

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Szent István Campus

Portfólió

(szakmai beszámoló)

Nagy Milán Márk

BPKXFO

Kereskedelem és Marketing felsőoktatási szakképzés

Urbánné Treutz Ágnes

Egyetemi Tanársegéd

2023.

Tartalomjegyzék:

Tartalom

1. A Tracon Budapest Kft. bemutatása, története, tulajdonosi szerkezete, tevékenysége, termékek és szolgáltatások bemutatása, szervezeti felépítése. A vállalat fejlődését, tevékenységét tükröző adatok, információk 2012.évről, illetve az utóbbi 3 esztendőről.	2
2. A vállalat honlapjának értékelése.....	6
3. A szervezet piaci pozíciója, az iparág és a versenytársak elemzése SWOT elemzéssel.....	9
4. A marketing eszközök jellemzése 4P szempontok alapján.....	14
5. A vállalatnál végzett munka rövid bemutatása. Azon képességek és készségek, amelyek elsajátítását, fejlesztését lehetővé tette a gyakorlat.	17
6. Következtetések, javaslatok - saját ötleteim a kapott eredmények alapján.....	24
7. Irodalomjegyzék.....	26

1. A Tracon Budapest Kft. bemutatása, története, tulajdonosi szerkezete, tevékenysége, termékek és szolgáltatások bemutatása, szervezeti felépítése. A vállalat fejlődését, tevékenységét tükröző adatok, információk 2012.évről, illetve az utóbbi 3 esztendőről.

Szakmai beszámolóm a TRACON BUDAPEST Ipari, Kereskedelmi, Közvetítő és Tanácsadó Korlátolt Felelősségű Társaságnál 2023. tavaszán eltöltött hetek alapján készült. Továbbiakban rövidítve Tracon Budapest Kft. A cég 1990.májusában alakult. Neve a Trading és a Consulting angol szavak összetételéből keletkezett. Azaz kereskedelem és tanácsadás. Magyarországon a rendszerváltás éppen lezajlott, ami a gazdasági- és kereskedelmi életre is hatással volt. A korábbi tervgazdálkodást és állami tulajdonban lévő cégeket piacgazdaság váltotta fel. Kezdeti nehézségek, munkanélküliség és magas infláció volt. Ebben a környezetben nagy bátorságra vallott céget alapítani. Gömbös Lóránd belevágott, egy tulajdonostárssal német-magyar vegyesvállalatot alapított. A kilencvenes évek végén viszont teljesen magyar tulajdonba került a cég. Ekkor a tulajdonos tajvani és kínai cégekkel kezdett kereskedni. A sikerhez viszont szükséges volt a személyes jelenlét, ezért oda utazott, a gyártóhelyeket végig látogatva, megpróbálta a minőségi árut -időt nem sajnálva, hiszen többet volt külföldön, mint Magyarországon-kiszűrni. Gömbös úr ár- érték arányban megfelelő termékeket vásárolt, kihasználta, hogy a keleti munkaerő, ezáltal a termékeik, lényegesen olcsóbbak voltak akkoriban. A 2000-es években tovább növekedett a vállalat. 2005-ben megépült Dunakeszin a raktárbázis, több ezer áruval és külföldön és lettek leányvállalatok. (Siklós András 2012.) Hogy mi történt az elmúlt húsz évben? A sikertörténet folytatódott.

A számviteli beszámoló 2022.üzleti évre vonatkozó határidő 2023.május 31-e. A dolgozatom készítésekor a mérleg, az eredménykimutatás és az üzleti jelentés még nem elérhető. Azonban a beszámoló portálon a korábbi évek dokumentumai letölthetőek. (www.ceginformacio.hu 2023.) Én 2019-2021.évek számadatait vizsgáltam. Viszonyításképpen a jelenhez 2012. évi adatok bevonását is szükségesnek láttam. A régmúlthoz képest tíz év távlatában is láthatjuk, mi a tendencia. Az alábbi táblázatban (1. táblázat) kiemeltem néhány fontos mutatót.

Tracon Budapest Kft.	2012.év	2019.év	2020.év	2021.év
Létszám	80 fő	109 fő	125 fő	133 fő
Belföldi értékesítés árbevétele	2 192 843 e Ft	4 099 077 e Ft	5 461 730 e Ft	6 366 404 e Ft
Külföldi értékesítés árbevétele	1 103 402e Ft	2 214 791 e Ft	2 744 690 e Ft	3 385 730 e Ft
Árbevétel összesítve	3 296 245e Ft	7 461 148 e Ft	8 206 420 e Ft	9 752 134 e Ft
Adózott eredmény	191 522e Ft	588 524 e Ft	1 274 998 e Ft	2 077 436 e Ft

1. táblázat A Tracon Budapest Kft számadatai

Forrás: https://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/beszamolo_kereses

Változások 2012.évhez képest 2021-re:

-a belföldi és a külföldről jövő árbevétel is megháromszorozódott

belföldi árbevétel: 6 366 204e Ft/2 192 843e Ft =2,90 százalékban kifejezve 290 %

külföldi árbevétel: 3 385 730e Ft/1 103 402e Ft =3,07 százalékban kifejezve 307 %

-az adózott eredmény pedig majdnem tizenegyszer nagyobb lett

adózott eredmény: 2 077 436 e Ft/ 191 52 e Ft=10,85 százalékban kifejezve 1085%

-míg a létszám 66 százalékkal lett magasabb

létszám:133 fő /80 fő=1,66 százalékban kifejezve 166%

Változások 2020.évhez képest 2021-re:

-a belföldi árbevétel 16,5 százalékkal lett több

belföldi árbevétel: 6 366 204e Ft/5 461 730e Ft =1,16 százalékban kifejezve 165 %

-a külföldről származó árbevétel 23,3 százalékkal magasabb

külföldi árbevétel: 3 385 730e Ft/2 744 690 e Ft =1,23 százalékban kifejezve 123 %

-míg a létszám 6,4 százalékkal lett több

létszám:133 fő /125 fő=1,064 százalékban kifejezve 106%

-az adózott eredmény 62,9 százalékkal növekedett, ez kimagasló eredmény

adózott eredmény: 2 077 436 e Ft/ 1 274 998 e Ft=1,62 százalékban kifejezve 163%

-az adózott eredmény több, mint 73 milliárd forint, a legmagasabb, ami valaha volt a vállalat életében.

