde: A hatékony kommunikáció alapjai

Gulyás István: Hogyan lehet ingyen az áramfogyasztása? Önnek is dolgozhat a nap?

POLGÁR JÓZSEF

ALFÖLDI KKV KLUB

REGISZTRÁLJON, TANULJON ÉS ÜZLETELJEN!

A TARTALOMBÓL



ALFÖLD, KKV, BUSINESS

- 03** **BEMUTATKOZÁS**
KKV 4: I BEN:
SZERVEZETFEJLESZTÉS,
MARKETING, FINANSZÍROZÁS,
PÁLYÁZATOK
- 04** **POLGÁR JÓZSEF**
Csak arra kell a vállalatirányítási
rendszer, hogy dokumentálják?
- 05** **LIPTÁK LÁSZLÓ**
Emberi tényező az
adatvédelemben
- 08** **BOZÓKI MÁRTA**
Hogyan profitálhatnak a
kisvállalkozások az üzletfejlesztési
tanácsadásból?
- 10** **HAJNAL SÁNDOR**
Kalandjaim a web-marketinggel és
az Adwords-szel
- 13** **CSINGER NORBERT**
XXI. századi kontrolling
- 15** **DR. MÉSZÁROSNÉ PARÁDI
TÜNDE**
A hatékony kommunikáció alapjai
- 17** **GULYÁS ISTVÁN CSABA**
Van még új a Nap alatt

BEMUTATKOZÁS

Az Alföldi Vállalkozásfejlesztő elkötelezett a hazai vállalkozások fejlesztése mellett. A "helyi" termékek és szolgáltatások tudatos fogyasztásának, gyakorlatának erősítése – a jövő generációinak érdekében.

4:1-ben, összehangolt szakmai tanácsadást nyújtunk a vállalkozásfejlesztés kulcskérdéseiben:

PÁLYÁZAT + FINANSZÍROZÁS

+ MARKETING

+ SZERVEZETFEJLESZTÉS

Az eredményes fejlődés alapja az átgondolt előkészítés, precíz tervezés és konzekvens megvalósítás, ezért fontos



Balról jobbra: Polgár József (szervezetfejlesztés, HR) www.polgarkft.hu, Göcző Ágnes (marketing, PR) www.marketingjam.eu, Kocsis Gabriella (Pályázatok) www.a-vf.hu

e 4 szakterület összehangolt működése.

Célunk, hogy minél több környezetünkben élő vállalkozás profitáljon a támogatásokból és hosszútávú növekedési pályára álljon.



Alföldi
Vállalkozásfejlesztés

**"TŐLÜNK FÜGG MINDEN,
CSAK AKARJUNK!"
(SZÉCHENYI)**

Csak arra kell a Vállalatirányítási rendszer, hogy dokumentáljak?

Az APROPO nem csak gyárt, hanem feldolgoz!

Kétség kívül egy vállalatirányítási rendszer naprakész információt szolgáltathat a cégvezetőnek, amely óriási előny a vezetési döntések meghozatalában. A legtöbb, komolyabb rendszer a napi adatokon felül képes egyidejűleg kezelni és dokumentálni:

a vevők/szállítók nyilvántartását, a be/ki szállítások kronológiáját, a vevői/szállítói ajánlatokat, a napi kiszállításokhoz számlák, árukísérő okmányokat biztosítását, a raktári készletek figyelését, várható hiány esetén jelzés,

a napi anyagbeszállításokhoz beszerzési árakat, súlyozott átlagárakat, stb.

a raktári - anyag/félkész termék/késztermék - mozgásokat

a gyártási technológia, összeállítási lista, receptúra alapján modellezi a termék előállítását, szolgáltatást,

a munkaidő, gépidők alapján tervezi, programozza a gyártási/szolgáltatási folyamatot, a személyi ráfordítások, gépköltségek alapján a termék-, vagy költség helyi költség számítást, és még sok mindent.



A legtöbb vállalatirányítási rendszert „kereskedelmi” és/vagy „gyártási” (sok elemből egy termék/szolgáltatás) feladatokra fejlesztették ki. Az egyszerű üzleti nyilvántartáson felül - amit egy adminisztrátor is el tudna végezni - több, a vezető munkáját támogató funkciót is képes ellátni:

segítséget jelent a gyártás/szolgáltatás nyújtás tervezéséhez, a folyamatok prognosztizálásához, a legtöbb rendszer a termelés tervezés során képes figyelembe venni a már eldöntött megrendelés teljesítéseket, a különböző (anyag/gép/stb.) foglaltságokat, a folyamatban lévő projekteket, segít feltárni a szűk keresztmetszeteket, lehetőséget ad azok feloldására,

elvégezhető az előkalkuláció, prognosztizálható a tevékenység várható eredménye, a tényadatok alapján szolgáltatja a valós költségeket.

Modellezési, rendszerfejlesztési szempontból bonyolultabb a „feldolgozás” (egyéből több részelem keletkezik) megvalósítása. Ez főleg olyan esetekben hangsúlyosabb, amikor a feldolgozás és a gyártás egy vertikumban van, a termék/szolgáltatás megrendelések kielégítéséhez előre meg kell határozni mennyi feldolgozandó nyersanyagot, milyen szállítási ütemezéssel kell biztosítani.

Az **APROPO** ilyen rendszer.

További kiemelt jelentősége és haszna van az olyan iparágakban, ahol a nyersanyag nem tartható, készletezhető sokáig, mint pl. az élőállat, vagy romlandó az anyag.

Tipikus ilyen feladatok lehetnek:

Mennyi élősertést kell beszerezni és mikorra, hogy a megadott határidőre, a folyamatban lévő megrendeléseket figyelembe véve 1000 kg füstölt kolbászt le lehessen szállítani?

Mindeközben mennyi és milyen plusz termék keletkezik, amelyek eladásáról még külön gondoskodni kell?

Megadott határidőre a meglévő készletekből és kapacitásokkal hány %-ban lehet a megrendeléseket kielégíteni?

Fogadható-e megrendelés a készletek, a várható beszállítások, a rendelkezésre álló szabad kapacitások figyelembe vételével?

Mikor kell túlmunkát elrendelni, vagy alvállalkozót megbízni, és még számos kérdés.

Lehet, hogy kedvet kaptál a vállalatirányítási rendszerhez? **Ne vegyél, vagy ne csináltass azonnal!** A vállalatirányítási rendszereknek igen komoly kínálata van a piacon. Az olcsó, „dobozos” rendszerek gagyik, a végén kidobják őket. A saját cégre fejlesztettek pedig drágák. **Megéri konzultálni előtte.**

Az első egy órás konzultáció ingyenes és minden elkötelezettségtől mentes!
Polgár József Cégvezetői sárga angyal



EMBERI TÉNYEZŐ AZ ADATVÉDELEMBEN

Kedves Olvasó!

