

Manapság rengeteg információ ér minket nap mint nap, és a reklámok az életünk mindennapos részévé váltak, illetve a gazdaságnak is egy nélkülözhetetlen eleme lett. Hiszen szinte lehetlenség közterületen úgy sétálni, hogy egy busz oldalán ne lássunk egy hirdetést, vagy egy óriásplakátot valamelyik épülő ház oldalán. Számos média felületen hallhatunk, és láthatunk reklámot, illetve találkozhatunk velük a médiában, az újságokban, a rádióban, egyes tömegközlekedési eszközökön, és még sok- sok más erre alkalmas helyen. A kültéri reklámeszközök rendkívül hatásos hirdetőfelületek, ugyanis így több emberhez eljuthat az adott cég mondanivalója, hiszen aki nem ül a tévé előtt, vagy nem használja a közösségi média felületeket, az nem biztos, hogy informálódik az aktualitásokról. Azonban azok, akik a közösségi médiában is jelen vannak, duplán informálódnak, ezzel növelve azt hogy a fogyasztók egy esetleges vásárlás során könnyebben elevenítsék fel ilyesfajta emlékeiket az adott termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatban.

Azonban az még közel sem elég, ha a hirdetéseket az emberek csak látják vagy hallják, ezeknek a fő céljuk a cég nevének terjesztése, és a hirdetett termék, vagy szolgáltatás eladása. Ahhoz, hogy a termékeket értékesíteni tudják, szükséges a megfelelő marketingkommunikáció alkalmazása. Dolgozatom témája az online marketingkommunikáció témája köré épül. Az online marketingkommunikáció a vállalatok számára egyre jelentősebbé vált, ugyanis egyre több értékesítés folyik az internetes felületeken. Ebben a folyamatban fontos a fogyasztók igényeinek megismerése, és aszerinti kielégítése.

Kötelező szakmai gyakorlatomat az Alanor Webshopnál töltöttem, ezáltal dolgozatom témáját is eköré építettem. A vállalkozás, a piac, és a konkurensok bemutatása után, először a 4P elemeit vizsgáltam meg, utána pedig a fogyasztók megtartásával, ösztönzésével kapcsolatos megoldásokat mutattam be. Az internetes marketingkommunikációs elemek alkalmazása is része, ahogy fentebb említettem, azonban egy rendkívül kicsi vállalkozásról beszélünk, amely nem alkalmaz minden eszközt, mivel fő célcsoportját a közösségi médián keresztül éri el.

Alanor egy népszerű stratégia kártyajáték viszonteladójának tulajdona, így rengeteg tapasztalatot, és ismeretet szereztem azáltal, hogy egyéni vállalkozó mellett dolgoztam nap mint nap. Dolgozatom témájának oka is a gyakorlati hely, melyet különlegesnek tartok, ugyanis nem mindennapi egy emberfeletti világban játszódó kártyajáték egy hétköznapi embernek. A népszerű kártyajáték, a Hatalom Kártyái Kártyajáték nevet viseli, melyek nyomtatott, standard méretű kártyalapok, és egyedi pakli gyűjtési lehetőséget nyújt a játékosok számára.

Szakmai gyakorlatom ideje alatt hasznosítani tudtam a tanulmányaim alatt elsajátított ismereteket, egyaránt kommunikációs, és marketing területen is, és biztos vagyok benne, hogy a jövőben ezt a tapasztalatot még kamatoztatni tudom. Beleláthattam egy egyéni vállalkozó mindennapi feladataiba. Betekintést nyerhettem egy dinamikusan fejlődő webáruház logisztikai, ügyviteli és értékesítési rendszerébe, és rengeteg tapasztalatot szereztem ezáltal.

Dolgozatomban többször említettem, hogy mennyire fontos a megfelelő marketingkommunikációs megoldások alkalmazása, hogy a legmegfelelőbb kommunikáljunk a vásárlókkal. Ez az egyik oka, amiért szerintem Alanor sikeres, hiszen a célcsoportjának megfelelő platformon, megfelelően kommunikál. Javaslataim közé tartozik azonban az új vásárlók elérésére alkalmas hirdetések bevezetése, ugyanis hiába van egy fix vásárlói kör, muszáj minimális mennyiségű új vásárlóra szert tenni. Ami még fejleszthető lenne szerintem, az a SEO, vagyis a keresőoptimalizáló, hiszen ennek segítségével weboldalak, tartalak vagy online profilok láthatósága növelhető a keresők találati oldalain.

A továbbiakban kitértem a webáruház vásárlásösztönző módszereire is, mely leginkább a fogyasztói mag köré épül. Ez a módszer sok rendelést, esetenként új vásárlót is vonz. Több olyan ajánlat elérhető a webáruházban, melyek boxokban kerülnek értékesítésre, és a statisztikák azt mutatják, hogy ez érdekli a fogyasztókat, érdekesnek találják ezeket az ajánlatokat. Ahogy említettem, azok a lapok az egyik lenépszerűbben, amelyek közvetlen vásárlással nem elérhetők az oldalon, és a kiadón keresztül sem lehet megvásárolni. Ezt Alanor ki is használja, mivel általában különböző értékhatárok felett, hozzá lehet jutni ezekhez a lapokhoz is.

Ezekon a megoldásokon kívül több időszakos esemény is létezik, mely szintén sok vásárlót vonz.

Összességében a vállalkozás sikeressége véleményem szerint a megfelelő kommunikáció, a nagy kínálat, és a rendkívül sűrű akcióknak, kedvezményeknek köszönhető. Azonban szerintem néhány újítással, és az említett, új megoldásokkal még sikeresebbé válhatna.