Változások 2019.évhez képest 2021-re:

-a belföldi árbevétel 55 százalékkal lett több

belföldi árbevétel: 6 366 204e Ft/4 099 077e Ft =1,55 százalékban kifejezve 155 %

-a külföldről származó árbevétel 53 százalékkal magasabb

külföldi árbevétel: 3 385 730e Ft/2 214 791 e Ft =1,53 százalékban kifejezve 153 %

-míg a létszám 22 százalékkal lett több

létszám:133 fő /109 fő=1,22 százalékban kifejezve 122%

-az adózott eredmény három és félszer magasabb, ez kimagasló eredmény

adózott eredmény: 2 077 436 e Ft/ 588 524 e Ft=3,53 százalékban kifejezve 353%

Egy főre eső árbevétel nagyságát évenkénti bontásban az alábbi 2. táblázat-ban szemléltetem.

	2012.év	2019.év	2020.év	2021.év
Létszám	80 fő	109 fő	125 fő	133 fő
Árbevétel összesítve	3 296 245e Ft	7 461 148 e Ft	8 206 420 e Ft	9 752 134 e Ft
Árbevétel fejenként	41 203 e Ft/ fő	68 450 e Ft/ fő	65 651 e Ft/ fő	73 324 e Ft/ fő

2. táblázat Egy főre eső árbevétel nagysága

Forrás: belső vállalati adatok 2023.

A táblázatból látható, hogy a Tracon Budapest Kft hatékonysága nagymértékben növekedett. Ennek oka szerintem a raktárban a robotizálás, a folyamatok jól szervezettsége, a szakmai hozzáértés és a modern informatikai háttér lehet.

2012.évben 41 203 ezer forint árbevétel jutott egy dolgozóra.

2019.évben 68 450 ezer forint árbevétel jutott egy dolgozóra.

2020.évben 65 651 ezer forint árbevétel jutott egy dolgozóra. Ebben az évben a Covid 2019 járvány hatására, a gazdasági élet szereplői árbevétel csökkenést realizáltak. A Tracon Budapest Kft. éves árbevétele magasabb volt az előző évinél.

2021.évben 73 324 ezer forint árbevétel jutott egy dolgozóra.

A cég Európa 13 országában van jelen, de a világhálón is megtalálható. (www.traconelectric.com 2023.) Rendelkezik Facebook és Instagram sőt LinkedIn fiókkal is.

Fő tevékenységi köre a kiskereskedelmi és nagykereskedelmi forgalmazása kisfeszültségű villanyipari termékeknek. Több, mint nyolcezer terméket árulnak. (Instagram 2023)

2. A vállalat honlapjának értékelése.

A Tracon Budapest KFT honlapja tulajdonképpen egy webshop, ahol minden információt megtalálunk a cégről. (termékek, webáruház, logisztikai központ, világítástechnikai labor, GYIK) A vállalat igen nagy hangsúlyt fektet a webshopra, mivel ott történik az értékesítés nagy százaléka. A konkurenciához képest gyorsabb a felület és könnyedén átlátható a vásárló számára. Amiben többet nyújt, mint a versenytársai a piacon, hogy a termékeket 360 fokban megtudja tekinteni a vásárló, nem csak néhány termékfotó szerepel a webshopban a képek között. Ami nagyban megkönnyíti a vásárlási döntést. A Tracon Budapest Kft. számára azért, hogy biztosan a megfelelő termék kerüljön a vásárló birtokába és minimális legyen a visszáru téves rendelés miatt. A vásárlói oldalról könnyebb dönteni, ha mindent részét látja a terméknek.

A cég honlapjának címe www.traconelectric.com. Az első benyomás, hogy milyen gyors és szép, rendezett. Megnyitáskor a honlapon élénk színek uralkodnak, szemet vonzó, figyelemfelkeltő vibráló. Amit először meglátunk az a jellegzetes, védettséggel rendelkező zöld-fekete színű logó. (1. Ábra). Jól elkülöníthető a versenytársak neveitől. Vastagon szedett, messziről is kiválóan látható. Fő céljának, hogy egyedi legyen, megfelel. Könnyen felismerhető, megjegyezhető. A logó maga a cégnév. Egyszerű, letisztult formátumú.



Könnyen áttekinthető a honlap menürendszere. Igen felhasználóbarát. Átgondolt és logikus. Az alábbiakban bemutatom mi tetszik nekem a legjobban. Megfelelő a betűméret és a formátum választás. A jobb felül lenyíló menüpontban a cégről és a szállítási fizetési feltételekről olvashatunk és a kapcsolati adatokat tekinthetjük meg. Mellette regisztrációs lehetőség adott, mert a shopban vásárolni csak regisztrált és a vállalat által visszaigazolt jelentkező által lehet. A webshop a nap 24 órájában elérhető, de a 15 óráig beérkező rendeléseknél ígérik, hogy még aznap feldolgozzák, ezt nagyon hatékornak találom. A termékek 95%-a raktárról elérhető, így gyorsan tudnak szállítani. A raktárkészlet értéke csaknem két és fél milliárd forint. Velük nehéz versenyezni. Kivételes az is, hogy 13 nyelven működik az oldal, míg van olyan konkurens honlap, ahol csak magyarul állnak rendelkezésre.