Aki részt vett az Alföldi KKV Klub tavaly decemberi rendezvényén, hallhatott egy előadást tőlem. A **felhőszolgáltatások biztonsága** tárgyában osztottam meg hasznos ismereteket.

A téma szerves részét képezte az **adatvédelem**, melyben nem kerülhetjük meg az emberi tényezőt.

Ezért ebből a megközelítésből megfogalmaztam pár fontos gondolatot, hasznos tanácsot az emberi működésünk figyelembe vételével.

A MINDENT MEGHATÁROZÓ EMBERI TÉNYEZŐ

Kapcsolatunk a külvilággal a kommunikációra épül. Amint egy gondolatot megfogalmaztunk szinte azonnal vágyat érzünk, hogy másokkal is megoszthassuk. Gondolatait az ember mint társas lény nem is képes sokáig magában tartani. Így azok információk formájában napvilágra kerülnek. Az információkba rejtve pedig adatokra lelhetünk.

Érzelmekkel átszőtt gondolatmenetek formálta szavakkal, mondatokkal adunk hangot vágyainknak, törekvéseinknek.

Élethelyzetünk, mentális és fizikai erőnlétünk állapota alapjaiban határozza meg kommunikációnk minőségét.

Ennek tudatában korántsem állíthatjuk, hogy minden általunk kimondott szó, jó előre megfontolt és a tudatos elménk munkájának eredménye. A szavakért vállalt felelősség kérdése pedig további zátonyokat jelenthet a mindennapok kommunikációs tengerében.

„AKI KÍVÁNCSI...”

Emberi tulajdonságaink között meghatározó elem a kíváncsiság. A kíváncsiság nélkül nem lennénk képesek túlélni. Kevesebb esélyünk lenne emberi és szakmai értelemben is fennmaradni, előre jutni.

Megismerni az emberek véleményét, miként vélekednek a világ dolgairól, mennyire sikeresen menedzselik emberi kapcsolataikat, könnyen vagy nehezen veszik azokat az akadályokat melyek többsége számunkra sem ismeretlen...

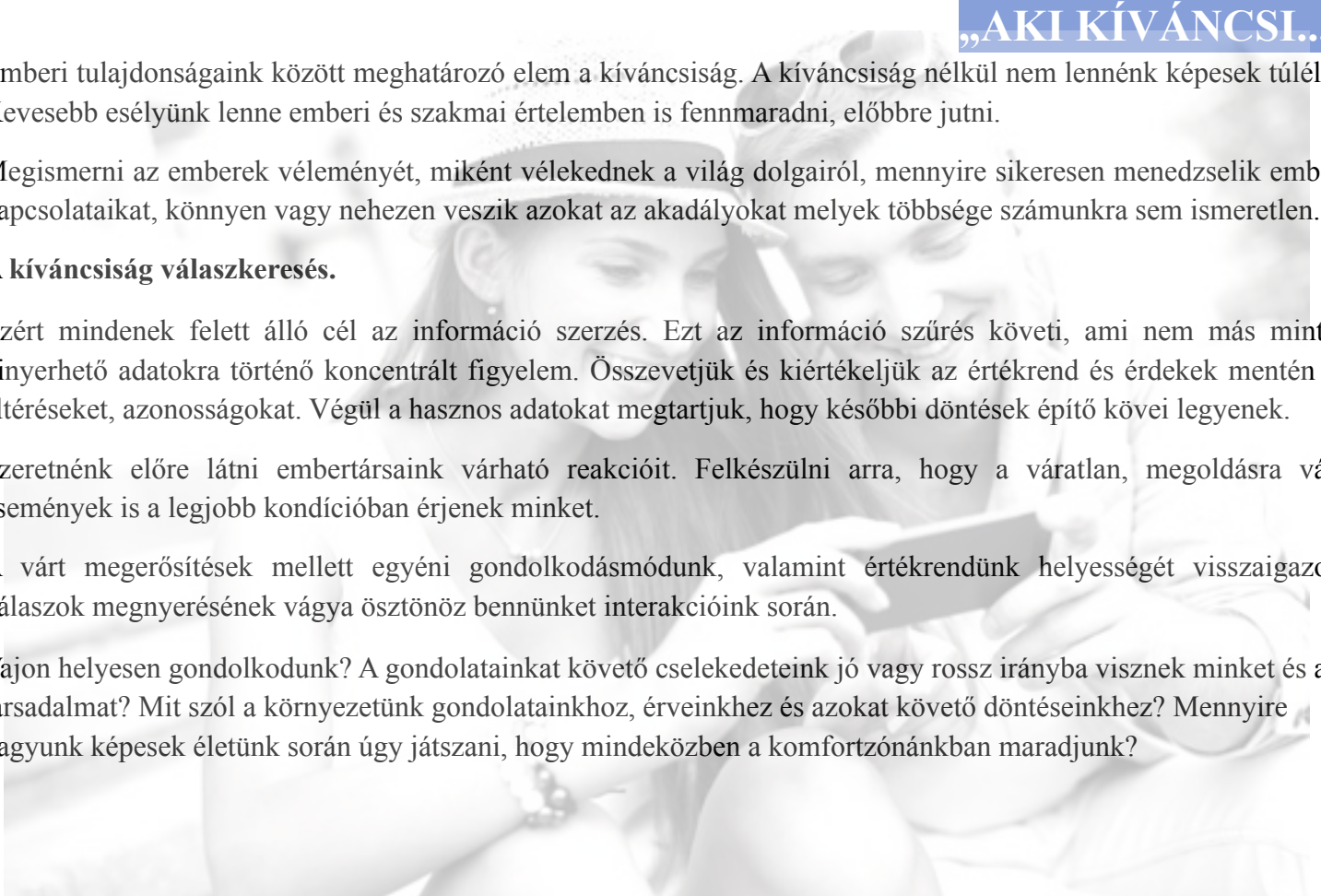
A kíváncsiság válaszkeresés.

Ezért mindenek felett álló cél az információ szerzés. Ezt az információ szűrés követi, ami nem más mint a kinyerhető adatokra történő koncentrált figyelem. Összevetjük és kiértékeljük az értékrend és érdekek mentén az eltéréseket, azonosságokat. Végül a hasznos adatokat megtartjuk, hogy későbbi döntések építő kövei legyenek.

Szeretnénk előre látni embertársaink várható reakcióit. Felkészülni arra, hogy a váratlan, megoldásra váró események is a legjobb kondícióban érjenek minket.

A várt megerősítések mellett egyéni gondolkodásmódunk, valamint értékrendünk helyességét visszaigazoló válaszok megnyerésének vágya ösztönöz bennünket interakcióink során.

Vajon helyesen gondolkodunk? A gondolatainkat követő cselekedeteink jó vagy rossz irányba visznek minket és a társadalmat? Mit szól a környezetünk gondolatainkhoz, érveinkhez és azokat követő döntéseinkhez? Mennyire vagyunk képesek életünk során úgy játszani, hogy mindeközben a komfortzónánkban maradjunk?



