Internet és plakát

A hazai plakátpiac meglehetősen zilált képet mutat egy egyszerű vásárlónak. Egy-egy ajánlatkérésre, megkeresésre olykor a legkülönbözőbb típusú és formájú válaszokat kaphatja a megrendelő, ami a hirdető szempontjából nem feltétlenül előnyös. A médiavásárlók és optimalizálók természetesen kiismerik magukat a piacon, ám még maguk a plakátosok is gyakorta panaszkodnak a médiavásárló cégek „túlerejére", hiszen felületeik háromnegyedét ugyanaz a három cég vásárolja fel. Az üzleti kommunikáció megkönnyítésére, illetve a specialisták túlsúlyának részleges csökkentésére már több megoldás is létezik, igaz, ezek nem feltétlenül ugyanolyan mélységben avatkoznak be az ügymenetbe. Az alábbiakban három internetes/hálózati megoldást mutatunk be.

e-Plakát

Nem kevesebbre vállalkozik az Eastron Kft. által kifejlesztett e-Plakát rendszer, mint az összes magyarországi óriásplakát és citylight naprakész nyilvántartására és értékesítésére. A rendszer, amellett, hogy jelentősen megkönnyíti az üzleti kommunikációt, arra is jó lesz, hogy általa a vásárlók számára tervezhetőbbé, kiszámíthatóbbá váljon a piac – állítja Peredi János, az Eastron ügyvezető igazgatója. A szoftver fejlesztésekor a cél az volt, hogy egy, a plakátpiac szereplőitől teljesen független rendszert hozzanak létre, amelyhez bárki hozzáférhet, bizonyos előfizetési díj kifizetése esetén. A szoftver, azontúl, hogy nyilvántartja és frissíti a hazai óriásplakát-kínálatot, értékesítésre is alkalmas, a fejlesztők elképzelése szerint a rendszer felhasználói gombnyomással szerződhetnek is.
A fals szerződések, illetve a megrendelések nem teljesítésének kivédése érdekében a rendszer minden felhasználójával szerződést kötnek. További védelmet jelenthet a szakmának, hogy a rendszerből a végfelhasználók teljesen ki lesznek zárva, abban csak a médiatulajdonosok, a specialisták, ügynökségek, illetve a médiavásárló cégek vehetnek részt. Az elképzelések szerint a rendszerben kötött minden szerződés a hagyományos szerződésekkel lesz egyenértékű, így azok megszegésekor is hasonló szankciókra kell számítani. A rendszer automatikusan készíti a szerződéseket, az adminisztrációt, sőt, az esetenkénti szezonális, mennyiségi, ügyfél- és kampánykedvezményeket is kiszámolja.
Az e-Plakát azonban még a mai napig nem működik, habár már több mint egy éve készen van és bevethető lenne. Ennek oka Niklai Péter szerint az, hogy a szakmával nagyon sokáig tart az egyeztetés. A Magyar Közterületi Reklámszövetség volt főtitkára javasolta az Eastron Kft.-nek az elektronikus plakátpiac fejlesztését, melynek munkálataiban személyesen is részt vett. Véleménye szerint sarkalatos pont a nyilvántartás, hiszen egyik médiatulajdonos sem adja oda teljes listáját anélkül, hogy megbizonyosodna arról, az adatok jó kezekbe kerülnek. Ha bárki kedvére válogathat egy cég teljes nyilvántartásában, az jelentősen ronthatja a cég alkupozícióját, amit természetesen a felülettulajdonosok nem engedhetnek. Niklai Péter szerint azonban ettől nem kell félni, hiszen a szoftver egy optimalizáló programmal együttműködve automatikusan válogatja le a táblákat, és azok közül csak a felhasználó számára legkedvezőbb halmaz válik láthatóvá, így védve a médiatulajdonos érdekeit.