A honlap fejléce fekete sávban helyezkedik el. Kialakítottak egy keresősávot, ahol termékkódra vagy terméknevre is kereshetünk.

A találatokat pedig rendezhetjük az alábbiak szerint:

- alap rendezés
- népszerűség
- ár szerint csökkenő
- ár szerint növekvő
- ABC szerint csökkenő
- ABC szerint növekvő

Egy oldalra 10 darab, 20 darab, 50 darab, avagy 250 darab találatot állíthatunk be.

Az almenük pedig élénk piros kiemeléssel a következők:

- termékek
- újdonságok
- heti akció
- készletkísöprés
- időszakos akció:pl. black- friday
- kosár

Jellemzően pop-up ablakokat is használnak, mert figyelemfelkeltő és szinte odavonza a tekintetet. Óhatatlan, hogy elolvassuk mi szerepel ott, ez főként az emberi természet kíváncsiságából is ered.

A cég számtalan terméket forgalmaz a webshopjában. Szerszámokat, rögzítéstechnikai cikkeket, zsugor anyagot, világító testeket, csatlakozó eszközöket, energiaelosztással összefüggő termékeket, fényforrásokat, hálózati installációt, elosztódobozokat, reléket, mérőműszereket, segédanyagokat, védelmi eszközöket, de megtalálható akár karácsonyi dekoráció és megújuló energiával kapcsolatos áruk is.

A termékek a honlap középső részén nagy fotókon találhatóak, így segítik a rosszul látókat vagy idősebbeket azzal, hogy kitűnően olvashatóak a részletek. Külön szeretném megemlíteni a fotót. A marketing osztály nagy hangsúlyt helyez a termék képének megjelenítésére. Miért jó ez? Előnyös, mert ha a vásárló a helyes terméket veszi meg, már első alkalommal, akkor kevesebb a reklamáció a visszavétel a csere. A vevőszolgálatnak több időt biztosít az egyéb tevékenységek végzésére. Illetve a vásárló döntéshozatalában segít, össze tudja hasonlítani a termék alternatívákat vagy megfontolhatja, hogy biztosan az adott terméket keresi-e. Sokan a leírás alapján nem tudják biztosan, az az áru-e, amit keresnek. A kép ebben megerősíti őket.

A honlap alsó részén, széles zöld sávot láthatunk. A zöld szín természetes, nyugtató hatása van, napjainkban a környezet barátságot sugallja. Az egész honlapon következetesen visszaköszön a cég logójának a színhasználata: ebben a sávban három szimbólum látható.

1. Egy teherautó, mely a 24 órás kiszállítást jelöli.
2. Egy robot, mely az okos raktárt szimbolizálja.
3. Egy falevél, ami a környezetbarát céget jelenti.

Majd lefelé, mintegy keretként ismét fekete, de már vastagabb sávot találunk. Ezen a felületen bővebb ismeretanyagot találunk a cégről, letöltésekről a szállítási- és fizetési feltételekről. Itt találhatjuk a gyakran ismételt kérdésekre a válaszokat és a nyereményjáték szabályzatot is.

A mai kor igényeinek megfelelően, IOS és Android rendszerű telefonokra fejlesztettek applikációt, mely a honlapról QR kód segítségével letölthető. Így a vásárló akár utazás közben vagy munkavégzés közben is megrendelheti a kívánt terméket. Nem szükséges számítógép közelség.

A honlapot tanulmányozva, nem találtam kifogást vagy olyan funkciót, amit hiányolnék. Valóban kiváló a honlap. Ritkán találkozom ennyire professzionális oldallal. Aprólékos, részletes, figyelemfelkeltő, minden információval ellát.

3. A szervezet piaci pozíciója, az iparág és a versenytársak elemzése SWOT elemzéssel

A szervezet tulajdonosának szavait idézem:

“Helyette inkább figyelni, tanulmányozni kell a versenytársakat, a saját erősségeinket, előnyeinket kell kihasználni és továbbfejleszteni, valamint folyamatosan az újításokon kell gondolkozni. Minden változik körülöttünk, a vállalat, a gazdálkodási és termelési körülmények is folyamatosan változnak. Tehát a változásokat követni kell és a vállalatot ezekhez kell igazítani.” (Gömbös Lóránd 2012.)

Ez a mondat egy 11 évvel ezelőtti cikkben hangzott el. (Siklós András 2012) Tökéletesen leírja, hogy a változó környezethez alkalmazkodni kell a vállalkozásnak is, ha talpon akar maradni. Nagyon jó meglátás, sokan nem mernek változni, változtatni és ennek következtében nem képesek erősödni, növekedni. A Tracon Budapest Kft. nagyon jó példa erre, nagyon okosan, a versenytársakat és a piacot figyelve, számokban is mérhető növekedést ért el.

A legnagyobb versenytársakat felsorolom, mert ugyanazokat a termékeket forgalmazzák, szinte azonos minőségben. Javarészt német vállalatok. Hogy ki kapja meg a rendeléseket, az függ az árszínvonalától, illetve kapcsolati hálótól is. Más az alapvető üzletpolitikájuk ugyan, de a verseny nagy.

-Schneider Electric Magyarország Kft

-Moeller, melyet az Eaton Corporation felvásárolt 2005-ben

-Siemens Magyarország Zrt.

-ABB Kft.

SWOT elemzés:

Erősségek:

-Ismert márka: Egy ismert márkát szívesebben választ a vásárló mivel már a bizalmát megnyerte a vállalat. Egy új belépő a piacra sokkal nehezebben érvényesül, még ha az ára kedvezőbb, akkor is.

-30 év tapasztalattal rendelkezik: 30 év tapasztalatot 30 év tapasztalás által lehet megszerezni ez egy hatalmas piaci előny.