E kérdések mögött rejlő kimondott vagy kimondatlan félelmeink nagyrészt meg is határozzák működésünket.

Természetünknel fogva egész életünkben a számunkra megnyugtató válaszokhoz vonzódunk és azokat keressük.

ÖNBIZALOM

Önbizalmunk a pozitív visszajelzésekre épül. Szinten tartása és növelése motivál minket az emberi interakciók során. Hiszen ki ne vágyna arra, hogy környezete megértse, elfogadja, elismerje majd támogatásával a jövőben is biztosítsa a közösségben elért pozícióját.

„HOPPÁ...EZ KICSÚSZOTT”

Abban a pillanatban, hogy kimondunk, leírunk valamit, máris információt közlünk, ha úgy tetszik sok esetben a legszemélyesebb adatot adjuk ki magunkról.

Egy ember a mindennapi beszélgetései során is többet árul el magáról mint amennyit valójában szeretne. Nem csoda, hogy a legtöbb információt a legrövidebb idő alatt az emberek a közösségi terekben adják ki magukról. Legyen az tömegközlekedési eszköz, fodrász vagy az orvosi rendelő váróterme. Ilyenkor az empátia és a közösségi élmény megélése könnyedén feloldja az esetleges kommunikációs blokkokat.

Fontos tudnunk, hogy ezen információkat attól a pillanattól kezdve már nem leszünk képesek ellenőrzésünk alatt tartani. Az információk ezután önálló életet élnek.

Cégvezetőként kiemelt figyelmet kell fordítanod az általad vagy az alkalmazottak által kiadott információk tartalmára!

„NEM MONDHATOM EL SENKINEK, ELMONDOM HÁT MINDENKINEK”



Az emberi kommunikáció terén talán az egyik legfontosabb dolog a megfelelő célszemély vagy célszemélyek megtalálása. Jól teszed ha a szellemi muníciót nem pazarolod el már a csata elején.

Amennyiben helyesen határozod meg egy beszélgetés célját és menetét, összevetve a rendelkezésre álló kommunikációs csatornákkal és eszközökkel, úgy könnyebb a megfelelő célszemélyt is megtalálni.

Ezekkel a lépésekkel önmagadat is előnyös pozícióba hozod, jótékony hatást gyakorolva a másik fél gondolataira, egy számodra pozitív válasz vagy elbírálás érdekében.

Természetesen nem árt mérlegelni a különböző érdekviszonyokat, hiszen ezek figyelembevétele nélkül könnyedén célt téveszthetsz.

Bármely kommunikációs csatornát választod, ügyelj a következőkre:

A tőled, rólad kiadott információk és adatok mennyiségi és tartalmi részeit tekintve légy megfontolt!

Nem csak a cég vezetőjeként hanem magánemberként is ismerned kell önmagad, reakciódat, érzelmeid magadra és környezetre gyakorolt hatásait!

Szánj időt arra, hogy gondold át saját értékeidet és ezeket fogalmazd is meg önmagad és céged vonatkozásában!

Ne feledd, hogy a hozzáadott érték minden esetben a saját gondolkodásmódod és személyiséged azon részei lesznek, melyek meghatározzák emberi kvalitásodat!



KONKLÚZIÓ

Önismeretre teszel szert.

Kellő alapot teremtettél saját adatvédelmi szabályaid megfogalmazásához.

Elmondhatod, hogy személyes és céges adataid jó kezekben vannak.

Meglévő és új ismeretek birtokában már tudod határozni szakmai fejlődésed jövőbeni irányvonalát.

Az adatvédelem terén is magabiztosabb cégvezetővé válsz aki képes arra, hogy ezáltal jobb munkahelyi közösségeket teremtve, vonzóbb jövőképpel rendelkező munkatársakkal valósíthassa meg céljait.

A cég stabilabb lábakon állva, biztonságosan épülhet tovább kihasználva a felhő alapú rendszerekben rejlő előnyöket.



Lipták László

HOGYAN PROFITÁLHATNAK A KISVÁLLALKOZÁSOK AZ ÜZLETFEJLESZTÉSI TANÁCSADÁSBÓL?

AVAGY: ÖTVENMILLIÓ FELETT "VAKUL MEG"
A VÁLLALKOZÓ, AKKOR KELL A KÜLSŐ
SEGÍTSÉG

Érdekes körkép jelent meg az egyik üzleti hetilapban a kisvállalkozások és az üzletfejlesztési tanácsadás (business coaching) kapcsolatáról; **mit érdemes tennie egy vállalkozásnak, ha növekedésnek indult és továbbra is fejlődni szeretne?** Kitől kérjen tanácsot a tulajdonos, amikor már nehezebbé esik mindent átlátni és irányítani? A business coaching, azaz a személyre szabott vezetői fejlesztés segítséget nyújthat, ám a hazai vállalkozók közül ma még csak minden tizedik élne a lehetőséggel.



Azt mondják, egy magára valamit is adó vállalkozó vagy **üzleti edzőt**, (business coachot) alkalmaz, vagy maga válik azzá. Bizonyos idő után ugyanis, a kis cég tulajdonos-vezetője olyan megoldandó feladatokkal szembesül, amelyeket nem tud sokáig kézben tartani.



Egy 5-8 főt foglalkoztató, 50 millió forintos árbevételt elérő vállalkozás vezetőjének már érdemes business coach-hoz fordulnia.

A business coaching mesterei szerint a cégvezető-tulajdonos általában ekkor jut el arra a pontra, hogy már egyre nehezebben látja át bővülő vállalkozása folyamatait, és mind inkább szükségét érzi annak, hogy egy-egy területen hozzáértő munkatárs vegye kézbe a dolgokat.

Mi történik, amikor egy vállalkozó eljut az elhatározásig és business coach-hoz fordul? Fel kell készülnie arra, hogy először is részletesen kifaggatják: Személyes céljairól, üzleti felfogásáról, elvárásairól is érdeklődnek, ezekkel is segítve annak a komplex képnek a kialakítását, amely az üzletfejlesztési stratégiai program megalkotásához szükséges.

A cél, minél jobban megismerni a tanácsadást kérő vállalkozást, majd a válaszok alapján, az első körben, össze lehet állítani egy minimum egyéves programot. Ennek végrehajtását aztán pontosan követni, ellenőrizni kell, miközben a tanácsadó folyamatosan konzultál a vállalkozóval. S hogy utána készül-e újabb, hosszabb távra szóló program? Azt már a megbízó cégtulajdonos dönti el.

Nézzünk meg egy esetet közelebbről, ahol a cégek fejlődésének egy adott pontján tipikusan felmerülő probléma jelentkezett, nevezetesen a belső rendszerek ki- vagy éppen átalakításának szükségességére támadt igény. A vállalkozó két évtizede vezetett egy könyvelőirodát, 10-12 fős csapatával.