NetTI

Egy másik, még nem üzemelő üzleti kommunikációs megoldás a Recomp Rt. fejlesztése, a NetTI (Network Trading Interface). A NetTI elsősorban nem e-kereskedelmi szoftver, célja inkább az ügymenet egységesítésével, optimalizálásával gyorsabbá, kiszámíthatóbbá tenni az üzletkötést, mondta el Szabó Tamás, a ReComp Rt. informatikai igazgatója. A NetTI fejlesztésekor nem akartak egy mindent átfogó és nyilvántartó rendszert létrehozni, hiszen tisztában vannak azzal, hogy a szakma húzódozása miatt ez lehetetlen. Az igazgató úgy látja; senki sem fogja kiadni a kezéből nyilvántartását, hiszen azzal jelentősen ronthatja üzleti pozícióit, főleg, ha azt nemcsak a felhasználók, hanem a konkurensek is láthatják. Emiatt egy olyan módszert kellett kidolgozni, amelyben a cégeknek nem kell kiszolgáltatniuk adataikat, a vásárlók azonban mégis gyorsan és egyszerűen ajánlatot kaphatnak.
A ReComp fejlesztői ezt úgy oldották meg, hogy az ügyfél egy részletes adatlap kitöltésével jelezheti igényeit, amely adatlapot a médiacégeknek megküld. A médiatulajdonoshoz beérkező adatlap tulajdonképpen ajánlatkérésnek minősül, amely kérésen minden paraméter szerepel, amit ajánlatadáshoz tudni kell. A felületgazda a saját rendszeréből tudja elkészíteni az ajánlatot a nyilvántartás segítségével. A NetTI elvileg bármely nyilvántartó rendszerrel kompatibilis lehet, a ReComp szakemberei vállalják a megfelelő illesztőmodulok megírását. (A ReComp nyilvántartójával, a NetMasterrel természetesen kompatibilis a szoftver.) Az elkészült ajánlatot a szoftver továbbítja a megrendelőhöz, akinek már csupán ki kell válogatnia belőle a számára megfelelő felületeket. A felhasználó a megfelelő táblákat megrendeli, amely megrendelésről a tulajdonos értesítést kap. A megrendelés teljesítése vagy elutasítása természetesen a médiatulajdonos döntésén múlik.
Az egységesítés jegyében az ajánlatkérés és elfogadás e-mailben történik, amit már a legtöbb cég elfogad, mint hiteles és biztonságos közvetítési módot. Az e-mailt szintén a rendszer generálja, mind a vevő, mind az eladói oldalon, kitöltésükhöz csupán a szükséges adatok megadása (táblaszám, helyszín, lekötési idő stb.) szükséges. Szabó Tamás fontosnak tartotta megjegyezni, hogy a NetTI nem a vevők, hanem az eladók oldaláról szemlélte a kérdést. Elsődleges szempont volt, hogy a médiatulajdonosok érdekei ne sérüljenek. Ennek megfelelően nem létezik egy központi adatbank, ahol minden cég adatai megtalálhatók, s a cégek döntik el azt is, ki lehet felhasználója a rendszernek. Természetesen a biztonságot a médiacégeknek kell megfizetniük, a vásárlók felé ingyenes a szolgáltatás. A rendszer jelenleg még nem működik élesben, „csak" két médiavásárló cég használja az egymás közötti üzletelés megkönnyítésére.

Netplakát

Hasonló, de egészen más problémára kínál megoldást az egyetlen üzemelő on-line plakátszolgáltatás, a Netplakát. A rendszer a korábbiaktól eltérően nem egy nagy cég plakátozással foglalkozó kis rendszere, hanem

egy külön erre a célra létrejött vállalkozás fejlesztése. A Netplakát egyszemélyi tulajdonosa és üzemeltetője, Németh Antal a Plakatívnak nyilatkozva elmondta, hogy nem volt egyszerű a rendszer létrehozása és beüzemelése, hiszen a szakma a mai napig idegenkedik az internetes megoldásoktól. Ennek ellenére a rendszer 2001 márciusa óta sikeresen működik.

Az alapkoncepció egy kereshető, felhasználóbarát adatbázis létrehozása volt, amelyben bármely plakátozással foglalkozó cég fellelhető a grafikai stúdióktól egészen a felülettulajdonosokig. Németh Antal szerint hazánkban sok adatbázis létezik, ám ezek nehezen kezelhetőek, és nem teljesen nyilvánosak, így a felhasználók zöme ki van zárva a szolgáltatásból. A Netplakát elindításakor is az volt a cél, hogy teljesen felhasználóbarát, könnyen kezelhető felületet hozzanak létre, ami sikerült is. A rendszerbe való felvétel minden cégnek teljesen ingyenes, egy adatlap kitöltésével bárki regisztráltathatja magát vagy cégét. A rendszer használata, a keresés, illetve a visszakeresés már pénzbe kerül, havi átalánydíjat fizetnek a felhasználók. A Netplakát jelenleg jutott el arra a szintre, hogy önjárónak lehet nevezni, a cégtulajdonos szerint ebben az évben már nullszaldós a vállalkozás, ami egy év kifutási idő után jó teljesítménynek mondható.