-Fejlesztési lehetőségek: innovatív fejlesztések történnek folyamatosan, pl. az okos raktár bővítése rengeteg időt spórolna meg.

-Egyediség: az arculat kialakításra nagy hangsúlyt fektetnek.

-Nagy raktárkészlettel rendelkezik a cég. A bejövő igények csupán 5 százalékát szükséges megrendelniük.

-Szakértelem: szakmai segítség a különböző termékek összehasonlításában és a személyre szóló tanácsadás a fő erősségük.

-Világítástechnika laboratórium is van: (1,5m átmérőjű Ulbricht gömb, átütésvizsgáló, izzóhuzalos vizsgáló túlángos vizsgáló, szakítószilárdság tesztelő (kötegelő), élettartam vizsgáló, klímakamra (-50 +250 fokig tud párosítani). Az Ulbricht gömb érdekessége az, hogy

néhány darab van csak Magyarországon pl. az Óbudai Egyetemen vagy a TÜV-Rheinland Tanúsító Intézetnél, mert nagyon drága a beszerzése. (www.vled.hu 2018.)

-A Tracon Budapest Kft. rövidtávú céljai között szerepel, hogy a gépjárműpark teljes mértékben elektromossá váljon, ezáltal a széndioxid kibocsátása nulla legyen. Tehát elkötelezettek a környezetvédelem mellett és erre áldoznak is sokat anyagilag.

-Terméklista bővítése: Termék lista bővítés folyamatosan történik. Többféle bevezetett szokás van rá. Az egyik opció az, hogy egyes termékeket küld a partner, hogy próbáljuk ki. Van úgy, hogy már sokadszorra keresik az ügyfelek az adott terméket és nem tudunk nekik adni. Ekkor igyekszünk helyettesítő termékkel előállni. Lehet opció az upgrade is, például eddig csak 100 lument tudott az egyik izzó, míg most már van 150 lumen fényerőjű is. Az egyik legfontosabb tényező az ár. Ha a konkurencia jóval olcsóbban tudja adni, akkor új beszállítót kell keresni.

-Szorosabb kapcsolat a munkavállalókkal, csapatépítő programok

-Gyakornoki program kialakítása

-Dolgozók továbbképzése

-Életút, karriertervezés

-Tanulmányi szerződések megalkotása

Gyengeségek:

-Számonkérés hiánya: A raktárban a műszakvezetők nem várják úgy el a rendet ahogyan azt kellene. Egyes termékek leborulnak és kár keletkezik. Illetve olyan is rendszeresen előfordult, hogy egyes termékek nem voltak az adott pozíciójukon (mint például a TDZ kismegszakító nem volt a hátsó palettás raktárban a (H10-32-B pozíción) így az a termék “elveszett”, majd leltár alatt kerül újra be a rendszerbe. Ezek emberi mulasztások, amikből mindig elő fog fordulni, de törekedni kell, hogy minél kevesebbszer.

-Kevés a hely a beérkezett árunak: A termékeket kamionok hozzák a Dunakeszin lévő logisztikai központba és ott kerül bevételezésre a rendelt áru. A kamion a hátsó palettás raktárra tolat rá és onnan történik a konténer rakodása. Egy konténernyi áru még nem okoz problémát, de ha már kettő érkezik egy napon akkor helyhiány léphet fel, főleg, ha (quality

check) minőség ellenőrzés időigényes. Az is előfordul, nem tudnak jönni azonnal a műszaki osztályról ellenőrizni, hogy aztán elraktározása kerüljön a beérkezett termék.

-Fenntarthatóság, természetes alapanyagok használata. A csomagolási részlegen vettem észre, hogy sok csomagolóanyag megy feleslegesen a szemetesbe, amiért később meg fizet a vállalat, hogy eltűnjön a telephelyről. Azokat felaprítva lehet tömő anyagként használni csomagolások során.

-QC (quality check) időigényes és addig nem kiadható a termék, azonban nagyon fontos ez a folyamat.

Lehetőségek:

-Pályázati lehetőségek pályázat pl. Széchenyi Terv Plusz 2023-ban való részvétel.

-Technológiai fejlesztések: részt venni a kutatásokban, ezáltal előnyre szert tenni.

-Környezet védelem: globális elvárás, óvjuk meg élőhelyünket.

-Feladatok kiszervezése: azokat a feladatokat kiszervezni, amelyeket más vállalatok hatékonyabban látnak el.

-Szemelyre szabás: egyre nő az igény az egyediségre.

-Új piacra való belépés: megvizsgálni, melyik országban lehetne még megjeleníteni.

-Jogi környezet változásának figyelése: van-e olyan jogszabály változás vagy új rendelet, melyet a cég a saját javára fordíthat?

Veszélyek:

-Egy válság minden cég életében kiemelkedően nagy rizikó, főleg a Tracon Budapest Kft. számára, akik 155 fő munkaerőt alkalmaznak. Törekedni kell arra, hogy egy újabb válság esetén a cég fejlődése folyamatos maradjon és senkitől ne kelljen megválni.

-Munkaerőhiány: A munkaerő nagy kincs. Megfelelő felkészültségű dolgozót meg kell becsülni. Igazán nagy veszély lehet a fluktuáció. Nem minden pozíciót lehet leváltani robottal. A munkaerő pótlása időigényes és drága folyamat.

-Az utóbbi időben az alapanyag árak jelentős áremelkedést hoztak magukkal.

-Adórendszer változások: gyorsan változik a magyar gazdasági környezet, nehéz az alkalmazkodás. Magasak az adókulcsok. Nehezen lehet hosszútávra tervezni.