A kezdetektől fogva igyekezett családias, kellemes környezetet biztosítani; többükkel már régóta együtt dolgozott. Eljött azonban az idő, amikor a vezető-tulajdonos kezdte érezni, nem tudja jól irányítani a csapatát. Magas elvárásainak a kollégák egyre kevésbé feleltek meg, gyakran ő maga kényszerült arra, hogy kiegészítse a leadott munkákat. Ezekről az utólagos „átfésülésekről” azonban nem tájékoztatta a mulasztókat. Vagyis az alkalmazottak nem kaptak visszacsatolást; sem kritikát, sem dicséretet. Úgy tűnt, minden rendben van, miközben nehézkessé vált az értékelés, nem működött a motiváció.

Mit lehetett tenni ebben az helyzetben? Ki kellett alakítani egy olyan belső rendszert, amelyben folyamatosan tájékozódhatott a tulajdonos a munkafolyamatok alakulásáról, a hiányosságokról éppúgy, mint a hatékony, frappáns megoldásokról. Mindezt az újítást fokozatosan, apró lépésekben ajánlatos bevezetni, annak érdekében, hogy senkinek ne okozzanak sokkot a cégen belüli hirtelen változások, ami esetleg visszavetné a teljesítményt.

Összefoglalva, ki lehet az ideális ügyfél az üzleti edző (business coach) számára? Elsősorban a kisvállalkozó, akinek nagy tervei vannak, aki ambiciózus, aki elkötelezett saját személye, vállalkozása és környezete irányában, elkötelezett a tanulás, a fejlődés, a folyamatos jobbítás iránt. Aki megbízható, pontos és szervezetten dolgozik. Aki élvezi a munkáját és lelkesen fogadja az eredményeket. Aki nyitott, rugalmas, döntésképes vezető, szeretik az alkalmazottak, tud bánni az embereivel, motivál, értékkel, beszámoltat. Fel kell építenie egy rendszert, amelyben a vállalkozása az ő személyes közreműködése nélkül is önálló módon működik. Ez nem kis feladat a legtöbb cégtulajdonos számára.

Az üzleti edző (business coach) szerepe „csiszolni a gyémántot”, vagyis segíteni a jó vezetőnek még jobb vezetővé válni.



Bozoki Márta, MBA

Executive & Business Coach

+36 30 239 1405

bozokimarta@gmail.com

www.coaching4you.hu

KALANDJAIM A WEB-MARKETINGGEL ÉS AZ ADWORDS-SZEL

Mit tagadjam, botcsinálta vállalkozó vagyok, már 17 éve. Ha valaki nem tudta elképzelni magáról hogy egyszer ismeretlen cégeknél ismeretlen embereket keresek fel hogy üzletet ajánljak nekik, az én voltam. Azt meg pláne nehezen, hogy szóba is állnak velem, mi több, még üzleteket is kötnek velem, nem is kizárólag apróságok tárgyában.

Mi is egy vállalkozás legfőbb eszenciája? - nem kétséges hogy az üzletszerzés. Mostanában szebben mondjuk: a marketing. Vállalkozói ténykedésemnek csupán az első tucat éve telt azzal, hogy izzadó tényérrel hívogattam a telefonkönyvből kihalászott, remény szerint a szakmába vágó cégek telefonszámait. Ott már csak a véletlen által utamba sodort készséges, utálatos vagy közömbös (kit hol és mikor ért a hívás) embert kellett megnyernem, hogy egy megbeszélte időpontban meglátogathassam, és - amíg ő az öltönyöm alapján azt találgatja hogy temetésről jövök vagy majd innen igyekszem oda - rászózhassam a vaskos katalógusaimat, attól függetlenül hogy érdekli a dolog vagy sem. Ha távolabbi helyen volt a bevenni kívánt vár (azaz a reménybeli vásárló), elég volt négy öt ilyen randit megbeszélnem egy napra. Erre bizony születni kell. Rosseb egye aki ezt szereti - engem bizony kilel tőle a hideg még most is ha azokra az időkre gondolok !

Szalmaszálként kapaszkodtam az internet elterjedése adta lehetőségekbe, hátha majd ez ment meg az olyannyira utált hideghívásoktól és előszobázásoktól. Elég hamar volt céges weblapom is - méghozzá saját készítésű. Fogadom hogy nem hallottál a FrontPage Editor nevű weblapkészítő szoftverről - pedig a Microsoft Office része volt 2003-ig - én ezzel operáltam mert roppantmód hasonlított a Word-re, könnyű volt megtanulni. No, nem is lehetett sokkal többet elérni vele, mint egy füzetként lapozható weblapot. Akkoriban ez is elég volt, mi több, minél hosszabb ideje volt már elérhető a weblapom, kezdett "magától" megjelenni a számomra fontosabb, Google keresőbe írt szavaknál feldobott listán - mondjuk mindjárt a második-harmadik oldalon.

Buzgón kerestem a módját, hogyan lehetne egy kicsit exponáltabb helyre kerülni az ominózus és sok mindent eldöntő listán. Szereztem főiskolai tankönyvet a marketingről, de borzasztóan száraz, általános, no meg kissé gyanúsan molyirtó-szagú, bár vastag és újkorában jó drága jegyzet volt - számomra gyakorlatilag használhatatlan. Aztán olyan öt-hat éve az utamba sodort a szél (e-mailes reklámüzenetként) egy hirdetést, ahol egy E.N. nevű ember a saját, felettébb sejtelmes, "A vevőgenerátor weboldalak egyetlen titka" című könyvét ajánlotta olyan szöveggel - ért hozzá ! - amitől a torkom menten kiszáradt: ez kell nekem ! Az ára viszont egy kissé mellbevágó volt, mindössze 45.000.- Ft (de már ÁFA-val együtt). Döntés előtt még eljátszottam a gondolattal hogy ez hány gombóc fagy, ezt hány nyáron át lehet nyalni és hányszor lehet tüdőgyulladást kapni tőle - de végül megrendeltem.

Amikor a pakkot megláttam, erős kétség fogott el saját értelmi képességeim irányában: a dobozban egy jó minőségű papírra nyomott, kb. 250 oldalas spirálozott füzet és 6 db CD volt. Ez utóbbiak tökéletesen feleslegesen, mert ezeken a derék szerző személyesen olvasta fel a szóban forgó könyvét, betű szerint. Mivel a látásom úgy-ahogy rendben van, inkább nem fárasztottam őt ezzel.