Egy egyszemélyes cég esetében meglepőnek hat, hogy a szoftver teljesen saját fejlesztés, nem vásárolt modulokból van kialakítva. Ez talán annak tudható be, hogy a cégvezető évek óta foglalkozik szoftverfejlesztéssel, korábban más hasonló rendszerek készítésében is közreműködött. Mint elmondta a fejlesztés jelen pillanatban is folyamatos, egyre újabb és újabb modulok kerülnek az alapszoftver mellé, ezzel is folyamatosan bővítve a szolgáltatást.

A jelenlegi állás szerint körülbelül 500 cég adatai érhetőek el az adatbázisból, ami folyamatosan bővül. Azt azonban a cégvezető fontosnak tartotta megjegyezni, hogy hazánkban még nem túl nagy a bizalom a hasonló rendszerek iránt, így inkább az a jellemző, hogy a cégek csupán ismerkednek a rendszerrel. Ennek ellenére már most kötnek üzleteket a Netplakát segítségével, folyamatosak az árajánlatkérések, a már regisztrált cégek kezdik látni a szoftver jó oldalát is. Az is előfordult már, hogy a Netplakáton keresztül Romániából, vagy Belgiumból érkezett ajánlatkérés, a megkeresett cég nem ki örömére. A Netplakát tehát nincs halálra ítélve, olyannyira nem, hogy egy esetleges angol, illetve német nyelvű verzió is elképzelhető a közeljövőben.

Összeállításunkat készítette:
Kiss Gábor

Fő cél az elmaradott területek

Netpavilonok a Balatonon és országszerte

A Balaton környéki települések közül az első 11 helyen felállított netpavilon sikeresen működik, és a budapesti Vidámparkban, illetve Szentesen felállított pavilonokat is újabbak követik majd. A foci világbajnokság alatt a Skála Áruház parkolójában felállítottak egyet, óriási sikerrel. A világháló az utcán magyar szabadalom, Molnár László és Szarvas József találmánya. Európában nincs ilyen, sőt, az USA-ban sincs hasonló, habár kísérleteznek a megoldással.

A remek ötletre alapították meg januárban a Citynetpoint Kft.-t, melynek célja egy országos hálózat kialakítása, különös tekintettel az elmaradott területekre. Szeretnének a minisztériumokkal tárgyalni, hogy támogatást nyerjenek a netpavilonokhoz, így a kis településeken szerény anyagi körülmények között élők is hozzáférhetnének a világhálóhoz.

A pavilonok bárhol felállíthatók, a világhálós kapcsolatot bérelt vonal biztosítja. Az éjjel-nappal működő pavilonba chipkártyával lehet bejutni. A feltalálók által kifejlesztett kártya 3000 forintért kapható, amelyen 6 órás internethozzáférés van. Ha lemerül, 2000 forintért újból feltölthető – tájékoztatott Szarvas József, a kft. műszaki igazgatója.

A pavilon 8,25 négyzetméter, négyszer akkora, mint egy telefonfülke, két internetterminál található benne egymástól teljesen szeparáltan. Így a hálón lógók nem zavarják egymást. A pavilonon kívül és belül egyaránt reklámfelületet alakítottak ki, lehetőséget nyújtva a hirdetőknek, hogy a célzott közönséghez juttassák el termékeiket. Nemcsak az önhordó vasszerkezet, hanem a klaviatúra is vandálbiztos, az üvegfelület törhetetlen polykarbonátból készült. Az 5 millió forintos netpavilon teljes felszerelésére védelmi rendszert építettek ki. Még azt is figyelik, hogy éjszaka működik-e a reklámfelület. A jelzések egy operációs központba futnak be, ahol azonnal intézkednek.

A fővárosban is folynak tárgyalások a kerületi önkormányzatokkal a netpavilonok felállításáról. Az elképzelések szerint egy ötéves szerződés keretében az önkormányzat ingyen biztosítaná a területhasználatot, cserébe a cég nem kérne pénzt a pavilonért. A cég bevételei a chipkártyákból, valamint a reklámfelületekből származnak. Szarvas József szerint ötéves megtérülésre számítanak. Európában is szeretnének terjeszkedni, az elképzelések szerint franchise rendszerben.

Keresztes Eszter