-Mivel unió kívüli országból érkezik az áruk nagy része, egy magasabb vámkulcs hatalmas plusz költség jelenthet. Nehezebb a szállítási időtartamot pontosan tervezni. Bizonytalansági faktor.

-Erősödő versenytársak: Egyre inkább erősödik a konkurencia, folyamatos kontroll alatt kell tartani őket. A marketing osztály sok időt szán erre a feladatra.

A könnyebb áttekintés miatt, táblázatos formában (3. táblázat) is megjelenítem a fentieket

3. táblázat SWOT elemzés

Forrás: Saját táblázat, 2023

SWOT-ELEMZÉS	Segítik a célok elérését	Gátolják a célok elérését
Belső tényezők	Erősségek (strengths) -30év tapasztalat -fejlesztése -hatalmas raktárkészlet -okos raktár -laboratórium -szakértelem -vezetők motiváltsága - csapatépítő programok -gyakornoki programok	Gyengeségek (weaknesses) -hely hiány egyes részlegen -kommunikáció javítandó -rendezettség hiány -csomagolóanyag hasznosítása

	-dolgozók továbbképzése -életút, karriertervezés -tanulmányi szerződések -tőkeerő -cél: elektromos gépjárműpark -terméklista bővítése	
Külső tényezők	Lehetőségek (opportunities) -innovatív fejlesztések -2023. pályázatok -interneten sok az információ -környezet védelem -feladatok kiszervezése -van igény a személyre szabásra -új piacra való belépés -jogi környezet változásának figyelése	Fenyegetések (threats) -vám -erősödő versenytársak -adók -dráguló munkaerő -magasabb beszerzési árak -magasabb szállítási díjak

4. A marketing eszközök jellemzése 4P szempontok alapján

A 4P modell a Tracon Budapest Kft. mindennapjaiban (Horváth,2010):

A marketing-mix elemei (McCarthy 1966) amit 4P rendszernek is hívunk:

- ✓ Product/ termék
- ✓ Price/ szerződéses kondíciók és az ár
- ✓ Place/ csatorna, ahol értékesítünk
- ✓ Promotion/ hogyan tudjuk az eladást ösztönözni

A termék (Product)

Jó terméket kell értékesíteni és az már fél siker. A Tracon Budapest Kft. több ezer terméket tart. A nagy- és kiskereskedők számára kisfeszültségű villamos készülékeket, alkatrészeket forgalmaz műszaki tanácsadással kiegészítve. A logisztika terület, ahol a termékeket elhelyezik, több, mint hétezer négyzetméter. (Vállalati belső adatok)

A csomagolás az első impulzus, ami éri a vásárlót így fontos szerepe van egy doboznak is. A technológiával haladni kell. Érdekesség, hogy a világon a Tracon Kft. az elsők között volt, aki örök garanciát biztosít a TDZ és EVOZ termékeire. (Facebook 2022.)

Árazás és árpolitika (Price)

A Tracon főként nagykereskedők részére értékesít. Négy ár csoport szint van jelenleg a Tracon Budapest Kft.-nél. Mit takar egy ár csoport szint?

Van egy alapár, ami 1-499 db termék darabszámig érvényes

Első szint 500-999 db- ig néhány százalékkal alacsonyabb az alapárnál

Kettes szint az egyesnél szintnél kedvezményesebb árat takar 1000-1999 darab rendelésig

Hármas szint pedig a kettes szinthez képest még kedvezőbb árat tartalmaz 2000 darab azonos termék megrendelése esetén.

Értékesítés és termékelhelyezés (Place)

A Tracon Magyarországon Kft. azok a kevesek közé tartozik, akiknek a webshopján 360 fokban megtekinthető a termékeik nagy része.

Egy alapszabály van, amit értékesítőként tudni kell. A viszonteladói businesst nem szabad rontani, az az viszonteladói ár alatt nem lehet adni. Mivel a vállalat első számú érdeke a nagy mennyiségben való értékesítés.

Átlagban 400-500 megrendelés érkezik egy munkanapon. (belső vállalati adatok 2023.)

Prioritás:

1. A személyesen jelen lévő vevő (a pultnál) a legfontosabb, kb. 30p várakozás után a rendelése lezáródik: vagy megkapja a terméket, vagy ha nincs a raktáron, akkor megrendelésre kerül neki a kívánt áru. Ellátják a szükséges információkkal, válaszolnak a kérdésekre, elmondják a folyamatot, informálják, hogyan veheti át a megrendelt darabot.

2. A fontossági sorrendben a jelen lévő vásárlót a leányvállalat megrendelése követi, azaz mikor jön érte a szállítmányozó.

3. Harmadik a budapesti megrendelések (melyeket másnap reggel szállítanak ki)

Tracon portál: Tracon portálnak nevezzük a felületet, ahová a megrendelések közvetlenül beérkeznek a webshopból. Ekkor kezdődik az értékesítők feladata a Tracon portálon belül. Értékesítőknek ellenőrizni kell, hogy ez a megrendelés már egy meglévő ügyfelektől érkezett-e vagy egy újtól. Ha egy újtól, akkor egy vevő kartont kell létrehozni, amiben a megadott adatait fel kell vinni a rendszerbe, hogy következő megrendelésen már az ő vevő kartonjára érkezzen így nagyobb legyen az automatizálás.

Minden ügyfélnek van egy vevő kartonja, amiben minden adata rendelkezésre áll: név, számlázási információk, adószám, fizetési határidő, irányítószám, telefonszám, üzletkötő kód kedvezmény, kapcsolattartó neve, fax, email.

Háromféleképpen veszik fel a Tracon Budapest Kft. munkatársai a megrendeléseket: webshopen, telefonon vagy e-mail-en keresztül.

