

różnorodność wyników w kształtowaniu wyglądu zwiększenie towarów innowacyjnych na rynkach o różnych branżach i różnych państwach.

Literatura

1. Э.Головач. Коммерческие риски – Брест: БПИ, 1999;
2. И.Шумпетер. Теория экономического развития – М.: Прогресс, 1982.

ROLA PREZENTACJI GRAFICZNEJ W MARKETINGU MIĘDZYNARODOWYM

Iwona Grabara

Politechnika Częstochowska, Polska

Wstęp

Globalizacja marketingu spowodowana wieloma czynnikami, a przede wszystkim coraz swobodniejszym przepływem informacji, ludzi i towarów, wymusza zmianę postępowania w sferze handlu i usług, a w szczególności w szeroko pojętej promocji towarów i firm. Wejście na rynki międzynarodowe powoduje bardzo znamienne skutki wymagające zmiany podejścia do zagadnień marketingowych. Pozytywne skutki marketingu są efektem skutecznych działań to jest takich które pozostawia trwały ślad w umysłach tej grupy społecznej lub wąskiego grona specjalistów lub decydentów do których działania te są adresowane.

Billboardy

Społeczeństwo danego kraju lub regionu ma swoje przyzwyczajenia „subkulturowe” swoiste poczucie humoru oraz pewien poziom tolerancji. Skuteczne działania marketingowe szczególnie w dziedzinie sprzedaży dóbr konsumpcyjnych takich jak samochody, telefony komórkowe czy też alkohole oraz praktycznie wiele innych dóbr, bardzo często balansują na krawędzi dobrych obyczajów i tolerancji oraz rubasznego humoru i dwuznacznych skojarzeń.

Ogłoszenia prasowe

Kolejną formą działań marketingowych skierowanych wprost do kupujących są ogłoszenia prasowe w, których bardzo istotną rolę odgrywa graficzna postać anonsu. W tym przypadku mamy do czynienia z innym charakterem grafiki niż w przypadku reklamy wielokoplatkowej. W ogłoszeniach prasowych dominującą rolę spełnia rzetelna informacja (choć nie zawsze pełna) wsparta ilustracją, która zwraca uwagę czytelnika na dane ogłoszenie i podkreśla jego charakter, a także tematykę.

Charakter ilustracji ma czytelnikowi kojarzyć się z faktem braku barier społecznych w uprawianiu tej dyscypliny sportu oraz odwołuje się do modnego w społeczeństwie stylu secesji.

Materiały informacyjne o firmie

Znacznie różniące się charakterem od działań marketingowych skierowanych do indywidualnych nabywców są działania skierowane na promocję i zaistnienie na rynku firm. W działaniach marketingowych firm dominują takie elementy jak foldery reklamowe i prezentacje na specjalnie organizowanych spotkaniach oraz sympozjach.



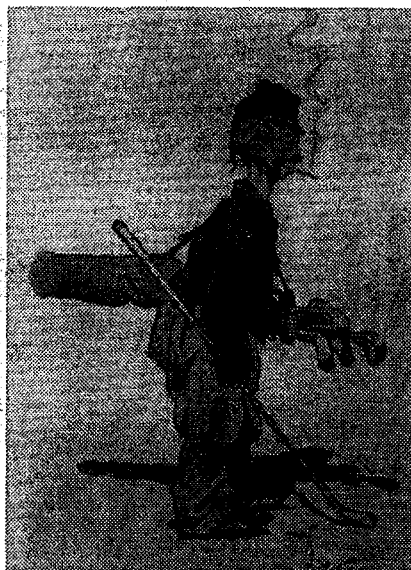
Rys. 1 Billboard reklamujący czeską sieć telefonów komórkowych z dwuznacznym hasłem reklamowym „Malutki telefon wielka miłość”

Foldery reklamowe

Ta specyficzna forma reklamy też korzysta z grafiki w celu pokazania zarówno gamy produktów z którymi chce wejść na rynek jak i swojej kondycji finansowej i swojego miejsca w światowym czy też europejskim rynku producentów danych dóbr. W materiałach reklamowych firmy umieszczają ilustracje skierowane przede wszystkim do decydentów lecz w taki sposób aby ilustracje te oddziaływały na ich wyobraźnię i umożliwiły skuteczne przekonanie o zdolnościach technicznych i możliwościach produkcyjnych firmy (Rys.3). Ilustracje graficzne tego typu najczęściej korzystają z wizualnych porównań dających wyobrażenie o wielkich możliwościach w danej dziedzinie. Jedna z fińskich firm produkujących rury z polichlorku winylu do zaprezentowania swoich możliwości produkcyjnych wykorzystała zdjęcie przedstawiające samochód osobowy wjeżdżający do rury będącej produktem tej firmy.

Drugim elementem graficznym występującym w folderach reklamowych są graficzne analizy wyników finansowych firmy prezentowane w postaci wykresów i grafów. Te elementy graficzne uzyskuje się najczęściej korzystając z pomocy specjalnego oprogramowania zaliczanego do grupy tak zwanych analizatorów menedżera. Programy te

charakteryzują się dużą łatwością generowania różnorodnych wielobarwnych wykresów silnie oddziaływujących na wyobraźnię menedżerów do których są skierowane.



Rys. 2. Ilustracja zamieszczona w ogłoszeniu reklamującym ekskluzywny sprzęt do gry w golfa.

