

Budapesti Corvinus Egyetem

Élelmiszertudományi Kar

Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék

szakfelelős tanszék

Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék

szakdolgozat készítés helye

Ignácz Tibor János

Hallgató neve

Szak: Pálinkamester szakirányú továbbképzési szak

A szakdolgozat címe: Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra Reklámkampány 2015

A fenti cím alatti dolgozatban az alábbi témakörök kidolgozása szükséges:

1. Marketing koncepció , kapcsolati marketing
2. Reklám kampány tervezése
3. Reklám kampány elemei
4. Kérdőívek kiértékelése
5. Összefoglalás

Témavezető (név, beosztás): Dr. Kasza Gyula , egyetemi docens

Tanszéki felelős, külső témavezető esetén (név, beosztás):

szakdolgozat készítés helyének vezetője

szakfelelős

Tartalomjegyzék

1.Bevezetés.	2.
2.Szakirodalom áttekintés.	3.
2.1.Marketingkoncepció , kapcsolati marketing.....	4.
2.2.Marketingkommunikáció és eszközrendszere.....	5.
2.2.1.Reklám.....	6.
2.2.2. Eladásösztönzés.....	7.
2.2.3. Direkt Marketing.....	8.
2.2.4. Személyes értékesítés.....	9.
2.2.5. Közönségkapcsolatok (Public Relation).....	10
2.3. Kommunikáció tervezésének lépései.....	11.
2.3.1. A célközönség meghatározása.....	12.
2.3.2. A kommunikációs célok meghatározása.....	13.
2.3.3. A kommunikációs meghatározása.....	14.
2.3.4. A csatornák kiválasztása.....	15.
2.3.5. A kommunikáció költségvetés elkészítése.....	16.
2.3.6. Döntés a médiamix összetételéről.....	17.
2.3.7. Az eredmények mérése.....	18.
2.3.8. Integrált marketingkommunikáció irányítása.....	19.
3. A kutatás célja : A Pálinka Manufaktúra Reklámkampány tervezése.....	20.
4. A kutatás módszertana és a minta.....	20
4.1. A célközönség meghatározása.....	21.
4.2. Kommunikációs célok meghatározása.....	22.
4.3. A kommunikációs üzenet meghatározása.....	23.
4.4. A kommunikációs csatorna kiválasztása.....	24.
4.4. 1. Személyes kommunikációs csatorna.....	24.
4.4. 2. Nem személyes kommunikációs csatorna.....	24.
4.5. A kommunikációs költségvetés elkészítése.....	25.

4.6. Az eredmények mérése.....	26.
5. Kutatási eredmények és értékelésük.....	27.
5. Kérdőívek kiértékelése.....	28.
5.1. Válaszok dinamikus kiértékelése.....	29.
5.1. 1. A bérfőzetők személyes adatainak a kiértékelése :1. , 2. , 3. kérdések.....	30.
5.1.1.1. Szellemi munkakörben dolgozók válaszai.....	30
5.1.1.2. Fizikai munkakörben dolgozók válaszai.....	30
5.1.1.3. Női bérfőzetők válaszai.....	30
5.1.1.4. férfi bérfőzetők válaszai.....	30
5.1.2. A bérfőzet bérfőzési szokásaira vonatkozó kérdések : 4. , 5. , 6. kérd.....	31.
5.1.3. Bérfőzetői elégedettségi kérdések : 7. , 8. , 9. , 10. , 11 . kérdések	32.
5.1.4. Ön használ-e adalékanyagokat a cefrőzés során ? 12. kérdés	33.
5.1.5. Miben fejlődjön tovább cégünk ? 13. kérdés	34.
5.1.6. Cefrőzési tudását önzetlenül átadná-e másoknak ? 13. +1 . kérdés	35.
6. Rádiós reklám tevékenység szükségessége.....	36.
6.1.Rádióreklám tartalma.....	37.
6.1.1. Reklámspot.....	37.
5.1.2. Telefonos játék.....	37
6.1.3. Reggeli beszélgetős rádió műsor.....	37
7. Direktmarketing.....	37
8. Szponzorizáció , társadalmi szerepvállalás.....	37
9.Összefoglalás.....	37
Irodalomjegyzék.....	38.
Mellékletek.....	38.
Ábrajegyzék.....	38
Táblázatok jegyzéke.....	38
Hanganyag jegyzéke.....	38
Szerzői Nyilatkozat.....	39.

1.Bevezetés

A Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra Békés-megye északi részében a Körösök völgyében, Gyomaendrődön találják meg a bérfőzetők. Egyelőre 100%-ban csak bérfőzési tevékenységet folytat a pálinkafőzde 2012 szeptember 03.-ai megnyitása óta. Feleségemmel és négy pálinkafőző mesterrel igyekszünk a bérfőzetők igényét kielégíteni. A bérfőzési tevékenységet szezonális jelleggel végezzük július elejétől a következő év márciusáig 24 órás folyamatos műszakokban. Ebben az időszakban csak a karácsonyi kettő hetes leállás alkalmával van bezárva az üzemünk. Távlati terveink között szerepel a környező földterületeinken gyümölcsös telepítése majd hosszú távon saját Gyomaendrődi márka létrehozása.

Cégünk a modern kor kihívásainak megfelelően folyamatosan új szolgáltatásokkal jelenik meg a régiókban amelyek révén folyamatos kapcsolatot tartunk bérfőzetőinkkel. Ez a folyamatos kapcsolattartás építi fel a cég hosszú távú image-t , építi ki a kölcsönös bizalmat a partnereiben. Újabb és újabb szolgáltatási elemek kifejlesztése lehetővé teszi hogy a vevők hatékonyabban tudják erőforrásaikat kihasználni.

A reklám kampány segítségével felhívjuk a figyelmet a fejlesztéseinkre ezzel a régi partnereink érdeklődését fenntartjuk , párhuzamosan újabb partnerek érdeklődését válthatjuk ki cégünk iránt.

A fejlesztési elképzeléseink szorosan kapcsolódnak a vevői igények kielégítésére. Bérfőzetőinknek 2-3 hónapos várakozási idővel kellett számolniuk a múltban amely hosszú távon komoly vevőkör elvesztését eredményezheti. A hosszú várakozási idő a gyümölcscefrék minőségi állapotára sincs jótékony hatással , ezért a gyors kifőzés automatikusan a pálinkák minőségének emeléséhez vezethet.

Mivel cégünk „filozófiájának” első helyén a minőség áll , ezért az új 450 liter-es főzősor „hadrendbe” állítása hozzájárul ezen cél eléréséhez.

Tehát adott a feladat : egy jó reklámkampány segítségével a bérfőzetőinkhez eljuttatni azt a pozitív információt hogy a hosszú várakozási idő a múlt-é , akár 3 héten belülre is kerülhet a várakozási idő ami automatikusan a bérfőzött pálinka minőségi javulását hozza magával.

Reklámkampányunk során a marketing kommunikáció eszközrendszerének mi most több elemét használjuk fel. Ezekkel az elemekkel nagy tömegeket tudunk megszólítani amelyeknek a nagy elérési szám a mozgató rugója.

A reklám kampány mottója: „Maximális sebességgel a csúcsmínőség felé”

Ez arra utal, hogy minden erőforrásunkat a fejlesztéseinkre összpontosítjuk és egyetlen cél lebeg előttünk a prémium minőségű pálinka előállítása.

Dolgozatomban végigkísérem a fejlesztési elképzelések megvalósítását a tervezéstől az utólagos értékelésig. Ezt a nagyon is gyakorlatias folyamatot igyekszem tudományos eszközökkel előkészíteni és elemezni, amely során kipróbálhatom a Corvinus Egyetemen tanult módszereket is.

2.Irodalmi áttekintés

2.1.Marketingkonceptió , kapcsolati marketing

Mivel cégünk egy szolgáltatási szektorban – bérfőzési - működik, ezért a siker záloga a bérfőzők szükségleteinek a megismerése majd a konkurenciánál hatékonyabb kielégítése. Cél a bérfőzőinkkel olyan szoros kapcsolat kialakítása amely nem csak az évenkénti egyszeri bérfőzési időpontról szól, hanem kapcsolatot létesítünk az interneten, a szakmai napokon, a pálinkafesztiválokon, nyílt napjainkon, stb. Ez a szoros kapcsolat alapozza meg a vevőlojalitást cégünk irányába. Cél minél több elkötelezett bérfőző megnyerése akik meggyőződésből, önkéntesen reklámozzák cégünket. Elképzeléseimet a marketingtudomány által széleskörűen alkalmazott módszerekkel kívánjuk megalapozni.

2.2.Marketingkommunikáció és eszkörendszer

Marketingkommunikáció alatt a cégek általában a tájékoztatásra a meggyőzésre és emlékeztetésre felhasznált közvetett vagy közvetlen eszközöket értik. A hirdető az üzenetét ezen eszközök segítségével továbbítja a célcsoporthoz .

Kommunikációs-mix elemei

A kommunikációs eszközök jelen korunkban a lehetőségek széles táráat kínálják a hirdetőnek reklámok, személyes eladások, vásárlás ösztönzések valamint Public Relation formájában . (Kotler, 1999)

2.2.1.Reklám

A reklám olyan a fogyasztók felé irányuló közlés , tájékoztatás amely a termék vásárlására ill. szolgáltatás igénybevételének előmozdítására irányul . A fogyasztók széles köréhez elér de csak egy része viselkedik aktívan a találathoz. Minél nagyobb tömegeket ér el annál nagyobb a valószínűsége a találatok számának. (Temesi és Kasza , Budapest 2014)

A reklám célja alapján lehet :

- bevezető reklám
- emlékeztető reklám
- megerősítő reklám és*
- tájékoztató reklám.*

Gyakran a marketing kommunikációs eszközöket a szerint csoportosíthatjuk hogy a klasszikus vonal alatti ATL (Above The Line) vagy az újabb vonal alatti BTL (Below The Line) kommunikációhoz tartoznak-e. :

ATL eszközök tömegmédiához tartoznak:

- nyomtatott sajtó*
- szabadtéri eszközök
- rádió , televízió , mozi , internet.*

BTL eszközök közé tartoznak:

- direkt marketing*
- vásárlásösztönzés (Sales Promotion)
- vásárok , kiállítások*
- nyomtatványok , prospektusok*
- szponzorálások
- közönségkapcsolatok (PR)*

2.2.2. Eladásösztönzés

Gyors eredményt érhetünk el a forgalomművekedés terén az eladás helyén közvetlen a vásárlóknak . Ezek például a kuponok , játékok , pontgyűjtő akciók , ajándékok . A másik típusú ösztönzés a kereskedő forgalomarányos díjazása , ajándékozása. A kereskedő az árut jobban pozícionálja az üzletben , valamint személyesen is részt vesz a vásárlói döntés végső fázisában.

2.2.3. Direkt Marketing

Közvetlen kommunikáció a vevőkkel amelynek végén a vásárlás lehetősége is fenn áll. Ilyen például a direkt levél , E-mail-ek , *hírlevelek* , katalógusok. A direkt marketing saját adatbázist állít össze annak érdekében hogy a terméket minél gyorsabban és közvetlenebb módon ajánlja fel vásárlásra a fogyasztónak.

2.2.4. Személyes értékesítés

Az eladók képviselik ez esetben a márkát így a siker záloga az eladó felkészültsége meggyőző képessége. Közvetlen kapcsolat alakul ki az eladó és a vevő között amely egy sikeres kommunikáció esetén egy hosszútávú kapcsolat kezdete is lehet.