Amikor webshopen keresztül érkezik a rendelés, azt a leggyorsabb kezelni, mivel az egyből a „Tracon portálra” jön. Csak az adatokat kell ellenőrizni esetleg módosítani, azt követően azonnal tudják tovább küldeni az igényeket a raktár felé.

A telefonos rendelést jellemzően az üzletkötők használják a nagyobb hatékonyság végett. Nekik van jogosultságuk nagyobb kedvezményt adni egyes ügyfelek számára. A kedvezmény érvényesítéséhez az értékesítőknek át kell állítani az árkedvezményt a rendszerben, hogy a megfelelő végösszeg kerüljön a számlára. A telefonos értékesítés, ahogy a nevében is benne van: telefonon érkeznek. Az értékesítők fogadják az ügyfelek hívásait. Az értékesítés csatorna ily módon nem automatikus, hiszen egy ember veszi fel a rendelést. Meg tudja gyorsítani a kiszállítást igény esetén. Nagyon fontos a munkaerő ebben az esetben, mert személyes

kapcsolatba kerül a vásárlóval. Legyen kedves, udvarias, tájékozott és gyakorlatias. Lehetőleg kellemes hangú és jó kommunikációs képességekkel rendelkező. A céget képviseli.

Az e-mail megrendeléseket főként a nagykereskedőktől kapja a cég. Ott a leggyorsabb kezelni az ilyesfajta rendeléseket, illetve a viszonteladók is ott intézik a rendeléseket. A nagykereskedők nagy mennyiségben vásárolnak egyedi áron. Hiszen ők még továbbadják a megvásárolt árut a végfelhasználó felé. Érdekes, hogy hogyan lehet ösztönözni a nagykereskedőket, hogy ennél a cégnél vásároljanak ne pedig a konkurenciánál. Lehet pl. a személyes ismertség okán, reklámajándékokkal vagy kedvezőbb ár kialakítással vagy minőségi termékekkel vagy gyors szállítással, kerekességgel, megbízhatósággal. Így visszatérő vásárlók lehetnek.

Az értékesítés legnagyobb része a webshopon történik.

Több csatornán hirdetnek: Facebook, Videós hirdetések, termékbemutatók, figyelemfelkeltő állványok a boltokban, Kioszk, Led táblák felirattal

Kihelyeznek az üzletekben termékeket vagy a kirakatban jelenítik meg őket vagy a bolt kijelzőjén. Pop up ablakok.

Promóció, reklámpolitika (Promotion)

Nagyon sok hirdetés van, nyomtatott vagy online formában is. Fő cél, hogy a reklámok által hatékonyabb legyen az értékesítés. Fel kell térképezni a megfelelő célcsoportot és személyre szabni a promóciót. Napjainkban sokan elutasítják a reklámokat, nem szabad tolnakodni, meg kell választani a megfelelő csatornákat.

5. A vállalatnál végzett munka rövid bemutatása. Azon képességek és készségek, amelyek elsajátítását, fejlesztését lehetővé tette a gyakorlat.

Szakmai gyakorlatomat 2023. február 1. és május 9. között a Tracon Budapest Kft.-nél töltöttem. Munkaidőmet tekintve hétfőtől péntekig 8:00-16:00-ig dolgoztam. Gyakorlatom legfontosabb tudnivalója, hogy nem csak egy osztályon töltöttem, hanem bejártam szinte az összes osztályt kezdve a marketingtől a beszerzésen át a raktárig.

Minden osztályon voltam így alaposan bele tudtam látni az adott osztály napi feladataiba. A legtöbb időt a marketing osztályon töltöttem.

A marketing részlegen megtanultam egyszerre kettő monitort rendeltetésszerűen használni így mára már az egy monitor nézése kissé szokatlan. Nagyon praktikus dolgokat lehet két monitorral csinálni, sokkal több lehetőség van.

A Marketing osztályon a stúdióban beleláthattam a 3D fotózásba kamerával. A kamera beállítását megtanulhattam és a kezelésénél, mikor melyik objektívet kell használni. Milyen fény beállítások vannak, softbox segítségével és mikor kell alkalmazni és mikor nem. Milyen szögben kell a terméket elhelyezni, hogy webshopban esztétikusan mutasson. A Foldio360 készülék A Foldio360 egy eszköz (amire, ha egy terméket rá helyezünk, akkor 360 fokban megforgatja a terméket és 24 vagy 36 vagy 48 fotót készít a forgatás alatt) kezelésének megtanulása. Hogyan teszünk egy terméket középre. Ez volt nekem a legnehezebb feladat, de végül sikerült a lényegét elsajátítani. A készüléket és a helyszínt a 2. *Ábra* szemlélteti.

2. Ábra

A Foldio360 készülék

Forrás: Saját fotó, 2023



A kamerával és a Foldio360 gép segítségével az elkészített fotókat megvágtuk a clipping magic programban. Ez azért szükséges, hogy a vásárló a webshopban 360 fokban meg tudja tekinteni az adott terméket. Mindehhez nekünk 36 fotó készítése szükséges, hogy ezt meg tudjuk oldani.

A clipping magic programban a nyers 36 darab fotót töltjük fel és egy AI a terméket körbe vágja és a háttérrel eltünteti. Nem minden esetben sikerül ezt megoldania, ezért minden nyers képet egyesével át kell nézni és ami nem sikerült megfelelően, azt javítani kell. Időigényes és nagy figyelmet igénylő feladat.

Mit csináltam még? Konkurencia elemzést kellett frissítenem egy excel táblázatban. Nyolc magyar piacon lévő vállalat összehasonlítását tartalmazta, különböző szempontok szerint. Social médiában mennyire aktívak? Hol mennyi követőjük van jelenleg? Milyen értékeléseket kaptak? Mennyi főt foglalkoztattak 2022-ben? Milyen nettó árbevétellel zártak?