Aztán lassan elkezdtem olvasgatni, és egyre inkább megéreztem, hogy a könyv ára nem feltétlenül kidobott pénz. Éppen nekem, a nulla marketing ismeretről induló számára írta a szerző, rövid és világos mondatokkal, magyarázatokkal, példákkal. Mi több, munkafüzet-szerű szakaszokkal, írásbeli feladatokkal, értékelésekkel. Így haladtunk végig a webes marketing alapfogalmain, némi reklám-pszichológián át a weblap kialakításának alapvető és finomabb részletein. Mintegy megvilágosodásom támadt, nosza, neki a weblapnak ! Lelkesen alakítottam át a szükséges helyeken, és büszkén konstatáltam hogy néhány dologra magamtól is ráéreztem. Az egésze a koronát a Google Adwords szolgáltatás ismertetésével tette fel - azt hiszem ez volt az a rész amely számomra ebben a könyvben a legtöbbet ért.

Az ismeretszerzést tettek követték, mindjárt a harmadik napon a legfontosabb kulcsszavak esetén a keresőlista legtetetjén találta a hirdetéseimet és hamarosan megszólalt a telefon és érkeztek ajánlatkérő e-mailek is. Hú, mi lesz itt !- gondoltam, és lett is... Még szerencse, hogy az Adwords-ben napi számlakalkuláció is van és még időben észbe kaptam, hogy mondjuk napi húsz-harmincezer forint hirdetésre költött összeg egy kicsit sok lesz a jóból. Nekiálltam a korábban szertelen mohósággal beírt kulcsszavak között az útmutatás szerint rendet vágni, sok felesleges illetve a jól hangzó de túlságosan általános (úgy tanultam a könyvből: alacsonyabb relevanciájú) egyedeket kigyomlálni. Végül is szépen beállt a dolog, napi 300-400 megjelenés, 20-25 kattintás, illetve napi 2-3 érdeklődő telefon és ajánlatkérő e-mail volt az eredmény. Ezért a kezdetek idején napi 2.000-3.000.- forinttal járultam hozzá a Google alkalmazottainak gyakori és féktelen tivornyáihoz - azaz ilyen léptékű összegekről szóltak a számlák. Nagyon kellemes egyensúlyi állapot alakult ki, a megrendelések is szépen alakultak. A hideghívásokkal és az előszobázással gyakorlatilag teljesen felhagytam. Öt év mérlegét megvonva úgy, hogy azon üzletek hasznát veszem alapul, amelyhez igazolhatóan a fenti könyvből szerzett ismeretek segítettek hozzá, elmondhatom hogy a könyv az árának több százszorosát hozta. Ja: a 250 oldalból csak kb. 130-at olvastam el - a többről bizony ma sem tudom hogy mi van benne...

Besenyszögi emberektől tanultam egykori száműzetésem során (két évig dolgoztam ott) egy bölcs és velős mondást: nem örök a békának a tó ! Így is lett, mert az évekig jól működő hirdetéseim az utóbbi hónapokban elkezdtek egyre drágábbak lenni, ráadásul úgy, hogy a kattintások száma nem emelkedett számottevően, csak az egy kattintásra jutó költség. A konkurens cégek is ráéreztek az Adwords előnyeire, szépen feljöttek, időnként megelőzték, mi több, néha le is szorítottak a legjobb kulcsszavak esetén a hirdetési mezőről.

Az utóbbi hónapok többségében ennek ellenére az Adwords havi számláin jócskán 100.000.- Ft feletti összeg mosolygott - ez

végképp meggyőzött arról hogy valamit tenni kell.

Ágit és a Marketing Jam-et egy korábbi kamarai előadás (mi ez ha nem marketing a négyzeten?) során ismertem meg, és Ő ott számomra meggyőzően szerepelt. Így aztán hozzájuk fordultam segítségét-tanácsért-megoldásért. Itt tartunk most, rémületes



dolgokkal ismertettek meg, ilyenekbe kell magam beleásnom: általános egyezés, kifejezés-egyezés, kizáró kulcsszavak, hirdetéscsoportok és -bővítmények, belső linkek és egyéb borzalmak. És ez még csak a felszín. A megkezdett hirdetési módosítások kapcsán máris sikerült számos érdektelen kattintástól megszabadulni, és a hirdetési költségek is kezdenek konszolidálódni.

Nincs még vége, azt látom. Meg azt is, hogy ilyen módosításokra időről időre szükség lesz a hirdetések feltételeinek változása miatt. A vállalkozásom kezdetétől megszoktam hogy az adminisztrációt kivéve minden tevékenységet magam "cipelek", de most úgy tűnik hogy ez a jövőben nem terjedhet ki mindenre. Például a marketing legfontosabb elemeit, a weblap és az Adwords beállításainak szemmel tartását, rendszeres elemzését érdemes lesz szakértő szemekre bíznom.