2.2.5. Közönségkapcsolatok (Public Relation)

A reklám a közvetlen befolyásolás eszköze míg a PR közvetett módon hat a célcsoportra és hosszú távon fejti ki forgalomművelő hatását. A PR tevékenységet elsősorban az üzenet célpontjába tartozók szerint csoportosíthatjuk:

-külső PR eszközök:

- *nyílt napok , konferenciák ,*
- vevőtalálkozók , szakmai napok
- szponzorálás , *mecenatúra,*
- sajtótájékoztatók , *újságcikkek*
- prospektusok*
- PR filmek
- vállalat arculati eszközök
- vevőszolgálat

-belső PR eszközök:

- céges újság , intranet
- vállalati rendezvények , *karácsonyi ünnepség.*
- vállalati jubileumi ünnepségek
- belső , külső képzések*
- tanulók képzésében való részvétel

A PR speciális területe a Corporate Identity (CI) azaz a vállalat személyisége. Ezt az arculatot tudatosan alakítja a cég , az imázs viszont a benyomások és elképzelések összessége alapján alakul ki .

Arculat elemei lehetnek pl.:

- logó , betűtípus, céges papír, védjegyek, egyenruhák , stb.
- céges gépkocsipark , ajándéktárgyak , naptárak , stb.

Imázs fajtái tárgya alapján:

- termék image
- márka image
- vállalati image

2.3. Kommunikáció tervezésének lépései

A sikeres kommunikáció meghatározása KOTLER és KELLER (2006) szerint nyolc lépésből áll:

2.3.1. A célközönség meghatározása

Minden cégvezetésnek el kell dönteni milyen piaci pozíciót szeretne betölteni. Ez a döntés már önmagában lekorlátozza a fogyasztók körét. Nem célunk a piac összes résztvevőjét megszólítani csak a számunkra fontos csoport megszólítása lényeges számunkra. Ez a szegmentálás már egy olyan célközösséget alkot akik részére egységes, érthető kommunikáció sikerre vezethet.

2.3.2. A kommunikációs célok meghatározása

A célcsoport kiválasztása után ezen csoport igényeit , vágyait szeretnénk az általunk kívánatosnak vélt irányba terelni. Miután felkeltettük az érdeklődésüket könnyebben meghozzák döntéseiket.

2.3.3. A kommunikáció meghatározása

Minden egyes hirdetésnél érdemes betartani az AIDA modellt. (Temesi és Kasza , 2014) :

- Figyelemfelkeltés (**A**ttention)
- Érdeklődéskeltés (**I**nterest)
- Vágy keltése (**D**esire)
- Cselekvésre való felszólítás , emlékeztetés (**A**ction)

Az üzenet meghatározásánál a következő kérdésekre kell választ kapnunk:

- 1.Mit mondjunk ?
- 2.Hogyan közöljük a mondanivalót ?
- 3.Ki mondja mindezt ?

2.3.4. A csatornák kiválasztása

Kotler és Keller (2006) szerint a személyes és a nem személyes kommunikáció között kell választanunk .

- személyes kommunikáció lehet a területi képviselő, független szakértői eladók, szomszédok, barátok, más néven „szájreklám”
- a nem személyes kommunikáció lehet, reklám eszközök, nyomdai sajtótermékek, televízió, rádió, elektronikus utcai plakátok stb. Itt találhatunk még a vásárlók ösztönzését szolgáló termékmintákat, kuponokat, valamint a kereskedők, értékesítők ösztönzésére szolgáló eszközöket.

2.3.5. A kommunikáció költségvetés elkészítése

Itt a vállalatok a következő lehetőségek közül választhatnak:

- lehetőségarányos módszer
- forgalomarányos módszer
- versenyparításos módszer
- cél-feladat módszer

2.3.6. Döntés a kommunikációs mix összetételéről

Kotler és Keller (2006) szerint a következő szempontokat kell figyelembe venni:

- termékpiacon jellege, az hogy milyen termékünk, szolgáltatásunk van döntően befolyásolja melyik eszközt kell előnybe részesítenünk.
- toló vagy húzó stratégia, ha a vállalat a toló stratégiát helyezi előnybe akkor a személyes értékesítésen van a hangsúly, ha húzót akkor sok reklámot és fogyasztói meggyőzést használ.
- a vásárlásra való hajlandóság szintén befolyásolja melyik kommunikációs eszköz hatékony
- az hogy a termékgörbe mely szakaszában vagyunk szintén fontos szempont. Az életgörbe elején minden eszközt érdemes bevetni a sikeres piaci bevezetés szempontjából. A növekedési fázisban fontos a pozitív szájreklám. Amikor eljutunk az érettségi szakaszba ott ismét minden eszköz hatékonyan bizonyulhat. A termék hanyatlásakor jönnek jobban elő az értékesítési-ösztönzési tevékenységek.

2.3.7. Az eredmények mérése

Egy jó marketing kommunikációnál nem maradhat el a kiértékelés. Ez mutatja a kommunikáció sikerességét, vagy esetlegesen a sikertelenségét. Mit érdemes vizsgálni: Hányan ismerték meg a termékünket, nekik mi volt a döntő érv hogy termékünk.

2.3.8. Integrált marketingkommunikáció irányítása

Ez alatt olyan tervezési koncepciót értünk amely elismeri a különféle kommunikációs tervek stratégiai szerepét és ezek összehangolásával egy következetes kampányt dolgoznak ki.

3. A kutatás célja: a Pálinka Manufaktúra Reklámkampány tervezése.

A reklámhatás mindazon érdeklődések összessége, amely a reklámozás következtében a bérfőzetőinkben a szolgáltatásaink iránt keletkezik

A reklámkampányunk során több célt is kitűztünk magunk elé :

-a legfontosabb célunk az volt hogy a régióinkban az ismertségünket tovább növeljük, ezáltal újabb és újabb bérfőzetőket nyerjünk meg vállalkozásunknak ami majd az őszi szezonban remélhetőleg tetten érhető lesz.

-további célunk az volt, hogy a kérdőívek segítségével megismerjük jelenlegi partnereink véleményét, bérfőzési szokásaikat. Választ kapjunk milyen jobbító javaslataik vannak főzdénkkel kapcsolatosan.

-reklámkampányunkkal szeretnénk hozzájárulni a cégről kialakult pozitív image további erősítéséhez.

-úgy gondoljuk szakmai fórumaink hozzájárulnak nemzeti kincsünk a pálinka népszerűsítéséhez, a minőségi szemlélet további terjesztéséhez.

-a kommunikációs kampányt követően el kell végezni a reklám hatás elemzését. a következő kérdésekre kell választ kapnunk:

-mennyien hallottak a reklámunkról ?

-mennyien jöttek mint új bérfőzetők hozzánk a reklám hatására?

-elégedettek-e az újabb szolgáltatásainkkal?

-Ezekre a kérdésekre az új szezonban keletkezett számítógépes adatok elemzésével valamint a pálinka kiadásánál feltett direkt kérdések-válaszok feldolgozásával kapunk majd választ.

4. Kutatási módszertan és minta

4.1. Marketingkampányterv

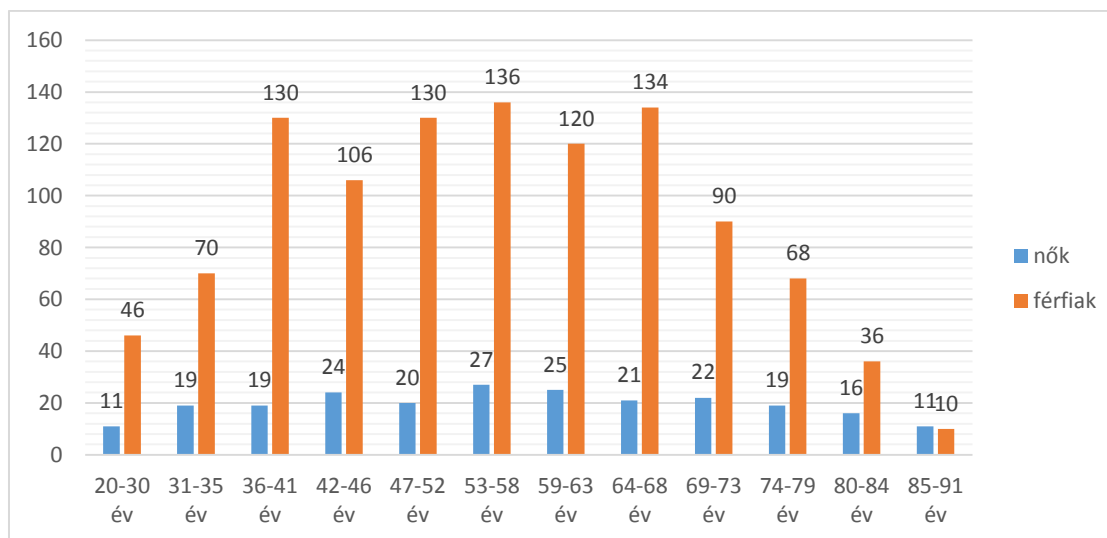
Hogy hatékonyan fel tudjuk építeni reklámkampányunkat Kotler és Keller (2006) által javasolt lépései alapján feldolgozzuk a rendelkezésre álló célközönségünk adatait és ezt alapul véve meghatározzuk a kommunikációs stratégiát.

4.1.1. A célközönség meghatározása.

-A célközönség meghatározásához alapadatokat szolgáltat a NAV-os számítógépes programunk . (név, lakcím , nem , kor , E-mail cím , telefonszám , stb.). 2012.09.03.-án csordult le az első liter pálinka a Manufaktúrában. Azóta **1.319** bérfőzető 1.063.050 liter cefrét dolgoztunk fel. Ezen adatbázis nagy segítséget nyújt a kampány tervezése során . A bérfőzési szokásokra pl.: gyakoriságra, időpontokra , mennyiségekre is tudunk információkat kapni. Az adatbázis a személyiségi jogok védelme miatt nem része a dolgozat.

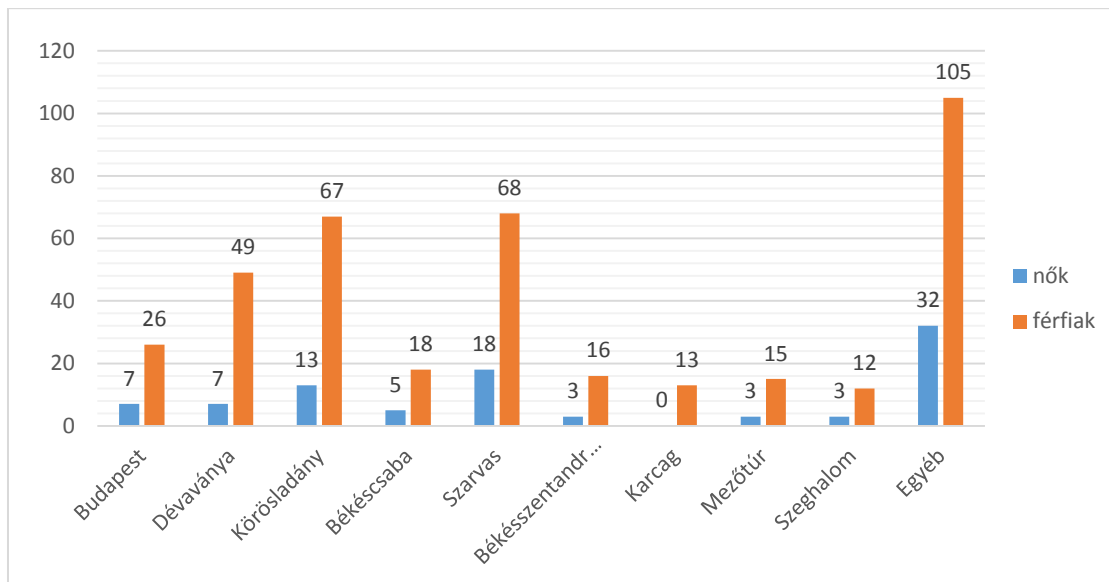
-Az adatbázis adatai szerint összesen **237 női (18%), 1.082 (82%)** férfi bérfőzetőnk volt az elmúlt 3 évben . A férfiak dominanciája látványos , azonban a női bérfőzetők érdeklődése a téma iránt fokozatosan erősödik . A 1.számú. diagramból látható hogy a női bérfőzetők életkor eloszlása kisebb kiugrásoktól eltekintve egyenletesnek mondható . Ez azt jelenti számunkra hogy minden korosztály közel egyformán készíti a pálinkacefrét ami egy stabil vevői kört jelent a gyengébbik nemnél. Így minden reklám találat ami eljut egy nőhöz az egyforma valószínűséggel érdeklődik a pálinkakészítés iránt.