Van e saját webshopjuk? Hány országban vannak jelen? Illetve kellett keresnem egy Európai Unión kívüli vállalatot, akik szintén ebben az iparágban dolgoznak és tőlük ötleteket szerezni, amiket a cég be tudna vetni. Milyen social media oldalakon vannak jelen? Mi a fő termékük? Van e saját weboldaluk? Minden szempontot kitölteni rá, ami az excelben szerepelt a magyar nyolc versenytárs mellett.

A megszerzett fotós tapasztalok után a termék videó készítés következett. Hogyan használjunk egy adott terméket és annak bemutatása. Az elkészített videó a Premier Pro alkalmazásban lesz véglegesítve: azaz megvágva, fényelve, színbeállítások, zene kiválasztása. Amint ezeken a folyamatokon keresztül ment az után lesz publikálva a különböző social media felületekre.

Megismerkedtem az általuk használt szoftverekkel, gépekkel, amelyeket folyamatosan fejlesztenek, használnak, és évről évre egyre jobban megkönnyíti a dolgozók munkáját. Összességében elmondhatom, hogy a Tracon Budapest Kft. munkatársai mind nagyon kedvesek és segítőkészek voltak, és a velük eltöltött idő alatt megpróbálták minél részletesebben bemutatni az általuk végzett munkaterületet. Úgy gondolom, hogy ez a gyakorlat több szempontból is hasznos volt számomra. Egyrészt betekintést nyertem egy több mint 10 milliárdos forgalmat bonyolító cég mindennapjaiba, és sokkal jobban átlátom egy ilyen szervezet működését. Másrészt pedig rengeteg hasznos információval gazdagodtam.

Hogyan működik a raktár? A raktárat a logisztika részlegen töltött napokon ismertem meg.

Beérkezés:

Kamionon érkezik a már vámolt áru a Dunakeszi telephelyre konténerben, ami kézi erővel kerül kirakodásra. Olykor nehéz fizikai munka a kipakolás, valamikor pedig óvatosságot igényel. Sok áru törékeny ebben az üzletágban. Kirakodást követően raklapokra kerülnek a termékek. Amint kiürült a konténer, jön a műszaki ellenőr és átveszi a beérkezett árut, azaz quality check-en megy keresztül. Minden megrendelt cikk megérkezett-e hiánytalanul, van-e bármilyen sérülés. Ha bármilyen eltérés pl. törés keletkezik, jegyzőkönyv készül. Időigényes folyamat és nagyon fontos része a beszerzésnek. Ebből sokat lehet tanulni és a gyenge pontokat megfogalmazni, majd fejleszteni azokat. Ha ez az egész lezajlott, akkor a puffer raktárba tárolják a megérkezett árukat és bevételezésre kerülnek. Ez az a pont, amikor a termék eladhatóvá válik. A hátsó palettás robot főként betárolásra lett létrehozva. A kisebb és

könnyebb termék nem a raklapon várja meg az eladást, hanem bekerül a palettás robotba. (3. Ábra) Ami egy puffer raktár a kisebb csomagoknak. (pl. kismegszakító, izzó). A hátsó palettás robot még több feladatot ellát, mint hibás rendelés visszatevése, marketing termékek kiadása, sima rendelés végrehajtása, ha az első robot leterhelt.

3. Ábra
A palettás robot

Forrás: Saját fotó, 2023



Fontosabb munkafolyamatok:

- robotkivételezés:

Adott lista alapján hozza le a robot az adott ládát, amiből a kisedő ki veszi a rendelési mennyiséget aztán a robot visszateszi az adott pozícióra a ládákat.

- kisedés:

A kisedés úgy zajlik, hogy van egy terminál, amire a műszakvezető az adott kisedő emberre rá bízta a munkát. Neki megérkezik az információ a terminálra, ami alapján a

kiszedést elvégzi. Amint készen van ezzel a feladattal, leteszi a kért terméket a kijelölt pozícióra és lejelenti, hogy készen van. Ezt követően tudja a csomagoló kolléga a csomagolást elkezdni

- csomagolás;

A kosárba rakott termékeket leszámoljuk a szállítólevél alapján. Ellenőrizzük, hogy minden megvan-e darabszámra. Kezdetét veszi a csomagolás. (4. Ábra) Először kartonba, majd amint dobozolva van, mehet az adott ország raklapjára.

4. Ábra

A csomagolás

Forrás: Saját fotó, 2023



Kioszk telepítése:

Az egyik nagy project a marketing osztály számára az idei évben a Kioszkok kiépítése. Érintőkijelzős monitorok, mediaboxok, állványok beszerzésével kezdődött a Kioszk project. Amikor megérkeztek a monitorok az IT részleg fejlesztett egy applikációt kimondottan a Kioszkra.

A Kioszk az az eszköz, ami a boltokban a várakozások során egy vevőt képes plusz vásárlásra ösztönözni vagy informálni azáltal, hogy a teljes termék palettát gyorsan és könnyedén áttekintheti. Illetve, ha egy vevői kérdés felmerül az értékesítő ezen az eszközön mutatja meg a vásárlónak. Már nem papír alapú katalógus van, környezetbarát. Kioszk állvány monitorral és a mediabox együttese. (5. Ábra)

5. Ábra
Médiaboxok

Forrás: Saját fotó, 2023



Médiabox telepítése:

Én végeztem a mediaboxok (típus: T9SZ plus android), telepítését, frissítését beüzemelését. Feladatom volt az adott ország nyelv beállítása és időzónájának megfelelő frissítés. A Tracon Kioszk applikáció feltelepítésénél ezen felül a távoli elérést is biztosítani kell.

Minden keletkezett probléma szinte azonnal orvosolható legyen a Dunakeszin lévő irodából. Erre egy anydesk applikációt kellett telepíteni és minden hozzáférést engedélyezni. Fontos volt az is, hogy kizárólag a Tracon Kioszk applikáció legyen ezen a mediaboxon, így az összes gyári applikációt törölni kellett.