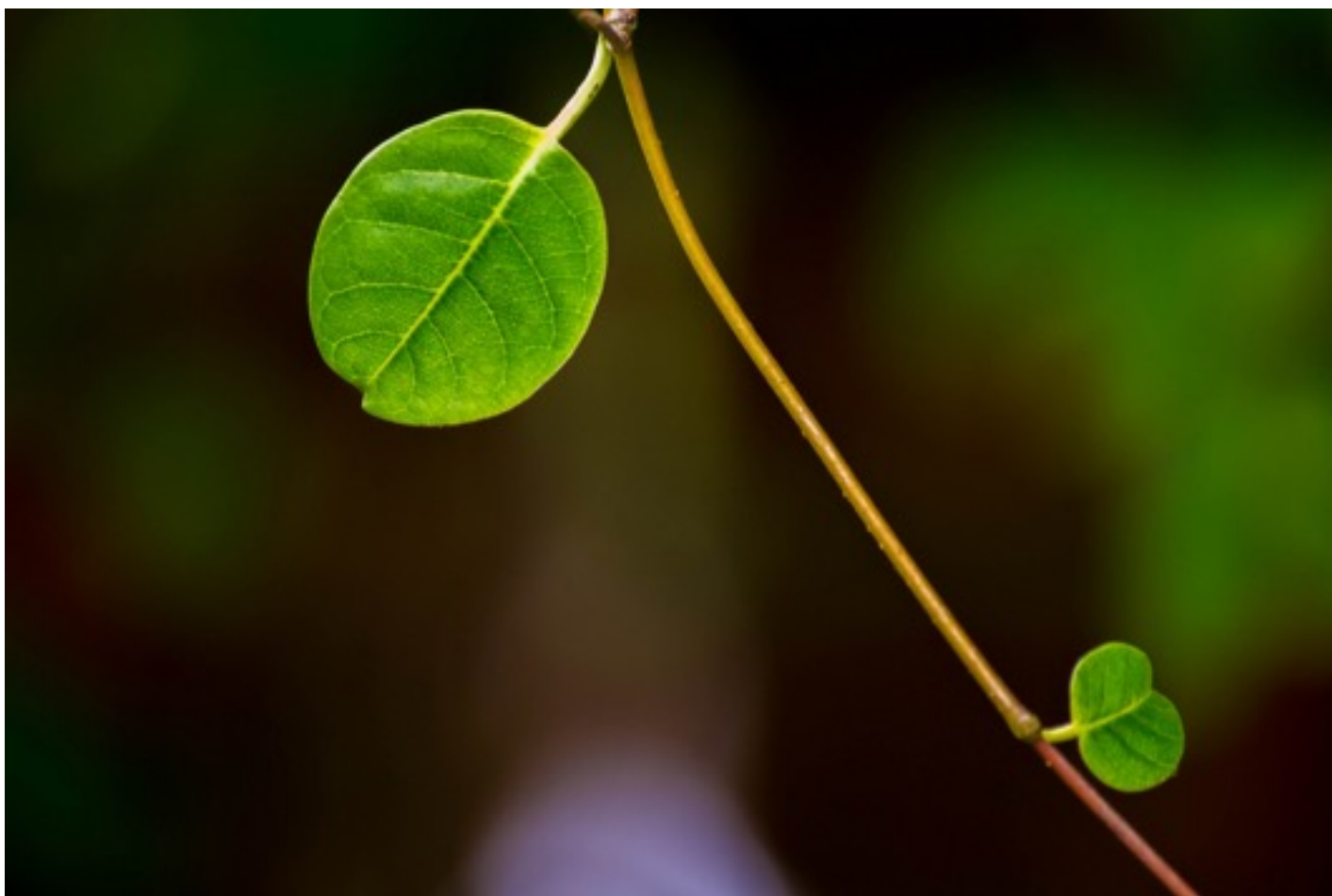
Szolnok, 2016.03.03

Hajnal Sándor - Léghuzam Kft.
www.legghuzam.hu

Kedvező változás: hamarosan a GINOP-1.2.2-15 „Mikro-, kis- és középvállalkozások kapacitásbővítő beruházásainak támogatása” (5-50M Ft vissza nem térítendő támogatás, 50-70% intenzitással) pályázatra vonatkozóan, az az (minden vidéki településről lehet pályázni):

„az újranyitást követően támogatási kérelmek **a nem szabad vállalkozási zónának** (27/2013 (II.12.) Korm. rendelet alapján) **minősülő településekről is ismételten benyújthatók lesznek**”

„ **keretösszege** a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program éves fejlesztési keretének megállapításáról szóló 1006/2016. (I.18.) Korm. határozat alapján **60 milliárd forintra módosult.**”



XXI. SZÁZADI KONTROLLING



Életünk mindegyik területére elmondható, ami alól a „Kontrolling” sem kivétel, hogy **egy dolog állandó, az a változás**. Az élet soha nem lesz ugyanaz. Ha ezt egyértelműen tényként fogadjuk el, akkor miért van az, hogy a múltat és a szokásjogot emlegetik azok a nem csak profitorientált vállalatok, vállalkozások, szervezetek vezetői, akik a jelen eredményeivel nem elégedettek és természetesen mást várnak, mert sem idejük, sem életük. Vagy a kettő lehet, hogy ugyanaz? **Az idő és az élet, az életünk egyenlő az idővel?**

MIBEN SEGÍTHET HITEM ÉS TAPASZTALATOM SZERINT A XXI. SZÁZADI „KONTROLLING”?

Alap megközelítésben - amiben remélem szép lassan egyetértés lehet a „csak Excel táblázatokat gyártó” kontrollerek körében is - **az idő /”élet”/ és a pénz egyensúlya, harmóniája**, valamint, hogy a vállalkozás adatai, folyamatai, eredményei egyszerűen, könnyen, gyorsan, szemléletesen láthatóak legyenek, javaslatokkal kiegészítve az ügyvezetői és tulajdonosi kör számára.

Az alap megközelítésen túl befolyásolhatják-e az adott szervezet hatékonyságát az abban **dolgozók életének megfelelő harmóniája a spirituális, fizikális, emocionális, anyagi és intellektuális területeken**. Az elmúlt években rengeteg értekezés látott napvilágot, hogy mindez tudományosan is már igazolható. Mégis vannak, akik bedugják a fejüket a homokba. Pedig aki ezt teszi, veszít. Senkinek a fejét nem tudom és nem is akarom kihúzni, viszont egy 95 %-ban intuícióra – no meg közel 20 év tapasztalattal és az önképzés elkötelezett híveként – épülő 2-3 órás kommunikáció segíthet térdre eresztani „a majd én mindent tudok „EGO”-t.

Hogy ez része a modern kori „Kontrollingnak”? Ha nem, akkor miért foglalkoznak annyit az érzelmi intelligenciával, társadalmi intelligenciával a szakemberek, kutatók. Talán elsősorban szellemi lények vagyunk. Továbbá ha a kontrolling számomra a komplexitásában és rendszerszemléletében nyer értelmet, akkor hiszek abban, hogy néhány vállalkozástól - legnagyobb tiszteletem az ott tevékenykedő minden embernek - eltekintve mindenhol van mit finomítani finoman fogalmazva.

Vajon gyorsabban gyorsulva változnak az eszközrendszerek és azok optimális alkalmazásai? Határozottan igen. Sőt hatványozottan. **Ha a „Kontrolling” segíti és támogatja a vezetői döntéseket, elemzéseket készít, naprakészen tájékoztatja a teljesen új trendekről a vezetőket, tulajdonosokat, akkor igen jó eséllyel versenyelőnyhöz juttathatja a vállalkozásokat.**

Mielőtt bárki félreértene a fent leírtakat, természetesen szükség van Excel táblázatokra, Integrált Vállalatirányítási Rendszerekre - ha indokolt -, terv-tény adatok összehasonlításokra, stb. De tovább is mehetek az SAP BO modulokra, amik nem csak SAP rendszerből szedi ki az adatokat és jeleníti meg minimum 50 grafikai formában és a „mi lenne ha” /pl. alapanyag ár változás vagy túlóra növekedés/ csúszka használatával online mobil telefonra továbbított pontosan kiszámított árréssel tárgyalhatunk, stb.

Tisztában vagyok vele, hogy minél összetettebb a munkahelyi környezet a vállalkozás, szervezet működésével indirekt kapcsolatban álló egyéb szervezetek, annál nem egyszerűbb „jó főnöknek lenni”. És ez magával vonzza-e, hogy a belső kontrollerek nem kapnak visszacsatolást a szenvedéllyel végzett munkájukra. Így kiégnek és elveszítik kezdeményező készségüket, ellenállnak a változásnak és csak a munkaköri leírásban lévő feladatokat látják el, de ezt itt most nem folytatom, mert ez egyenes út, hogy a vállalkozás hatékonysága nem kívánt útra tér többek között a fluktuáció által.