A férfiak körében erős aktivitást a 36.-ik életkortól a 68.-ik életkorig lehet kiolvasni a diagramból. Ők azok akik a „szövetségeseink” lehetnek a minőségi pálinkakészítés terjesztésében valamint a fiatalabb korosztályt megfelelő tanácsokkal tudják ellátni.



1.sz. grafikon : A bérfőzetők életkor megoszlása (forrás : saját készítés)

Bérfőzetőink döntő többsége természetesen Gyomaendrődről érkezik. **146 (11%)** női és **693 (48%)** férfi bérfőzetőnk van jelenleg. Az Ő elérésük több csatornán keresztül lehetséges : helyi sajtó termékekben megjelent hirdetéseinken keresztül , minden hónap első szombatján tartandó nyílt napunkon , áprilisi éves szakmai rendezvényünkön , helyi pálinka illetve gasztronómiai rendezvényeken való megjelenésünk alkalmával pl. Gyomaendrődi Nemzetközi Sajt és Túró Fesztivál , Gyomaendrődi Disznótoros és Böllérpálinka Verseny , és más közösségi találkozókon.



2.sz. grafikon : A Bérfőzetők lakhely szerinti megoszlása (forrás : saját készítés)

A bérfőzetők lakhely szerinti eloszlását mutatja a 2.sz. diagram . Gyomaendrőd mellett 3 vidéki település az ahová érdemes koncentrálni a reklám kampány során. Szarvas , Körösladány és Dévaványa. Érdekesség hogy minden településen kettő bérfőzde üzemel és jellemzően a minőségi pálinkacefrék érkeznek hozzánk.

A másik adatbázist a kérdőív – 1 sz. melléklet - szolgáltatja. A kérdőívben az alapadatok mellett már elégedettségi kérdéseket is feltettünk a bérfőzetőinknek, és cél volt bevonni őket a Manufaktúra fejlesztési stratégiájának a kialakításába is. A kérdőívek kiértékelésével a 5. fejezetben foglalkozom.

<http://www.hunigi.hu/kerdoiv-2014-2015>

4.1.2.Kommunikációs célok meghatározása.

-Tájékoztatás az új főzősor megérkezéséről a meglévő és a leendő bérfőzetőinket. Az információk több csatornán való eljuttatása a bérfőzetőkhöz nagyon fontos, mivel így korrekt pontos információkhoz jutnak a partnerek.

-Cég-referenciát létrehozni , a céget a minőséggel azonosítsák a jövőben. A cég megalapítása óta minden eszközzel a pálinka minőség emelésének rendeli alá. A reklámokban előadásokban is a minőség hangsúlyozása lesz előtérbe. Ez a

következetes munka hosszú távon a bérfőzetőkben egy minőségorientált cég képzetéhez vezet.

-Újbóli , gyakoribb cefrekészítésre buzdítani a partnereinket (pl. próbáljanak ki egyéb gyümölcsöket is)

-Piaci pozíciónk további erősítése , a régióban vezető bérfőzdei szerep elérése amely újabb és újabb bérfőzetők megjelenésével tudunk elérni.

-Érdeklődés fenntartása a bérfőzetőkben, pozitív image építés.

4.1.3. A kommunikációs üzenet meghatározása.

-Jó üzenet felkelti a figyelmet (attention) , fenntartja az érdeklődést (interest) , vágyat ébreszt (desire) és cselekvést vált ki (action).

-Az üzenet tartalma : új , modern berendezés óriási kapacitással rendelkezik ami hozzá járul a várakozási idő lecsökkenéséhez, mintavevő csapok beépítése ami az elválasztás alkalmával jobb pálinka minőséghez vezet , gőzfűtés alkalmazásával pedig a párlat vezetés egyenletes lesz ami szintén a minőség emeléséhez vezet.

-Az üzenetben kész következtetéseket fogunk lekommunikálni így a fogyasztó racionális döntésére számolunk .: pl.: mintavevő csap alkalmazása = tökéletes elválasztás ezáltal jobb minőség. , nagyobb kapacitás = hamarabb kifőzés lehetősége ezáltal jobb minőség . , gőzfűtésre való átállás = precízebb párlatvezetés = jobb pálinka minőség.

-Az üzenetet személyesen kommunikáljuk ezzel a hitelességünket bizonyítjuk. A reklám kampányt magam egy személyben irányítom , így minden egyes üzenetet velem azonosítanak a hallgatók.

-Az üzenet legyen egyedi összetéveszthetetlen ajánlat az új szolgáltatások előnyei azonnal felismerhetőek legyenek.

-Az érvelések a fogyasztó szakértői véleményére alapoznak a minőségi előny logikusan kikövetkeztethető legyen.

-Az üzenetek hangneme legyen pozitív , használjunk szakszavakat a hitelesség kedvéért de a közérthetőség megmaradjon. pl. aromatorony alkalmazása , kisüsti berendezés stb.

4.1.4. A kommunikációs csatorna kiválasztása.

4.1.4.1.személyes kommunikációs csatornák.

- Előadások alkalmával a különböző helyszíneken a partnereket tájékoztattam a fejlesztéseinkről , és a felmerülő kérdéseket megválaszoltam . Vidéki városokban tartott személyes előadásaim sikeresnek mondhatóak mivel 20-25 fős hallgatóság volt minden esetben . Az előadásokra power point-os prezentációkat készítettem amely vizuálisan is segítette az elhangzott információk megértését.

<http://www.hunigi.hu/programok/szakmai-forum-szarvasi-kertbaratok-65>

<http://www.hunigi.hu/programok/szakmai-forum-korosladany-66>

<http://www.hunigi.hu/programok/szakmai-forum-szarvas-67>

<http://www.hunigi.hu/programok/szakmai-forum-devavanya-68>

- Éves szakmai konferencia 2015.04.18.-án kerül megrendezésre . Ekkor a szakma elhivatott , ismert szakembereit is meghívom a rendezvényünkre. Egyszerre több oldalról is megvilágítjuk ennek a csak látszatra egyszerű területnek az összefüggéseit. (2. számú melléklet)

<http://www.hunigi.hu/programok/harmadik-palinkacefre-keszites-abc-je-szakmai-rendezyeny-52>

- Nyílt napokat tartok a pálinkafőzdében minden hónap első szombatján. Ekkor lehetőség nyílik a személyes konzultációra , egyéni speciális kérdések megválaszolására.

<http://www.hunigi.hu/programok/fozdelatogatas-32>

- Fesztiválokön való aktív részvétel. Immáron harmadik alkalommal veszünk részt a Szilva Napokon növekvő érdeklődés mellett.

<http://szilvanap.hu/2-nap-szombat>

4.1.4.2.nem személyes kommunikációs csatornák.

-írott sajtó , újságcikkek . 2015 februárjában a helyi sajtóban megjelentettünk egy vezércikket a fejlesztéseinkről . (3.számú melléklet)

-A szakmai Fórumokra illetve az éves Cefrekészítés ABC-je című rendezvényeinkre Meghívókat jelentettünk meg a régiós újságokban. (pl. 4. számú melléklet)

-Mivel a NAV-os adatbázisunkban rendelkezésünkre állnak a bérfőzetőink lakcímei ezért postai borítékokban személyes Meghívókat küldtünk ki szakmai Fórumjainkra. (5. számú melléklet)

- plakátok , az éves szakmai rendezvényünkre egy plakátot készítettünk – 2. számú melléklet – amelyet Gyomaendrődön és a környező településeken kihelyeztünk.

- rádió műsorok . Ezzel az 6. fejezetben foglalkozom.

Az üzenetek hatóköre a rendelkezésre álló adatbázisból meghatározható. Fontos az üzenetek gyakoriságának , időzítésének rögzítése.

4.1.5. A kommunikációs költségvetés elkészítése.

-lehetőség arányos módszert választottam : a cég annyit fordít kommunikációra, amennyire lehetősége van. Ez összes kb.800.000 HUF lesz a 2015-ös évben.

1. számú táblázat : a Reklám Kampány költségvetése. (saját forrás)

Reklám Elemek	Bekerülési Költség
	Bruttó (HUF)
Fejlesztésről szóló vezércikk	7 500 Ft
Cefrekészítés előadássorozat beharangozó Szarvas	21 330 Ft
Cefrekészítés előadássorozat beharangozó Szeghalom	9 957 Ft
Cefrekészítés előadássorozat beharangozó Dévaványa	5 000 Ft
Meghívók a cefrekészítés előadásaira , postai levelezőlapok, Szarvas	17 030 Ft
Meghívók a cefrekészítés előadásaira , postai levelezőlapok, Körösladány	10 920 Ft
Meghívók a cefrekészítés előadásaira , postai levelezőlapok, Dévaványa	7 280 Ft
Cefrekészítés előadás , Szarvas teremként	12 700 Ft
Cefrekészítés előadás , Körösladány teremként	4 400 Ft
Cefrekészítés ABC-je plakát	7 620 Ft
Cefrekészítés ABC-je című szakmai Fórum beharangozója , Szarvas	45 000 Ft
Cefrekészítés ABC-je című szakmai Fórum beharangozója , Körösladány	49 784 Ft
Cefrekészítés ABC-je című szakmai Fórum beharangozója , Dévaványa	5 000 Ft
Cefrekészítés ABC-je című szakmai Fórum beharangozója , Gyomaendrőd	7 500 Ft
Reklámspotok májusban	125 730 Ft
Reklámspotok augusztusban	125 730 Ft
Reklámgyártás	5 080 Ft
Telefonos Játék május	63 500 Ft
Telefonos Játék augusztusban	63 500 Ft
Egyéb költségek , pl. üzemanyag, szállás , stb.	205 439 Ft
Összesen :	800 000 Ft

4.1.7. Reklám kampány elemei.

2.számú táblázat : A reklám kampány elemei. (saját forrás)

Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra Reklám kampánya 2015			
Kampány mottója : MAXIMÁLIS SEBESSÉGGEL A CSÚCSMINŐSÉG FELÉ !			
Kampány célja : a második főzősornak hírverést készíteni , ezáltal újabb bérfőzetőket toborozni ...			
Kampány időszaka : 2015-ös kalendáriumi év			
Kampány elemei :	megjelenés időpontja	megjelenés helyszíne	megjelenés formája
H-K PM Kérdőívének elindítása , felkészülési fázis : 2014.09.01.-től	folyamatos	honlapon , pálinkafőzdeinkben	elektronikus alapú - A4-es papír alakú
Fejlesztésről szóló vezércikk	2015 február	Gyomaendrőd	Gyomaendrődi Szóbeszéd , helyi újság
Cefrekészítés előadás sorozat beharangozása	2015 február	Körösladány , Szarvas, Dévaványa	Szuperinfó Szarvas , Szuperinfó Szeghalom , Dévaványai Hírlap
Cefrekészítés előadás sorozatának Első állomása	2015 február 05. , 16:00	Szarvasi Kertbarátok Köre	Power Pointos előadás , Előadó : Ignác Tibor
Meghívó az előadásokra a konkrét bérfőzetőinknek címezve	2015 február vége , március eleje	Szarvas, Körösladány, Dévaványa	Postai Borítékokban névreszólóan
Cefrekészítés előadás sorozatának Második állomása	2015 március 13. , 16:00	Körösladány Művelődési ház	Power Pointos előadás , Előadó : Ignác Tibor
Cefrekészítés előadás sorozatának Harmadik állomása	2015 március 20. , 16:00	Szarvasi Cervinus Teátrum	Power Pointos előadás , Előadó : Ignác Tibor
Cefrekészítés előadás sorozatának Negyedik állomása	2015 március 27. , 17:00	Dévaványai Városi Könyvtár	Power Pointos előadás , Előadó : Ignác Tibor
Cefrekészítés ABC-je éves rendezvény beharangozója	2015 március	Körösladány , Szarvas, Dévaványa	Szuperinfó Szarvas , Szuperinfó Szeghalom , Dévaványai Hírlap
Cefrekészítés ABC-je éves rendezvény beharangozója	2015 április	Gyomaendrőd	Gyomaendrődi Szóbeszéd , helyi újság
Cefrekészítés ABC-je éves rendezvény	2015 április 18. , 14:00 - 22:00	Gyomaendrőd , Hárs Thermál Hotel	Power Pointos előadások: Előadók : PhD Kovács Attila , Dr. Kovács István , Ignác Tibor
Csaba Rádió : reklámkampány	2 X 1 hónap (Május , Augusztus)	104 Mhz , Békés-megye	rádióhullámokon
Csaba Rádió : telefonos játék	2 X	104 Mhz , Békés-megye	rádióhullámokon
Csaba Rádió : beszélgetés a Csaba Rádió reggeli műsorában	2 X	104 Mhz , Békés-megye	rádióhullámokon , élő adás
Záró rendezvény : Szarvasi Szilva Napok-on , mint kiállító	2015 szeptember 4. - 5. -6.	Szarvas központja	személyes részvétel , prospektusok , szakmai anyagok
A 2015/2016-os szezon kiértékelése	2016 tavasza		Felelős : Ignác Tibor

4.2.Fogyasztói kutatás

A kutatásom során primer adatgyűjtést végeztem a rendelkezésünkre álló NAV-által engedélyezett számítógépes adatbázisunk segítségével, és egy általam készített kérdőív segítségével. Ezt az utóbbi adatgyűjtési eljárást másképpen megkérdezéses módszernek is nevezzük.

<http://www.hunigi.hu/kerdoiv-2014-2015>

A kérdőívben 13+1 kérdést tettünk részben zárt ,részben nyitott formában. (1.számú melléklet)

Ezen adatok összességét kvantitatív módszer segítségével dolgoztam fel. Ez a kutatási módszer számszerűsíthető eredményt ad az elemzések során, ezért megbízhatónak tekinthető.

Szerencsés esetben a kérdőíves felmérést kiterjeszthettük volna olyan válaszadókra is akik nem ügyfelei a főzdeknek hiszen az általunk könnyen elérhető minta általában elkötelezett mellettünk. A minta kiterjesztésének gátja az volt hogy erőforrásainkat elsősorban kommunikációs célokra összpontosítottuk. A rádiókampányt követően azonban tervezzük annak hatásainak felmérését nagyobb mintás kutatással.

5. Kérdőívek kiértékelése.

A kérdőívek -1. számú melléklet - segítségével közvetlen információhoz akartunk jutni a bérfozetőinkről , a bérfozési szokásaikról, vélemény a pálinkafőzdekről valamint fejlesztési javaslatot is tehettek felénk. A kérdőívek kitöltése a honlapunkon keresztül is lehetséges:

<http://www.hunigi.hu/kerdoiv-2014-2015>

a másik lehetőség helyben a pálinkafőzdeben volt. A kérdőíveket név nélkül kellett kitölteni így a kitöltője anoním maradt. A kérdőív kitöltői egy játékban is részt vettek , ami fokozta a hajlandóságot . Az éves szakmai fórumon – 2.számú melléklet - egy tombolahúzás keretében három szerencsés bérfozetőnek 1 – 1 üst pálinkacefréjét költségmentesen elkészítjük a 2015-ös szezonban.

A kérdőívet 2014 szeptemberében indítottuk és csak nem 200 válaszadónk volt. A kérdőívben 13 + 1 kérdést tettünk fel , amelyek különböző csoportokra bonthatók a kiértékeléskor.

5.1. Kérdőív válaszainak kiértékelése.

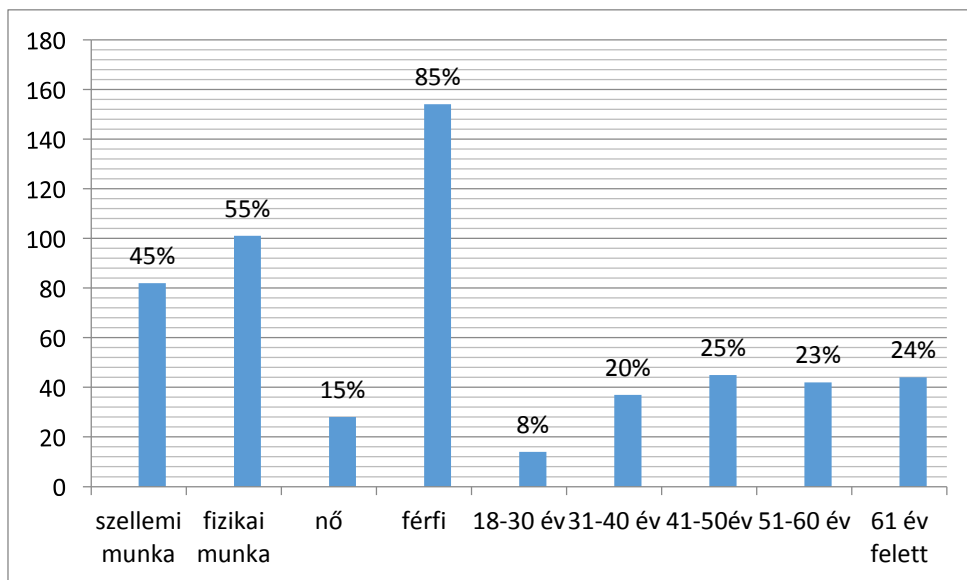
A kérdőív kiértékelésére egy olyan táblázatot készítettem –3.számú táblázat: kérdőívkiértékelés 2015-04-01.xls - amelyben az egyes szűrők segítségével számos variációban értékelhetőek ki a válaszok.

Ha az összes választ egyszerre tekintem át akkor kiolvasható egy „elméleti” pálinka bérfozető típus : aki fizikai munkát végező férfi , 40 és 50 év körüli , információit az ismerősöktől szerzi be – bennük bízik meg igazán – évente egy alkalommal készíti pálinkacefrét , a minőség az első helyen áll az értékrendjében. Elégedett volt a nálunk főzetett pálinkával , a munkatársaink hozzáállásával , szakmai kérdéseire kapott válaszainkkal , határidő problémája nem volt így szívesen ajánlaná másoknak is cégünket.

5.1. 1. Az első három kérdésre adott válaszok kiértékelése

Az első három kérdés a bérfőzetők munkatevékenységére – fizikai vagy szellemi – a nemére valamint az életkorukra kérdez rá. Arra a kérdésre hogy fizikai vagy szellemi munkát végez-e, kis mértékben a fizikai munkások felé tolódott el a válaszadók aránya (55/45%), azonban ennek ellenére arra következtethetünk hogy a pálinkakészítők mind a kettő munkakörben szívesen készítenek bérfőzött pálinkát.

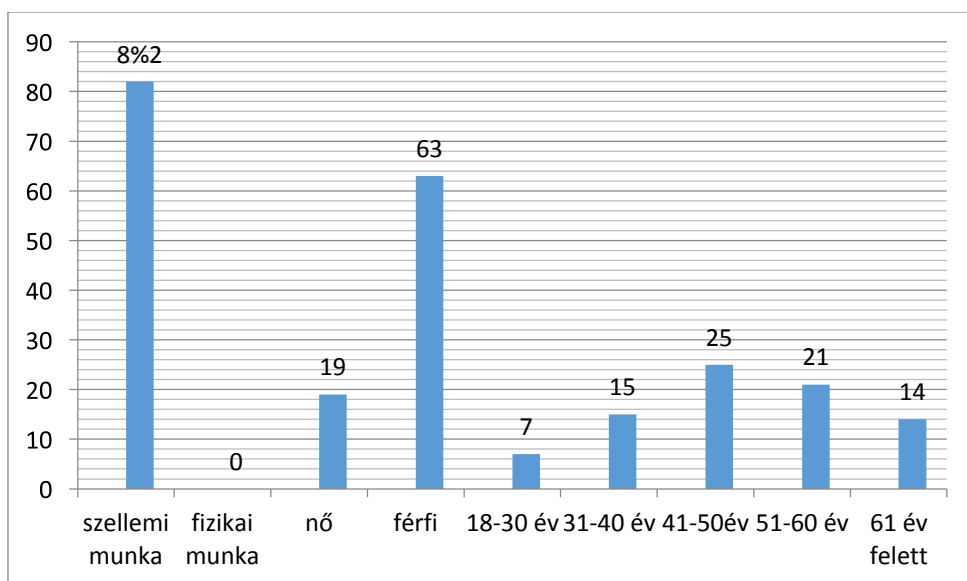
A nemek között viszont már markáns a különbség. Több mint 85%-a kérdőív kitöltőinek férfi nemű volt. Életkori megoszlás egyenletesnek tekinthető .