Miért is jó a Kioszk:

- környezet barát (nincs több papír katalógus)
- modern (jobban felkelti a figyelmet)
- gyors, ami már elengedhetetlen, mert az emberek nem szívesen várnak
- a vásárló nem unatkozik várakozás közben
- mást is vásárol esetleg, mint amiért érkezett

2023. 05.06-án volt a Horvátországi leányvállalat huszadik születésnapja és erre az alkalomra kellett összekészíteni 250 db díjat. Amiket díszdobozba helyeztünk és eljuttatták a nyertesekhez.

6. Következtetések, javaslatok - saját ötleteim a kapott eredmények alapján.

Összegzés: Érdekesség volt a számomra, hogy egy ilyen nagy cégnél én vagyok az első gyakornok. Remélem sokan követnek majd engem, hiszen mindkét félnek jó lehetőség. Én sokat tanultam. Itt láttam először, hogyan készülnek a háromdimenziós képek. Ami különösen jó volt, hogy megmutatták a feladatokat, mit hogyan kell csinálni és miért. A diák több részleget és feladatkört megismerhet, míg a cég a későbbiekben olyan munkaerővel gazdagodhat, aki alaposan ismeri a vállalatot.

Két opciót javasolnék a gyakornokokkal való együttműködésre:

A: adott tanulót tanulmányi szerződéssel arra a részlegre helyezném, ahol majd elhelyezkedne véglegesen, illetve amilyen szakirányon tanul.Pl., aki marketing szakirányt választott az egyetemen, őt a marketing osztályra tenném, hiszen az elméleti oktatáson túl, mindent a gyakorlatban megtapasztalhat. Így azt a területet nagyon jól ismerné.

B: kiválasztanék/ kiemelnék néhány diákot, aki nagyon jól végzi a munkáját és a cég iránt elkötelezett, hogy a többi részlegen is tölthet gyakorlatot. Így az egész folyamatot jól ismerő szakembereket képeznék, akik nem csak a részfolyamatokat látják át. Az egész cég tevékenységét ismernék, így a döntéshozatalnál több részleg érdekeit tudnák figyelembe venni és optimális eredményre jutunk.

Mindkét esetben a gyakornokhoz rendelnék mentorokat, akik nyomon követnék a tanulók előmenetelét. Esetleg a tanulmányaikkal szinkronban, de ezt nehéz kivitelezni, hogy amit éppen tanulnak, azt a folyamatot csinálják a munkahelyen is. Ehhez segítség lenne egy egész éves ütemterv készítése.

Mérföldköveket állapítanék meg, például kéthavonta összeülne a mentor és a diák beszélgetni, ahol a diák visszacsatolhat, mi a véleménye, mit lehetne esetleg máshogy vagy jobban csinálni. A mentor pedig értékelné a diák munkáját, hogy mit tett helyesen és miben hibázott. Így mindkét fél fejlődik.

Amit javasolnék még, hogy készüljön minden terület munkájáról folyamatábra. Ami tartalmazza, melyik részleg pontosan mely feladatokat lát el, hol helyezkedik el térben és ki a felelőse név szerint. A logikai sorrend felállítását a céget jól ismerő szakemberre/ szakemberekre bízám.

A területek folyamatábráját (különös tekintettel az áru útjára) egy nagyvállalati térképen szemléltetném. Ez a diagram szemléltetné a vállalat működését. Az új munkavállalóknak, de a jelenlegi munkatársaknak is segítséget nyújtana, melyik kérdésben ki a kompetens. A feladatok így átláthatóbbá válnának. Könnyebb megérteni a folyamatokat a rajzok, nyilak, szimbólumok által. Én is vizuális típus vagyok, szeretem a jól áttekinthető informáló táblákat.

7. Irodalomjegyzék

Referenciák:

Horváth Á. (2010): Marketing, Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő.18.oldal

Online referenciák

<https://360-marketing.hu/blog/marketing-mix/> Letöltve: 2023.május 12.

https://cdn.traconelectric.com/static/images_original/CMS/2022/epulet1_new.jpg Letöltve: 2023.május 11.

https://e-beszamolo.im.gov.hu/oldal/beszamolo_kereses Letöltve: 2023.május 7.

<https://privatbankar.hu/cikkek/kkv/a-simlisek-rovid-tavra-terveznek-komoly-siker-es-cegek-viszont-evtizetekben-gondolkodnak-252096.html> Letöltve: 2023.május 8.

<https://shop.traconelectric.com> Letöltve: 2023.április 7.

<https://www.ceginformacio.hu/cr9310135517> Letöltve: 2023.május 2.

<https://www.facebook.com/TraconElectricHU/videos/300323892115905/> Letöltve: 2023.május15.

<https://www.instagram.com/traconelectric/?hl=hu> Letöltve: 2023.május 7.

https://www.youtube.com/watch?v=pI7wkAHTe_Q Letöltve: 2023.május 9.

<https://www.vled.hu/blog/ulbricht-gomb> Letöltve: 2023.május 12.

Táblajegyzék:

1. táblázat A Tracon Budapest Kft számadatai (Éves Beszámoló)	3
2. táblázat Egy főre eső árbevétel nagysága (Belső vállalati adatok)	5
3. táblázat SWOT elemzés (Saját munka).....	13

Ábrajegyzék:

1. Ábra Tracon Budapest Kft.logója (A cég honlapja).....	7
2. Ábra A Foldio360 készülék (saját fotó)	19
3. Ábra A palettás robot (saját fotó).....	21
4. Ábra A csomagolás (saját fotó).....	22
5. Ábra Médiaboxok (saját fotó)	23