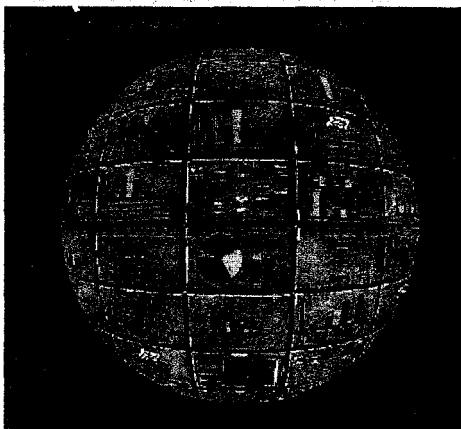


Rys.3. Zdjęcie z folderu reklamowego fińskiej firmy produkującej rury PCV

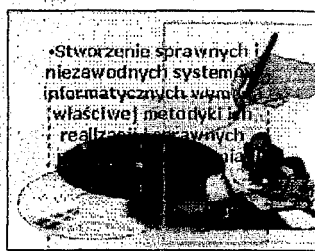
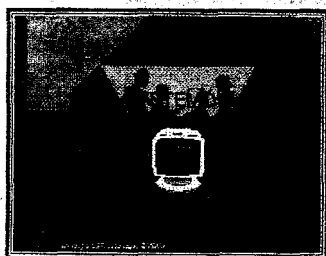
Prezentacje

Specjalną grupę wykorzystywaną w czasie pokazów i sympozjów, stanowią prezentacje multimedialne które oprócz grafiki, bardzo rozbudowanej, pozwalają na użycie

dźwięków i animacji. Wśród narzędzi do tworzenia prezentacji najczęściej wykorzystywany jest program o nazwie Power Point wchodzący w skład pakietu Ms Office.



Rys.4. Strona tytułowa Analizatora wyników firmy TCH

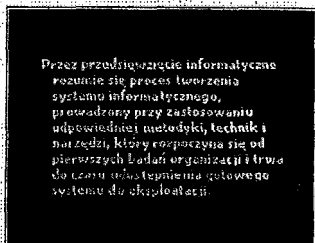
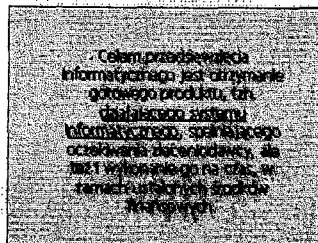


1

1

2

2



Rys.5 Przykład fragmentu prezentacji wykonanej w programie Power Point

Podsumowanie

Jak wynika z pokazanych wyżej przykładów marketing jest „uzależniony” od informacji wizualnej w sposób oczywisty, dlatego też ogromnej roli nabiera właściwe przygotowanie kampanii marketingowej od strony graficznej. Już teraz na świecie wiele

uwagi przykłada się do form graficznych i multimedialnych i ich oddziaływaniu na psychikę osób do których są one kierowane. Ogromne pole do pogłębienia działań marketingowych w skali globalnej stwarza internet. Internetowe działania marketingowe w jeszcze większym stopniu wykorzystują elementy grafiki komputerowej i animacje niż dotychczasowe klasyczne środki marketingowe.

WYKORZYSTANIE INTERNETOWYCH BAZ DANYCH W PROMOCJI MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

Dorota Jelonek

Politechnika Częstochowska, Polska

Streszczenie

W artykule przedstawiono wybrane aspekty wykorzystania Internetowych baz danych w działalności marketingowej małych i średnich przedsiębiorstw.

Szczególną uwagę zwrócono na możliwość w promocji przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym w Internetowych bazach danych.

Wstęp

Potrzeba stosowania działań promocyjnych wynika z faktu funkcjonowania małych i średnich przedsiębiorstw w wymagającym otoczeniu rynkowym. Otoczenie może być źródłem szans rozwoju przedsiębiorstw lub źródłem zagrożeń dla dalszego funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. Jak dane przedsiębiorstwo będzie postrzegać otoczenie rynkowe zależy od tego jakie podjęto działania zmierzające do wzajemnego i optymalnego przystosowania przedsiębiorstwa do wymagań rynku.

Duże zmiany w otoczeniu przedsiębiorstw powoduje dynamiczny rozwój techniki komputerowej, a zwłaszcza sieci Internet. Obecnie Internet nie jest już postrzegany jako „medium rozrywki”, lecz jako ważne narzędzie w zyskaniu konkurencyjnej przewagi przedsiębiorstw na rynku. Integracja środowiska internetowego z biznesem niesie wymierne korzyści również dla małych i średnich przedsiębiorstw, co zostanie pokazane w niniejszym artykule.

Wykorzystanie Internetu w działalności MŚP

Komercyjne wykorzystanie Internetu jest zjawiskiem stosunkowo nowym, występującym zaledwie od kilku lat i ciągle trwają poszukiwania nowych sposobów wykorzystania Internetu w prowadzonej działalności gospodarczej.

Możliwości wykorzystania sieci Internet w działalności przedsiębiorstwa jest wiele. Najczęściej w praktyce wykorzystywane są WWW (Word Wide Web), poczta elektroniczna (E-mail), FTP (File Transer Protocol) oraz IRC (Internet Realy Chat)¹.

¹ Jelonek D., Grabara J.: *Internet w systemie informatycznym przedsiębiorstwa*, (w:) *Systemy Informatyczne 1*, Wydawnictwo Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 1998, s.57-64.