4.sz. grafikon : Kérdőív első három kérdéseire adott válaszok megoszlása(forrás : saját készítés)

5.1.1.1. Szellemi dolgozók jellemzői.

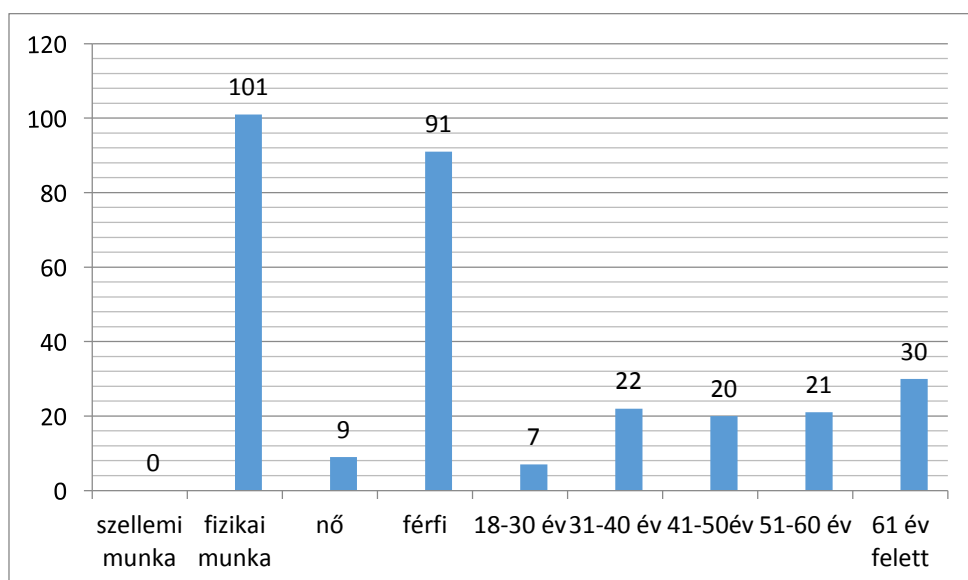
A szellemi munkakörben dolgozó válaszadók 76 %-a férfi , 24%-a nő nemű . Életkori megoszlás tekintetében a legtöbb bérfőzetőt a középkorúak között találjuk.



5.sz. grafikon : Szellemi munkakörben dolgozó bérfőzetők válaszainak megoszlása (forrás : saját készítés)

5.1.1.2. Fizikai dolgozók jellemzői.

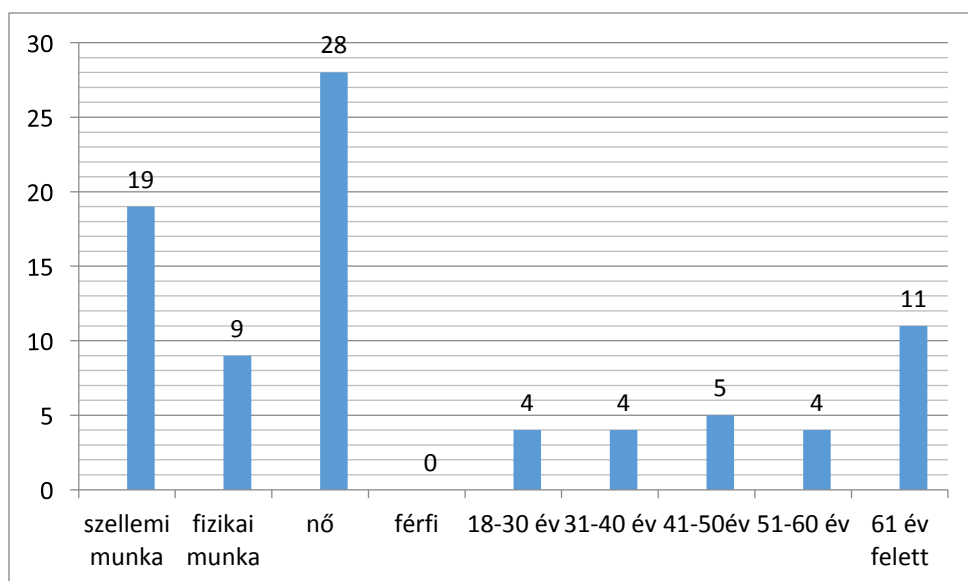
A fizikai munkakörben dolgozók 90%-a férfi , 10%-a nő nemű. Ez azt mutatja hogy a szellemi munkakörben dolgozó nők aktívabbak a cefrekészítés terén mint fizikai társai. Az életkori megoszlás itt sokkal egyenletesebb azaz minden a pálinkakészítés minden korosztályban hasonló népszerűségnek örvend.



6.sz. grafikon : Fizikai munkakörben dolgozó bérfőzetők válaszainak megoszlása (forrás : saját készítés)

5.1.1.3. Női bérfőzetők jellemzői.

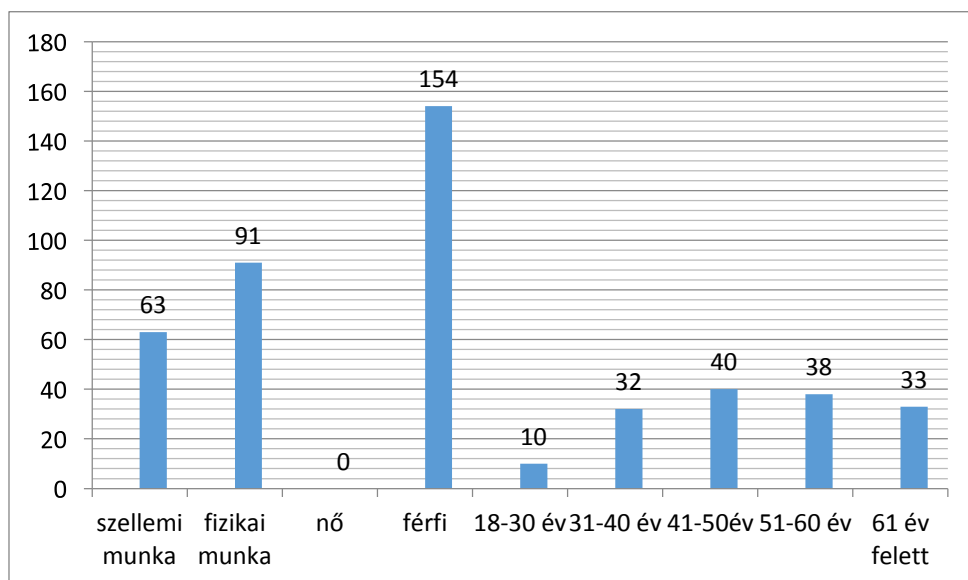
A szellemi foglalkozású nők kétszer annyian vannak mint fizikai társaik. Életkor eloszlása egyenletesnek tekinthető , kiugrást csak a 61 éves kor fölött tapasztalunk ami az összes válaszadónak a 39%-a! Ebből arra következtethetünk hogy a cefrekészítés a korosabb női bérfőzetők körében népszerűbb.



7.sz. grafikon : Női bérfőzetők válaszainak megoszlása (forrás : saját készítés)

5.1.1.4. Férfi bérfőzetők jellemzői.

A férfiaknál fordított a helyzet , a fizikai munkások körében népszerűbb a cefrekészítés több mint 40 %-al. Életkor eloszlás egyenletesnek mondható , csak a 18-30 éves közötti korosztálynál tapasztalunk csekély érdeklődést ami az összes válaszadónak csak 6%-át teszi ki.



8.sz. grafikon : Fizikai munkakörben dolgozó bérfőzetők válaszainak megoszlása (forrás : saját készítés)

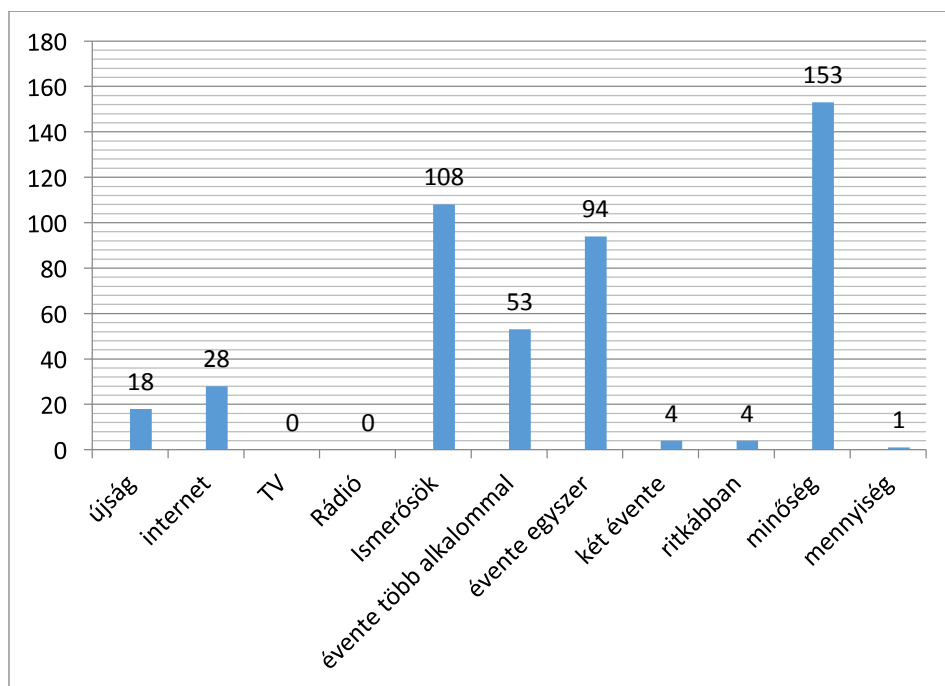
5.1.2. Általános kérdések a bérfőzetői szokások : 4. , 5. , 6. kérdések .

Arra a kérdésre hogy honnan értesült a pálinkafőzde létezéséről megdöbbentő arányban (69%) válaszoltak a bérfőzetők az ismerősökre . Ez azt bizonyítja

számomra hogy a lehető legjobb reklám az elégedett bérfőzető , hiszen Ő a pozitív élményeit azonnal megosztja ismerőseivel , barátaival , rokonaival . Természetesen ez fordítva is igaz . A rossz hír futótűzként terjed ebben a szakmában is.

A második helyre (17%) az internet került ami szintén azt bizonyítja hogy van értelme honlapunkat üzemeltetni és ott minél interaktívabb kapcsolatot tartani partnereinkkel .

A legtöbb anyagi ráfordítást igényel az írott sajtóban való megjelenés ami a harmadik helyre szorult. (13%)



9.sz. grafikon : Bérfőzetők szokásaira adott válaszainak a megoszlása (forrás : saját készítés)

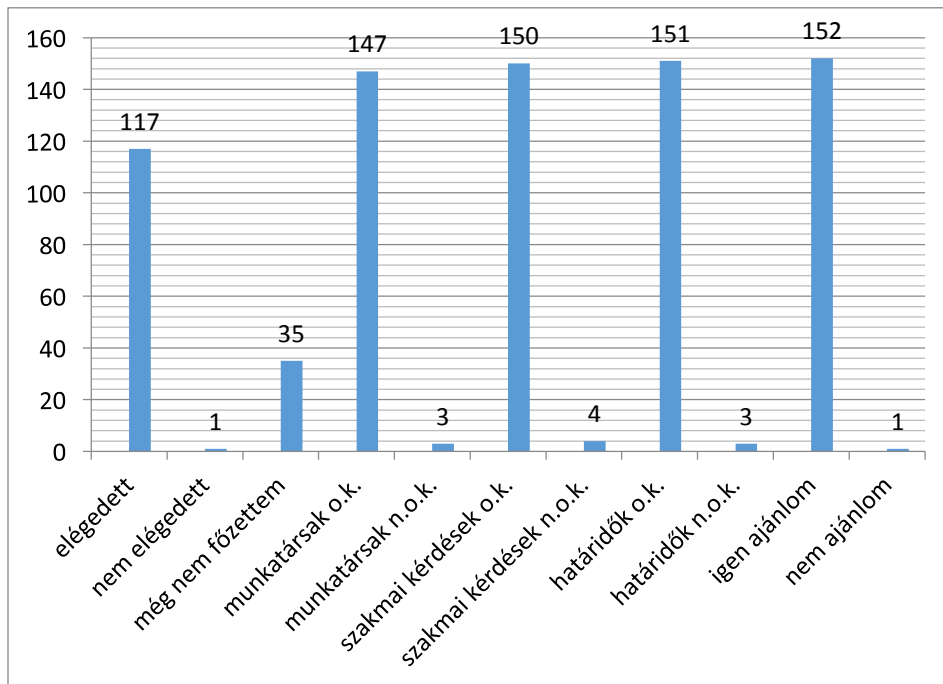
A bérfőzetők 60%-a évente , további 34 %-a évente többször készít cefrét ami kérdőívet kitöltők komoly aktivitását jelzi. Tehát az aki egyszer megérezte az „ízét” ennek a csodálatos szakmának az minden évben újra és újra próbálkozik hogy az áhított elismerést megkapja barátaitól ,ismerőseitől.

