

OSMAN PÉTER

DM – vagy amit akartok?

Igencsak mókás levelet hozott a posta. Feladója önmagát a marketing területén igen jól felkészült menedzsment tanácsadó cégként határozza meg. Kilétét itt fedje jótékony homály. Levelének bemutatásával célszerűen semmiképpen sem az, hogy kellemetlen helyzetbe hozzuk – megteszi ezt maga az írásmű –, hanem hogy e kiváló, bár sajnos egyáltalán nem egyedi példán néhány tételben felmutassuk: mit nem szabad elkövetni, különösképpen annak nem, aki a marketinghez értőnek tünteti fel magát.

Íme a levél:

Oszmann Péter

tanácsadó

ÁPV Rt.

H 1133 Budapest

Pozsonyi út 56.

Tisztelt Oszmann Péter tanácsadó Úr!

A világ 200 legsikeresebb vállalatának vizsgálatai azt mutatják, hogy a vállalati siker növelésének leghatékonyabb és legolcsóbb befektetése az értékesítéssel foglalkozó szakemberek szisztematikus továbbképzése.

Az (...XY tanácsadó cég...) 1995. évi Értékesítési és marketing szemináriumaimal munkatársai felkészítésében, piaci munkájuk optimalizálásában szeretne az Ön segítségére lenni.

Bizunk benne, hogy korábbi együttműködésünk tapasztalatai megerősítik Önt abban, hogy cége árbevételének felpörgetéséhez a mellékelt 1995. évi Szemináriumi prospektusból kiválassza azt a traininget, amely a legrövidebb időn belül pozitív eredményeket hoz az Ön vállalata számára.

Amennyiben megtalálta mellékelt programunkban azt a szemináriumot, amelyik cége eredményességének növelésében jelentős szerepet játszhat, úgy kérjük, jelezze nekünk. Ha speciális programok megvalósításában lehetünk az Ön segítségére, tegye lehetővé, hogy időpontot egyeztessünk.

Értékesítési és marketing szemináriumaink a legújabb nyugati marketing vizsgálatok eredményeinek a magyar gazdaság sajátosságaihoz és Megrendelőnk egyedi vállalati igényeihez való adaptálására épülnek.

A Canon, Philips, Quelle, Pharmafontana, ÁVÜ és ÁV Rt.-hez hasonlóan bízom Ön is ránk munkatársai professzionális továbbképzését, piaci erősségeinek hatásos megjelenítését.

Szívélyes üdvözzel:

(aláírás)

1. Minden ésszerű döntés, egyáltalán minden ésszerű magatartás alapja a jó tájékozottság. Aki még ezt sem tudja, ne ajánl-gassa a felkészültségét. Ez jutott eszembe a címzésről, miután a nevem Osman és nem Oszmann, a hivatali beosztásom pedig igazgató volt az Állami Vagyonügynökségnél. Az ÁPV Rt.-hez viszont nem léptem át, és ez is olyan tény, amelyet a levélírónak ellenőriznie kellett volna. Számomra így a levél tartalma már itt elveszítette a hitelét, pontosabban azt az üzenetet hozta, hogy a küldője tájékozatlan, tehát felkészületlen. Az is nyilvánvaló, hogy a levélíró felkészültsége jellemzi a mögötte álló céget is, amelynek szolgáltatásait nekem ajánlgatja. Innen tehát akár már nem is érdemes tovább olvasni...

2. Teljesen triviális, hogy a legjobb befektetések egyike a vállalat humán erőforrásainak – szakembergárdájának – fejlesztése. De: ki és milyen szempontok szerint választotta ki „a világ 200 legsikeresebb vállalatát”, ki és milyen szempontok szerint vizsgálta azokat, honnan ismeri a levélíró a vizsgálat következtetéseit és miért nem hivatkozik a forrásra, azaz a pusztán nagyoláson túl mennyiben mond valami érdemlegeset ez a hivatkozás? Annyit persze látok, hogy a levélíró dicséretesen szerény – hiszen írhatott volna kétezeret is.

Amit ez a bekezdés még sugall, az nagyon is érdemes a figyelemre. Az állítás szakszerűtlen. Semmiképpen sem lehet általános érvénnyel megjelölni, hogy mi a vállalati siker növelésének leghatékonyabb vagy legolcsóbb befektetése. (Ismeretes, hogy egyebek közt az értékelemzés és értéktervezés céltudatos alkalmazása is a legjobb befektetések közé tartozik). Így a szövegrész valódi üzenete, hogy aki küldte, az vagy szédelgő, vagy – ami talán még

rosszabb – felkészületlen. Ha pedig egy cég csak ennyire képes, vagy csak ennyit ad magára, azt jobb messze elkerülni. Közszönöm a figyelmeztetést.

3. Az ÁPV Rt. meglehetősen sajátos „vállalat”, különösképpen abban a tekintetben, hogy igen sajátos árucikkkel jelenik meg a piacon: az állam vállalkozói vagyónát alkotó társasági tulajdonrészeket – kissé pontatlan köznyelvi fordulattal vállalatokat – kell értékesítenie. Ezek piacra vitele meglehetősen sajátos megközelítéseket és technikákat igényel, sok tekintetben mást, mint az áruvilág hagyományos elemeié. Emellett maga a privatizáció piaca is igencsak egyedi képződmény. (Ennek a piacnak a sajátosságai a MARKETING 1994./3. és 4. számaiban kissé részletesebben is foglalkoztunk.) A levélnek legalább utalnia kellett volna arra, hogy küldője ennek tudatában ajánlgatja áldásos közreműködését. Komolyan még így is csak akkor venném, ha bemutatná, hogy kellőképpen járatos ezen a különleges felkészültséget igénylő területen.

4. Igazán megragadó, hogy az ajánlott szemináriumok tudásanyagában már a magyar gazdaság sajátosságaihoz adaptálva jelennek meg a legújabb nyugati marketing-vizsgálatok eredményei. „De szép is lenne, óh hatalmas Ég...” zengi a dal és mondom én, de nem hiszem el, hiszen a levél ezt semmivel sem támasztja alá. A kínált tudásanyagból kiemelt példával sem, és legfőképpen azzal sem, hogy ki végezte el ezt a hatalmas munkát és honnan a hozzáértése. Így tehát ismét csak szakszerűtlen, szédelgő vagy felületlen – ezt pedig már nem kell eltanulnunk, ennél már végre valami jobb kellene.

5. No, itt kellene megilletődnöm... A referencialista kifejezeten lenyűgöző. Igazán megragadó, majdhogynem lehengerlő, hogy az ilyen típusú szolgáltatások óriási választékából ezek a hatalmas vállalatok mind a levélíró cégének szolgáltatásait vetették igénybe, jöllerhet az látszat szerint nem is tartozik a szakma legismertebbjei közé. Ha még ez sem győz meg, akkor semmi – márpedig ez a kurta két sor semmi olyat nem tartalmaz, ami arra indítana, hogy elhiggyem ezt a súlyos állítást. Ha viszont egy szaktanácsadó ennyire nem tudja, hogyan kell eladnia saját szolgáltatásait és ehhez hitelt érdemlően bemutatni saját felkészültségét, akkor végképp nem értem, miért lenne érdemes, és egyáltalán mit is lehetne éppen tőle tanulni.

Tisztelt Levélíró!

Levelét megkaptam. Tartalma elég ahhoz, hogy könnyűszerrel ellenálljak az Önök csábításának.

Szívélyes üdvözzellettel...