Hogy mi a megoldás? Válasz: Az önképzésen és az önmenedzselésen túl, hogy Mi a cél? Hisz többször az irodalomban megállapítást nyert, hogy a többi csak magyarázat. 2016-ot írunk, ahol a 360 fokos 3D-s szemüveg most még csoda, de félév múlva már elvárás lesz. 2016-ot írunk itt Magyarországon, ahol a következő 1,5 év meghatározza, hogy milyen irányba megy el mindenki vállalkozása. A Pályázati lehetőségek, az Online Marketing eszközei - többek között a közösségi média - és az adatvédelem profi kihasználása elengedhetetlen, melyek akár egyenlő arányban elosztott részét is képezhetik egy Jövő Orientált Ökoszisztémával ellátott „Kontrolling” tevékenységnek.



Csinger Norbert

Független kontrolling tanácsadó

+36-30-472-6878

norbert.csinger@gmail.com

A HATÉKONY KOMMUNIKÁCIÓ ALAPJAI

Emberi létünk legfontosabb értéke, melyet minden ember áhít, - s ebben egyformák vagyunk - a lelki egyensúlyunk és belső békénk megteremtése. Van néhány szükségletünk is, melyre mindannyian vágyunk: hogy szeressenek, törődjenek velünk, megbecsüljenek és elfogadjanak bennünket. Valamennyi kitűzött életcélunkat ezen értékek mentén kívánjuk elérni mindannyian!



Érdekes, hogy a nagy közös „kimondatlan” célunk elérésére való törekvésünkben nem hogy közelebb, de úgy tűnik, egyre távolabb kerülünk egymástól. Nézzük meg a körülöttünk élő emberek életét és láthatjuk, hogy nagy erőfeszítések árán sem mutatkozik akkora eredmény, amit elvárnánk. Az életünk nagy paradoxona, hogy ami a legfontosabb számunkra, az a legnehezebben elérhető.

Lelki egyensúlyunk elvesztését olyan megterhelések hatásának tulajdonítjuk, melyek mindenki számára nyilvánvalóak. Egy

munkahely elvesztése, válás, egy nehezen kezelhető kamasz gyerek, vagy egy italozó hozzátartozónk magatartása....

De valóban csak az ilyesfajta élethelyzetek azok, melyek a mindennapi életünk lelki egyensúlyvesztését okozzák? A válasz nem!

Lelki egyensúlyunk és belső harmóniánk attól függ, hogy képesek vagyunk e szükségleteinket (testi és lélektani szükségletek) kielégíteni, vagy azok kielégítése érdekében hatékony lépéseket tenni.

Amikor azonban lépéseket teszünk a szükségleteink kielégítése felé, máris szemben találhatjuk magunkat „sorstársunkkal”, aki szintén ezen igyekszik. Ha nem vagyunk birtokában azoknak a módszereknek, melyekkel elindulhat ez az egyeztetési folyamat akkor máris egy **konfliktus**, rosszabb esetben egy „háború” kellős közepén találjuk magunkat. A háború pedig csaták sorából áll, ahol az egyik vesztes félként vonul el a „hadszíntérről”. Beláthatjuk, hogy ez nem összeegyeztethető azzal az alap törekvésünkkel, hogy szeressenek, megértsenek és elfogadjanak bennünket. Fel kell tehát vértetni magunkat, hogy képesek legyünk úgy megoldani konfliktusainkat, hogy abban nincsenek vesztesek. Vesztesek lehetünk, ha feladjuk a szükségleteinkre irányuló erőfeszítést, és önálávető magatartást tanúsítunk.

Eredmény: mártírság, játszmák, lelki eredetű zavarok és betegségek.

Győztesek lehetünk, ha konfliktus partnerünk szükségleteit félre söpörve csak a sajátunk kielégítésével törődünk. Eredmény: lelkiismeret furdalás, játszmák, lelki eredetű zavarok és betegségek.

Az eredmény ugyanaz. Az agresszív és a szubmisszív (önalávető) viselkedések ugyanarra az eredményre vezetnek. És máris ott ülünk az érzelmek hullámvasútján, mivel minden helyzetben igazítani kényszerülünk viselkedésünket az éppen ott jelen lévő partnerünkhöz.



Könnyű belátni, hogy más hangok és szavak jönnek ki a szánkon, amikor a főnökünkkel beszélünk és más, amikor a gyermekünkkel. Miért is? Hogy ez így természetes? Valóban ezt látjuk, ezt szoktuk meg így találjuk természetesnek. De valóban rendben van? Ami megszokott arról nem mondhatjuk ki egyértelműen, hogy természetes, pláne hogy ez a célravezető.

Ha nem akarod a viselkedésedet folyamatosan igazgatni és találgatni, hogy mi a „falkasorrend” akkor tanuld meg az **asszertivitást**.

Ha tudod azokat a kommunikációs technikákat, melyekkel a konfliktus helyzetekben eredményesen elboldogulsz, akkor nem kényszerülsz önalávető vagy agresszív magatartásra.

Többé nem kell a hullámvasúton ülnöd! Képes leszel kiállni az igényeidért és szükségleteidért anélkül, hogy mások kárára érvényesülnél.

Eredmény: lelki egyensúly, szeretetteljes emberi kapcsolatok, a céljaid és vágyaid kielégülése.

Mit kell tenned? Keresd azokat a lehetőségeket ahol megtanítják neked ezen kommunikációs technikákat, és az új tudásod birtokában élvezd új életed!

Szeretettel és megértéssel várlak induló Személyes Hatékonyság Tréningjeimen!

Érdeklődni lehet: elmejatek.hu

Dr. Mészárosné Parádi Tünde

mentálhigiénés szakember, viselkedési tréning instructor



VAN MÉG ÚJ A NAP ALATT!