Arra a kérdésre hogy : „Önnek a minőség vagy a mennyiség fontosabb ?” Szinte 100%-ban a minőség volt a válasz. Ezt a kérdést azért tettem fel a kérdőívben, mert a Manufaktúra első helyre a minőséget helyezte prioritásai között. Ez a válaszadók egyértelmű jelzése felénk hogy van igény a minőségi pálinkacefre valamint az abból készült pálinka , HUNGARIKUM gyártására. Fejlesztéseink a múltban és a jövőben is alá lesznek rendelve a minőség biztosításának.

5.1.3. Bérfőzetői elégedettség kérdések : 7. , 8. , 9. , 10. , 11 . kérdések .

A következő kérdések a bérfőzetők elégedettség felmérésére irányultak. A válaszok nagyon hízelgőek a vállalkozásra vonatkozólag. Közel 100%-ban elégedettek a válaszadók a nálunk főzetett bérfőzött pálinkával minőségével , munkatársaink

hozzaállásával , a határidők betartásával , és legvégül ajánlanák bérfőzdénket másoknak.



10.sz. grafikon : Bérfőzetők elégedettségére vonatkozó válaszok megoszlása (forrás : saját készítés)

Ezt a pozitív képet három év kemény munkája során sikerült a csapatunknak felépíteni, de tudjuk ennél már csak ennek a színvonalnak a megtartása lesz nehezebb számunkra.

5.1.4. Ön használ-e adalékanyagokat a cefrézés során ? 12. kérdés .

Ezt a szakmai kérdést azért tettem fel, hogy a minőségi cefrekészítéshez elengedhetetlen adalékanyagok milyen arányban ismertek ,használatosak a bérfőzetők között. Nagy örömmre a válaszadók közel 50%-a ismeri , használja ezeket az anyagokat , ami biztató a jövőre vonatkozólag. Azon bérfőzetőknek akik nem ismerik ezen anyagok hasznosságát szakmai fórumokat tartunk , szórólapokon foglaljuk össze ezen ismeretanyagot.

5.1.5. Miben fejlődjön tovább cégünk ? 13. kérdés .

Itt a bérfőzető pozitív ,negatív tapasztalataira, észrevételeire , javaslataira voltunk kíváncsiak . A bérfőzető itt érezhette, hogy Ő van a középpontba és fontos a véleménye , javaslata számunkra.

A bérfőzetők véleményei , javaslatai

- így megfelelő , köszönjük...
- körforgalom , ennek kialakítása folyamatban van, 2015-ben megvalósul.

- nagyobb kapacitás , 450 liter-es főzősort hamarosan beüzemeljük.
- kisebb kapacitású főzősor hadrendbe állítása , terveink szerint a kisebb főzősorunkat -200 liter-est – átalakítjuk hogy képes legyen akár 80-100 liter cefre fogadására is.

5.1.6. Cefrészési tudását önzetlenül átadná-e másoknak ? 13. +1 . kérdés .

A pálinka társadalom ahogy reméltem egy önzetlen közösség akik a megszerzett tudást egymás rendelkezésére bocsájtja. Ez a közös munka , szemlélet hozhatja meg a pálinka sikerét mind belföldön mind külföldön egyaránt.

6. Rádiós reklám célja.

Reklám kampányunkba azért kapcsoltuk be a rádió hullámokat, mert a Csaba Rádió besugárzási területe – 6.számú melléklet – nagyobb mint az eddig használt sajtótermékek hatóterülete. A nagyobb terület több találatot eredményezhet amely újabb bérfőzetőket generálhat. Vonzó volt a kiválasztásnál hogy Békéscsabán és feltehetően a többi nagyobb békés-megyei városban is igen nagy a hallgatottsági mutató – 7. számú melléklet - .

Kettő egymástól időben elkülönülő , de tartalomban megegyező blokkban történik a reklámozás. Az első blokkot májusban a másodikat szeptemberben tervezzük elindítani. Májusra a tömeges virágzások miatt gondoltunk, hiszen ekkor gondolnak először a bérfőzetők a közlegő cefrekészítési teendőkre. Szeptembert pedig a szabadságolások utáni első aktív őszi időszak miatt gondoltunk. Ekkor több aktív találat is keletkezhet mert az ismétlés miatt egyes hallgatók már emlékezni fognak a májusi blokkban szereplő kulcsszavakra mint pl. Gyomaendrőd , szívügyünk , pálinka , Hármas-Körös... , stb .

6.1. Rádióreklám tartalma

6.1.1. Reklámspot

A Csaba Rádió árajánlata – 8. számú melléklet - alapján a reklámspot-ok tartalma a következőképpen épül fel:

-Reklámspot-ok 22 mp időtartamban egy hónapon keresztül naponta 4 sugárzással, azaz összesen 120 alkalommal hangzanak el a rádióban. Reggeli órában egyszer, a déli órában egyszer valamint a késő délutáni órákban kettőször.

-A Reklámspot szövege – 1. számú hanganyag - :

„Nekünk szívügyünk a pálinka! Ugye önnek is? Bízsa a bérfőzetést az idei szezonban is a Gyomaendrődi Hármas -Körös Pálinka Manufaktúra szakembereire. Új, 450 literes aromatornyos kisüsti berendezéseink részfelületei között minőségi pálinka keletkezik. Minden hónap első

*szombatján, nyílt napunkon személyesen is meggyőződhet minderről.
Részletek a www.hunigi.hu oldalon..... mert szívügyünk a pálinka.”*

6.1.2. Telefonos Játék

-A blokk harmadik hetében amikor már 56 alkalommal elhangzottak a reklámspot-ok megkezdődik a telefonos játék hete. Ekkor 5 munkanapon keresztül napi 1 játék kerül megrendezésre. A játékot a megkezdés előtt 3 nappal napi 5 alkalommal ún. prepromó , beharangozó hangzik el.

6.1.3. Rádiós reggeli beszélgetős műsor

-A reklámblokk végéhez közeledve egy elő beszélgetés is lesz a Csaba Rádió reggeli műsorában , amely a pálinkafőzdeiről , és magáról a pálinkáról fog szólni.

7. Direkt Marketing , Hírlevél

-A Manufaktúra üzemeltet egy honlapot - www.hunigi.hu – a kezdetek óta . A honlapunkon a pálinkához kapcsolódó témakörök széles skáláját találja meg a látogató. A szakmai anyagokat folyamatosan aktualizáljuk , fejlesztjük. Közvetlen kapcsolatot létesítünk a bérfőzetőinkkel a honlapunk felületén elérhető hírlevelünkkel is . Minden olyan változás ami a pálinkafőzdével kapcsolatos , pl. fejlesztéseink , munkarend változás stb. , azt azonnal tudatjuk a hírlevél segítségével. Természetesen a 2015-ös évi jövedéki jogszabályi változásokról is részletesen tájékoztattuk partnereinket ami a legnagyobb és legérzékenyebb változás volt az elmúlt időszakban. Ez a folyamatos információ szolgáltatás a bizalmat erősíti bérfőzetőinkben.

8.Szponzorizáció , társadalmi szerepvállalás.

Lehetőségeink szerint szerényen de támogatjuk a következő egyesületeket:

-Gyomaendrődi Delfin Sport és Úszó Egyesület , Számukra minden évben egy folyamatot gyűjtést végzünk a pálinkafőzdében . A bérfőzetők adományait és a „borraivalóinkat” egy lepecsételt átlátszó dobozban gyűjtjük. Az összegyűlt adományok az éves szakmai fórumunkon lesz összesítve egy elnökségi tag jelenlétében , majd ünnepélyes keretek között átadva. Tervezem hogy ezt a társadalmi szerepvállalást amit a bérfőzetők és mi végeztünk megjelentetjük a helyi sajtóban . Így az adományozók visszaigazolást kapnak pozitív szerepvállalásukról.

-a másik egyesület egy helyi gasztronómiai egyesület : Halgasztronómiai Egyesület Gyomaendrőd . Őket minden évben egy fix összeggel támogatjuk.

9. Összefoglalás.

Egy vállalkozás akkor lesz sikeres amennyiben MÁS tud lenni mint versenytársai . Nem jobb terméket vagy szolgáltatást kell nyújtani hanem egészen egyszerűen MÁST. Azt azonban hogy mi legyen ez a más termék vagy szolgáltatást nagyon hosszas előkészítő munka szükséges . A tervezés során fel kell tárni a pontos vevői igényeket , szükségleteket , a versenytársak erősségeit , gyengeségeit , és definiálni kell a megcélzott piaci szegmenseket.

A mi vállalkozásunk indulását több éves előkészítő munka előzte meg . Gyomaendrőd-ön folyik keresztül Magyarország harmadik legnagyobb folyója a Hármas-Körös. A folyószabályozás során 18 holtág keletkezett ami mellett több száz zárt kertben nagy mennyiségű gyümölcsöt termelnek a bérfőzetők . Ez a nagy gyümölcsmennyiség és a bérfőzdekben tapasztalható több hónapos várakozási idő volt az indikátora a cégalapításunknak. Első lépcsőben alaposan feltérképeztük versenytársainkat , milyen méretű és milyen típusú berendezésekkel végzik a szolgáltatásukat valamint megismertük filozófiájukat. Ezek után piackutatást végeztünk a regionális bérfőzetők között szokásaikra ,szükségleteire vonatkozólag. A kiértékelés egyértelműen rámutatott arra a piaci igényre hogy egy MÁS bérfőzde vágnak az emberek. Egy olyan pálinkafőzde ahol rövid a várakozási idő , nem kell összeönteni másokkal a gyümölcscefrét , a megadott határidőket betartják , az elszámolás korrekt módon történik és a ügyfelekkel való kapcsolattartás, kommunikáció partneri.

Egy ilyen piaci helyzetben vállalkoztunk mi arra , hogy ezeket a piaci igényeket megpróbáljuk kielégíteni. Kezdetekben nagy energiákat kötött le a bérfőzetőkkel megértetni hogy a mennyiségi szemléletet hagyják a szeszfőzdekre, mi egy pálinka főzdet üzemeltetünk ahol az első helyen a pálinka minősége áll. Semmilyen esetben nem fogjuk pozitív irányba eltolni – EUP hozzáadás - a hozamot csak hogy a bérfőzető elégedett legyen a mennyiséggel és kitérjünk a konfliktus elől. Mi azt tanítjuk bérfőzetőinknek hogy készítsen minőségi cefrét és az majd maga után hozza a mennyiséget is. Ez a szemlélet 3 év verejtékes munkája után sikeresnek bizonyult. Ma már senki nem kérdezi meg nálunk mennyit is adott a cefréje hanem a kérdés a pálinka minőségére vonatkozik . Hogy sikerült ,milyen illatú a pálinka ?