**HOGYAN LEHET INGYEN AZ ÁRAMFOGYASZTÁSA?
ÖNNEK IS DOLGOZHAT A NAP?**

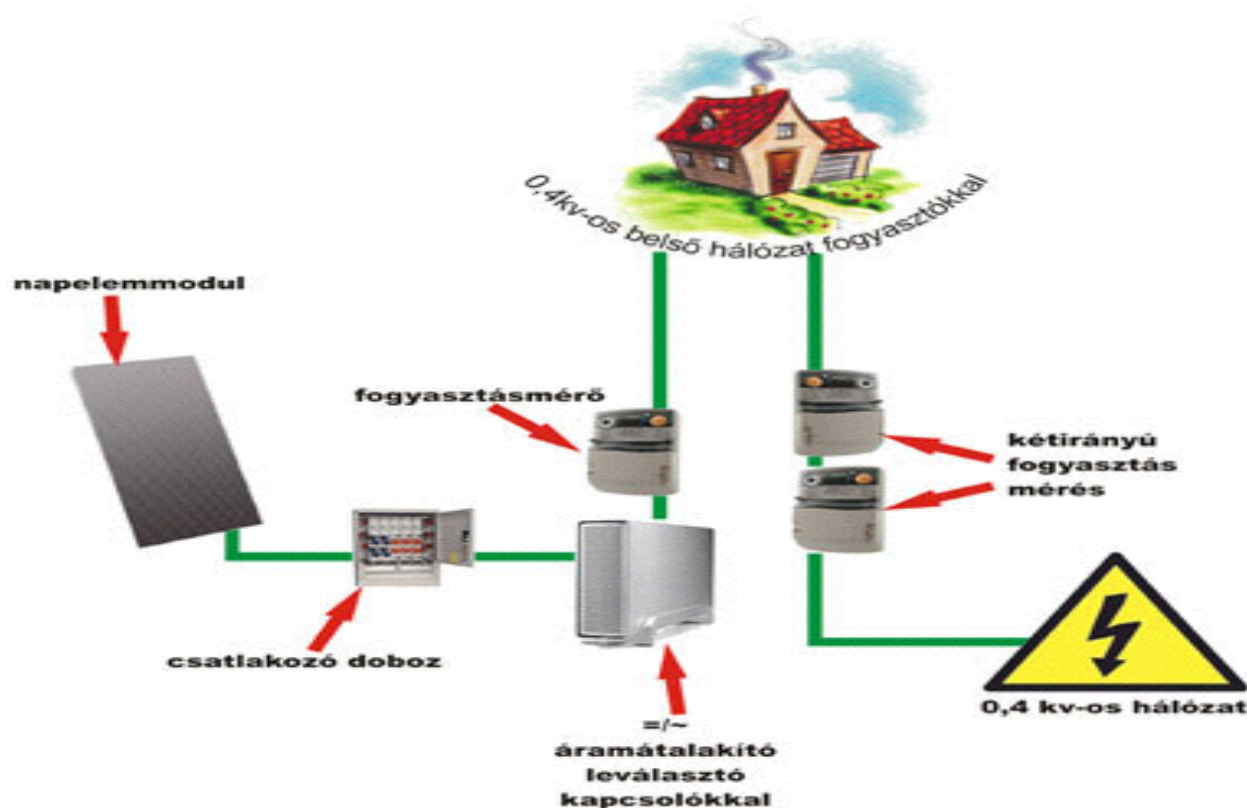
**IGEN, ÖNNEK IS!
NEM LESZ VILLANYSZÁMLÁJA!**

- Tudta e, hogy a hagyományos energiaforrásaink napjai meg vannak számlálva? Vajon ki tudja, mit hoz a holnap?
- Tudta e, hogy jobb napokat látott Földünk, napról napra milyen sokat szenved a mindenféle erőművek környezetszennyező hatásaitól? Pedig, holnap is nap lesz!
- Tudta e, hogy egy kellemes, szikrázó napon, amikor hétágról süt a nap, annyi napfény éri a háza tetejét, hogy annak energiája egész esztendőre elegendő lenne, és nem kellene többé villanyszámlát fizetnie? Nyugtával dicsérhetnénk a napot!
- Tudta e, hogy Magyarország területére érkező napsugárzás kb. 380-szorosa, mint az ország teljes energiafelhasználása! Átlagos sugárzás: 1250 kWh/m²/év (1220 - 1325 kWh/m²/év) A hasznosítás szempontjából optimális, déli tájolású 35-45 fokos felületre éves szinten 1400-1500 kWh/m² energia érkezik Magyarországon! Ennek „ára” lakossági tarifával kb. 50 000 Ft + Áfa/m²/év!!
- Tudta e, hogy éves villanyszámlájának összege több mint kétszer annyi, mint, amennyit a bankban kamatozik egy háztartási méretű kiserőmű ára?

A MEGOLDÁSVILÁGOS, MINT A NAP!



MI IS AZ A HÁZTARTÁSI MÉRETŰ KISERŐMŰ?



Amit ma megtehet, ne halassza holnapra! Figyeljen, kérdezzen meg bennünket, és keressen minket az alábbi elérhetőségeinken, és segítünk megóvni pénztárcáját és természetesen egyúttal a Földünket is!

Kímélje környezetét és pénztárcáját a napenergia hasznosításával!

Kérdezzen, tájékozódjon, tegye fel kérdéseit!

Gulyás István Csaba

Ingyenesen hívható ZÖLD szám: 06-80-620-888

<http://www.sivasolar.hu/arajanlatkeres/>

MEGHÍVÓ

KEDVES ALFÖLDI CÉGVEZETŐ!

Alföldi KKV Klubot indítottunk, melynek márciusi klubtalálkozójára nagy tisztelettel meghívjuk! A rendezvényeink kötetlenek, cél egy-egy a kis- és középvállalkozásokat érintő probléma közös megbeszélése, közös beszélgetés szabad egyetem jelleggel :), kávézás, ismerkedés és az esetleges egymás közötti üzletkötések elősegítése. De, természetesen semmi sem kötelező.

Mit profitálhat belőle? Az egyes rendezvények MEGOLDÁST, GYAKORLATI ötleteket nyújtanak a kis- és középvállalkozásokat érintő 1-1 aktuális PROBLÉMÁRA. Eddigi tapasztalatunk szerint 2-3 témáról beszélgetnénk alkalmanként. Illetve lehetőséget biztosítunk témajavaslatokra is. A rendezvények időtartama kb. 1,5 óra.

E Klub Önnek szól, ha hatékonyan, gyorsan és eredményesen szeretné vállalkozását fejleszteni!

Önre is igaz, hogy "Nincs ideje, energiája rendezvényekre járnia, mert sok a munka, rengeteg a dolga? A KKV klubban a helye! Természetes, ha nincs energiája arra, hogy elmélyedjen a HR témákban, vagy napra kész legyen IT ügyekben, pénzügyekben stb. hogy kövesse a korszerű menedzsment technikákat. Szeretettel várjuk! 4:1 EXTRA ERŐS (K)KV-k között!

A márciusi klub időpontja: **2016. március 16. (szerda) Kezdés: 8.30**

Helyszíne: ezúttal is Szandaszőlős: AD Nyelviskola és Képzési Központ rendezvényterme

Cím: Szolnok, Fazekas Mihály u. 13.

Témáinkból:

1. Gulyás István /Siya-Solar Kft./: Hogyan lehet ingyen az áramfogyasztása? Önnek is dolgozhat a nap?
2. Csinger Norbert: XXI. századi kontrolling
3. Lipták László: IT felhő technológia
4. Farkas Reni: "Dolce Vita" és "Megoldás"

30/607-1092 vagy 20/946-8078-as telefonszámon vagy az info@marketingjam.eu e-mail címen várunk.

Belépésre jelképes, 2000 Ft/fő belépődíjat kérünk, melyet egy közösen kiválasztott helyi vonatkozású nemes célra ajánlunk fel.

ALFÖLDI VÁLLALKOZÁSFEJLESZTÉS
KKV KLUB

www.a-vf.hu , www.polgarkft.hu, www.marketingjam.hu