A szakemberek azt mondják az aki nem a reklámozza cégét , termékét ,szolgáltatását az nem is létezik. Ezzel a kijelentéssel mi egyet értünk , még akkor is ha a kérdőívekből kiderült, hogy a bérfőzetők magas hányada az ismerőseitől , barátaitól tud a pálinkafőzde létezésünkről. A reklámkampányunk során több célt is kitűztünk . Az új főzősor beállításával létrejött kapacitásbővülés lekötése új partnerekkel. A meglévő partnereinket tájékoztatni az új fejlesztéseinkről valamint bizalmi kapcsolatunk további elmélyítése.

Összefoglalva reklámkampányunkkal elérhetjük hogy a régióban folyamatosan jelen vagyunk és a régi és új partnereink bizalommal fordulhatnak hozzánk.

Felhasznált Irodalom

1. Kotler, P., Keller, K.L.: Marketingmanagement, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006.
2. Dr. Temesi Á., Dr. Kasza Gy., Marketing Alapismeretek, Egyetemi Jegyzet Budapest, 2014

Mellékletek jegyzéke:

- 1.sz.melléklet , Kérdőív 2014-2015
- 2.sz. melléklet , Harmadik Szakmai Fórum 2015.04.18., Gyomaendrőd
- 3.sz melléklet , Szóbeszéd , Fejlesztési vezércikk , Gyomaendrőd
- 4.sz. melléklet , Szuperinfó Szeghalom , Szeghalmi-Járás
- 5.sz. melléklet , Meghívó Szakmai Fórumra
- 6.sz.melléklet , Csaba Rádió besugárzási térkép
- 7.sz.melléklet , Rádió Hallgatás Békéscsabán , 2014 Szeptember
- 8.sz.melléklet , Csaba Rádió árajánlata
- 9.sz. melléklet , Teendők a gyümölcscefre készítése során

Ábrák jegyzéke:

- 1.sz.grafikon : A bérfőzetők életkor megoszlása (forrás : saját készítés)
- 2.sz.grafikon : A bérfőzetők lakhely szerinti megoszlása (forrás : saját készítés)
- 3.sz.grafikon : (forrás : saját készítés)
- 4.sz.grafikon : A kérdőív 1-3 kérdéseire adott válaszok megoszlása (forrás : saját készítés)
- 5.sz.grafikon : Szellemi munkakörben dolgozók válaszainak a megoszlása (forrás : saját készítés)
- 6.sz.grafikon : Fizikai munkakörben dolgozók válaszainak a megoszlása (forrás : saját készítés)
- 7.sz.grafikon : Női bérfőzetők válaszainak a megoszlása (forrás : saját készítés)
- 8.sz.grafikon : Férfi bérfőzetők válaszainak a megoszlása (forrás : saját készítés)
- 9.sz.grafikon : Bérfőzetők szokásaira adott válaszainak a megoszlása (forrás : saját készítés)
- 10.sz.grafikon : Bérfőzetők elégedettségére vonatkozó válaszok megoszlása (forrás : saját készítés)

Táblázatok jegyzéke:

- 1.számú táblázat : reklámkampányköltségvetése.xls
- 2.számú táblázat : reklámkampányelemei.xls
- 3.számú táblázat : kérdőívkiértékelés 2015-04-01.xls

Hanganyagok jegyzéke:

- 1.számú hanganyag : KörösPálinka20150409.mp3

Válaszait és fáradozását köszönjük !

Gyomaendrőd , 2014,09,17

2. számú melléklet.



A PÁLINKACEFRE KÉSZÍTÉS ABC-JE

I HARMADIK SZAKMAI FÓRUM I

| HELYSZÍN | GYOMAENDRŐD | HÁRS HOTEL | KONFERENCIA TEREM |

| IDŐPONT | 2015. ÁPRILIS 18. | **BELÉPÉS INGYENES** |

| BIRS PÁLINKA VERSENY - NEVEZÉS A HELYSZÍNEEN 1 DL BIRS PÁLINKÁVAL |

A RENDEZVÉNY ELŐZETES PROGRAMJA:

(változtatás jogát fenntartjuk)

14 ⁰⁰ -14 ¹⁰ Köszöntő	16 ⁰⁰ -16 ¹⁵ Szünet
14 ¹⁰ -15 ⁰⁰ 2015-ös fejlesztéseinknek a bemutatása, termelési tapasztalatok. (Ignác Tibor - Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra)	16 ¹⁵ -17 ⁰⁰ Segédanyagok alkalmazása a profi cefrézésben (Dr. Kovács István, Kokoferm Kft. ügyv. igazgató)
15 ⁰⁰ -15 ¹⁵ Szünet	17 ⁰⁰ -17 ¹⁰ 2015-ös év Birs-pálinka versenyének eredmény hirdetése
15 ¹⁵ -16 ⁰⁰ Gyümölcsaromák fokozása a pálinkagyártás technológiájában. (phD. Kovács Attila - Budapesti Corvinus Egyetem)	17 ¹⁰ -17 ²⁰ Tombolasorsolás a kérdőív kitöltői között.
	17 ²⁰ -20 ⁰⁰ Főzdelátogatás, partnertalálkozó, pálinkakóstolás!

A konferenciaterem befogadó képessége legfeljebb 100 fő, ezért a belépéshez regisztráció szükséges telefonon a **06 20/542-5007** vagy elektronikus úton az ignaczneilles.erzsebet@upcmail.hu e-mail címen.



SZÍVÜGYÜNK A PÁLINKA!



www.hunigi.hu

3. számú melléklet

Újabb főzősort helyeznek üzembe a Hármas Körös Pálinka Manufaktúrában

Lassan három éve, 012. szeptember 3-án sordult le az első liter pálinka a gyomaendrődi manufaktúrában. A hosszú tervező, előkészítő munka után.

Azóta 1.388 bérfőető összesen 1.053.060 liter cefréjét dolgozták fel a 300 literes főzősor. A főzősor véges kapacitása miatt 2-3 hónapos árározási idővel kellett számolnia partnereknek ami egyáltalán nem nevezhető ideális minőségi szempontból, ezért újabb fejlesztésekre volt szükség.

Aranyszabály a pálinkafőzésben: „a legjobb cefretárolás a megelőző kifőzés”.

Azért hogy a várakozási időt lecsökkentsük ami magával hozza a gyümölcscefrék minőségi

javulását egy újabb főzősort állítottunk üzembe. A 100 százalékosan magyar berendezés kialakítása meg egyezik a meglévővel, ürmérete 450 liter cefre befogadását biztosítja. A főzősort felszereljük egy mintavevő csappal is amely a minőség további emelését szolgálja. Segítségével pontosabban tudjuk a közép-párlatot - „a szívet” - elválasztani az elő párlattól - „a fejtől” valamint az utópárlattól - „a lábtól”.

Minőség további emelését szolgálja a gőzfűtésre való átállás. A gőzfűtéssel egy sokkal precízebb párlatvezetést lehet elérni ami szintén döntő befolyással bír a pálinka minőségére.

Nagy újdonsággal is elő szeretnénk rukkolni a kísérletezésre vágyó bérfőzőtőinknek. A meglévő berendezésünk

átalakításával kisebb, akár 80-100 liter cefre lefőzésre is lehetőség lesz nyártól. Minőségi javulást várunk a bérfő-

zőtőink gyümölcscefréi terén is. Ehhez minden segítséget megadunk a hónap első szombatjain megtartandó nyílt napjainkon, valamint a már hagyományos, éves Cefrekészítési Konferenciánkon (2015. április 18.), ahol a téma szakértői segítenek eligazodni ennek a csak első látásra egyszerű folyamatnak a megértésében. Ne felejtsük el: a minőségi párlat készítése a legnagyobb odafigyelést igényli mind a bérfőzőtő, mind a pálinkafőződe részéről. Csak a közös munka a kölcsönös bizalom vezethet eredményhez!

Szívügyünk a pálinka!

Tisztelettel

Ignác, Tibor

Hármas-Körös

Pálinka Manufaktúra



A rajzokat három külön korosztályból várjuk:

- óvodások
- alsó tagozatosok
- felső tagozatosok

A rajzok bármilyen eszközrel, és technikával készíthetők, A/4-es méretben. Minden pályázó egy alkotásai pályázatát.

A képek készítésénél kérjük feltüntetni a gyermek nevét, a korcsoportot, és az óvoda vagy iskola megnevezését.

Minden korcsoport első három helyezettje ajándékcsomagot kap.

Leadási határidő: 2015. március 27.
(a Color Shop Papírboltban)

Eredményhirdetés: 2015. április 7.

HÚSVÉTI ÜNNEP
CÍMMEL
RAJZPÁLYÁZATOT
HIRDETÜNK.

Color Shop Papírbolt – Kreatív Kuckó
Gyomaendrőd, Petőfi u. 4.
Telefon: 66/284-552

A készített rajzok a Color Shop Papírboltban lesznek kiállítva.

SZÓ-BESZÉD
Hirdetésfelvétel!
Telefon:
0670/22-632-99

Ágoston József
vállalkozó

- épületek villanszerelése
- háztartási gépek javítása
- érintésvédelmi és villámvédelmi vizsgálatok

Telefon: 06-20/3346-039

Masszázs mesterfokon!

- test-talp masszáz, nyirok masszáz
- speciális masszázok (méz,só,csoki,aroma olajos)
- mozgásszervi problémák panaszainak mechanoterápiás kezelése
- egyéb fizikai és lelki közérzetet javító szolgáltatások

Előzetes telefonos bejelentkezés:
0670/551-4430

SZUPERiNFÓ

SZEGHALOM www.szuperinfo.hu 2015. február 28., XXV/9.

INTERNET AKCIÓ

Ingyenes bekötés
Korlátlan Fogyasztás

10Mbit/2 Mbit	3500 Ft
20Mbit/6 Mbit	4500 Ft
30Mbit/8 Mbit	5500 Ft
40Mbit/10Mbit	6500 Ft

Ügyfélszolgálat
Szeghalom
Dózsa u. 26
(30) 728 24 21
(66) 777 886

Próbáld ki, megéri!!! www.szuperinfo.hu

**TALAJFERTŐTLENÍTÉS
STARTERTRÁGYÁZÁSSAL**



**Kontaur 56
RadiStart Algit**

Tóth Balázs
(06-20/456-6275)

MÁKVIRÁG VIRÁGBOLT

Március 8. NŐNAP

Primula: 290 Ft/db
Jácint: 490 Ft/db
Szegefű: 290 Ft/szál
(díszcelofánban)

Vágott és cserepes virágok nagy választékban!
Szeghalmon a Hunyadi és a Kinizsi utca sarkánál.
Nyitvatartás: H-Sz.: 8.00-17.00; V.: 8.00-12.00
Tel.: 06-20/549-5354

ITT A TAVASZ SZÉPÍTSE OTTHONÁT!

**MÁRCIUS HÓNAPBAN MINDEN
BÜTORRA LEADOTT MEGRENDELÉSBŐL
MOST 10% KEDVEZMÉNYT ADUNK.**

HASZNÁLJA KI A LEHETŐSÉGET MI SEGÍTÜNK!

BO-NA-KER PLUSZ KFT.
5520 Szeghalom, Tildy Z. u. 20-24.
Tel.: 06-20/365-68-08

BERETTŐ JASLAK

szobakészítő

Szeghalom, Tildy u. 31/2.
+36 30 426 2227

KÖMMEHLING
A JÖVŐ NYILÁSZÁROJA

AKCIÓ! Konyhák egyik legjobb áránál!
Minőségi CPL Foltok
Beltéri Ajtóké egyedi
méretekre gyártva
70 Típus és szín választék

Meghívó Szakmai Fórumra!

**Célcsoport: Premium minőségű
PALINKA előállításának
feltételei**

Helyszín: HÁRMAS-KÖRÖS PÁLINKA MANUFAKTÚRA
Helyszín: Körösladányi Múvelődési Ház
Időpont: 2015.03.13., péntek 16 óráig.

**Szavazzunk
a PALINKÁRA!**

**Elromlott,
lassú
számítógépéhez**

**hívja házhoz a
szakembert!**

+36 20 285 48 47

Szegény Balázs
információs

Mezőgazdasági gépárverés!

A dévaványai AGRODÉVA KFT. áruvesztésért kéri a kivétel, használaton kívüli mezőgazdasági erő- és munkagépeit.

Ár átvétel időpontja: 2015.03.05. de. 11-óra óráig megtekinthető de. 9-órától.

Ár átvétel helyszíne: Dévaványa, Kivászási út (Pop-sznya) az AGRODÉVA KFT. területén központi és helyi értékesítési kocsikban (a földművelési gépek) kiállításra kerülnek (10%-os), ami a licitálás helyszínén (nyitva tartásban) központosan befizethető. Az árverés kezdése után a licitálók (kijelölték nyitva tartásban) visszavonhatatlanul kötelesek.

A megvásárlott gépek: a nyertes köteles saját költségén 5 munkanapon belül elszállítani!

Nyertes licit esetén az elszámolás és a szállítás az AGRODÉVA KFT. központi irodájában (Dévaványa, Szechenyi út 4.) történik.
További részletekért érdeklődjön NAGY FERENC műszakos vezetőnél lebet a 06-70/472-5571 telefonszámon!
A résztvevőnek BERETTŐ JÁK!

- Rába Sterger 150 (1db) Gyárt. év: 1976 Ár: 8140 Ft
- MTZ 80 (2db) Gyárt. év: 1982 Műszaki év: 2017.06. ár: 13000 Ft/1db
- DT-75 (2db) Gyárt. év: 1994 Ár: 17000 Ft/1db
- MBP 6,5 pólókész (2db) Gyárt. év: 1996 Műszaki év: 2014.09. ár: 9200 Ft/1db
- MBP 6,5 pólókész (2db) Gyárt. év: 1996 Műszaki év: 2017.06. ár: 9200 Ft/1db
- LH-16-710-7.2 tréssza (1db) Gyárt. év: 1982 Ár: 21000 Ft
- Székelymészárosi kultivátor 6 soros (2db) Ár: 17000 Ft/1db
- SPC6 vetőgép (2db), vetés ellenőrzéssel és kudarésszel ár: 4400 Ft/1db
- Gambetti Baragum 2200 szántóföldi permetező (1db), motorral és kudarésszel ár: 20000 Ft/1db
- RAU szántóföldi permetező 2800 (1db), motorral és kudarésszel ár: 19900 Ft/1db
- NEW HOLL AND FK-66 (1db), pótkocsi, vízgázszállító, vízgázszállító kocsival, 1db BISO oldalkiosztóval és kültéri betakarításra szolgáló csatlakozással ár: 20011 Motoros: 4433, Ár: 120000 Ft

**Dr. Jánky Béla
FOGORVOS**

Teljes körű fogorvosi ellátás.
Legyenek fogorvosi ügye és konzultáció.
Kendefi utca
Péntek: 14-00-20.00 óráig
Szombat: Vasárnap: 9.00-18.00 óráig

5520 Szeghalom, Ády E. u. 1.
Származás:
Bejelentkezés:
06-70/774-7702

**A Kereskedő,
Vendéglátó és
Könyvelő
Irodája Kft.**

(Békecsaba, Szépliget u. 8.
Tel./fax: 86/333-193)

**minden hó
első keddjén
kihelyezett
ügyfélfogadást tart**

Érkezéskor:
Foglalkozási Híradó
Készletgazdálkodás, 9.00-11.00 óráig

Előzetes:
Foglalkozási Híradó
Készletgazdálkodás, 13.30-15.30 óráig

BÜKK TŰZIFA

kapitány 2200 Ft/q
bástya 2400 Ft/q

LIONITSZEN
Szeghalom, Tildy u. 31/2.
Tel.: 06-20/275-4127

CSŐKAMERÁZÁS

Kamerák, kábelvezetések,
szennyvíz, vízvezeték

06-20/3618-874

Békés megyei raklapgyártással foglalkozó vállalat keres munkavállalókat az alábbi munkakörbe:

TARGONCAVEZETŐ

Feladatok:

- Termelés kiszolgálása
- Szállítási feladatok elvégzése

Elvárásaink:

- 8 általános iskolai végzettség
- Targoncavezetői jogosítvány
- Anyagismeret
- Targoncavezetésben szerzett szakmai tapasztalat

Munkavégzés helye: Füzesgyarmat

Önéletrajzokat az alábbi elérhetőségekre várjuk:
info@tsconsulting.hu



További információk az állással kapcsolatban az alábbi telefonszámon kérhetők:
Sándor Timea
+36-70/530-97-97

33

Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra
Gyomaendrőd , Kültérület , Hrsz. 0832/9

Tárgy : Meghívó szakmai fórumra

Tisztelt Bérfőzetőnk ,

a Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra nevében szeretettel meghívjuk Önt / Önöket a **2015.03.20.-án péntek délután 16 órakor** kezdődő szakmai rendezvényünkre ahol a következő programokkal várjuk Önöket:

- a Pálinka Manufaktúra 2015-ös fejlesztéseinek a bemutatása .
- a Pálinkacefre készítés „arany” szabályainak ismertetése .
- a Pálinka természetes aromáinak fajtái , keletkezésének körülményei .
- Ön kérdez mi válaszolunk .
- Pálinka kóstolás gyümölcsök és sajtok kíséretében .

Amennyiben felkeltettük érdeklődésüket várjuk Önt és barátait a **szarvasi Cervinus Művelődési Központba** egy közös eszmecserére ahol együtt méltathatjuk a PÁLINKA mint HUNGARIKUM jelentőségét.

Ne felejtjük el : a bérfőzött pálinka csak közös munkával lesz prémium minőségű pálinka és ehhez mi partnerei vagyunk Önöknek.

Nagy érdeklődéssel várjuk a közös munka folytatását ill. megkezdését.

Gyomaendrőd , 2015.02.16

.....
Ignáczné Illés Erzsébet

ügyv.

.....
Ignác, Tibor

pálinkamester-szakmérnök végzős hallgató

Budapesti Corvinus Egyetem

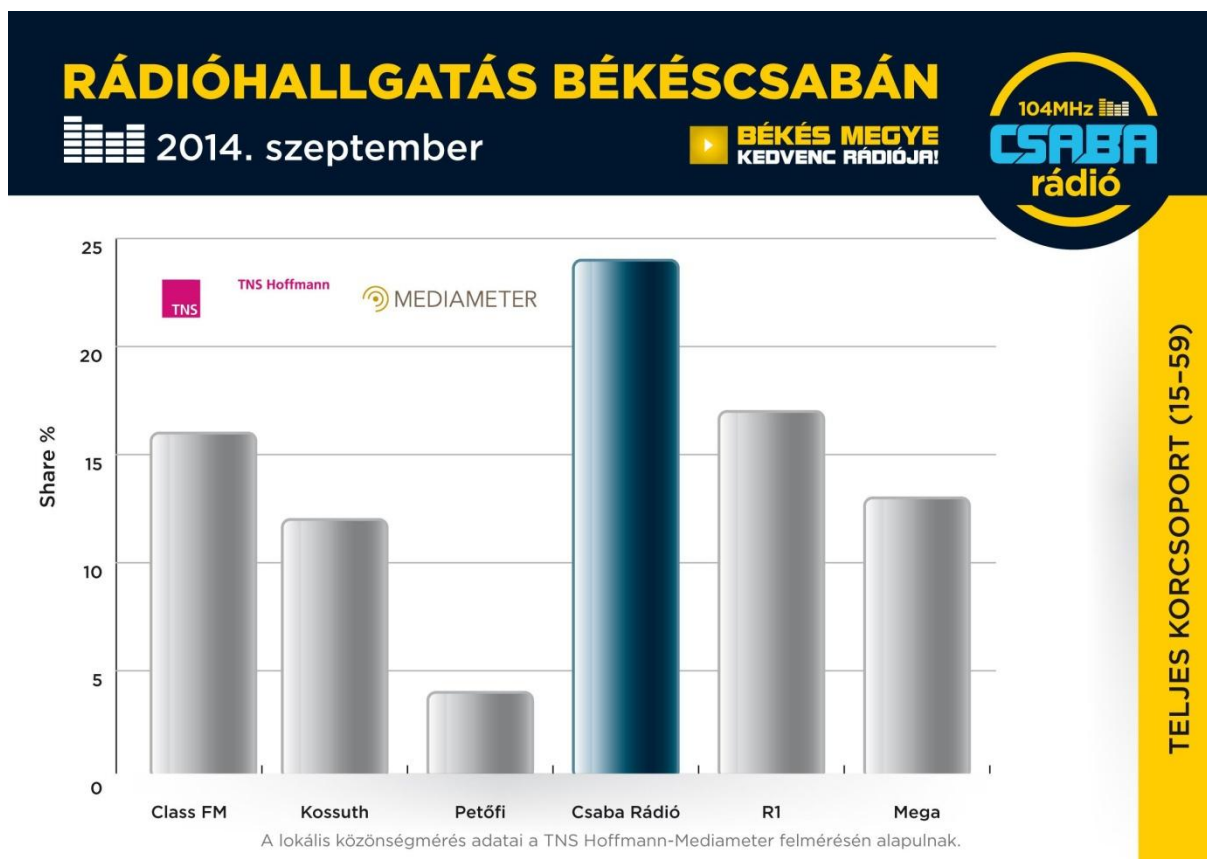
6.számú melléklet

CSABA RÁDIÓ 104MHZ BESUGÁRZÁSI TÉRKÉP



BÉKÉS MEGYE
KEDVENC RÁDIÓJA!

7. számú melléklet.



8.számú melléklet



ÁRAJÁNLAT HÁRMAS-KÖRÖS PÁLINKA MANUFAKTÚRA RÉSZÉRE

REKLÁMSPOTOK: április és augusztus hónapban

Db/mp	30 mp	25 mp	20 mp
30 db	49 500 Ft	41 250 Ft	33 000 Ft
40 db	64 680 Ft	53 900 Ft	43 120 Ft
50 db	79 200 Ft	66 000 Ft	52 800 Ft
60db	93 060 Ft	77 550 Ft	62 040 Ft
70 db	106 260 Ft	88 550 Ft	70 840 Ft
80 db	118 800 Ft	99 000 Ft	79 200 Ft
90 db	130 860 Ft	108 900 Ft	87 120 Ft
100db	141 900 Ft	118 250 Ft	94 600 Ft

Az árak az áfát, és a gyártási költséget nem tartalmazzák!

Áprilisban és augusztusban **30** napra, naponta **4** sugárzás, **120** db sugárzás

30 mp reklám spot esetén **148 500 Ft + ÁFA**

25 mp reklám spot esetén: **123 750 Ft + ÁFA**

20 mp reklám spot esetén: **99 000 Ft + ÁFA**

Reklámgyártás: **4000 Ft + ÁFA**

TELEFONOS JÁTÉK:

5 munkanapon keresztül, naponta **1** játék: **50 000 Ft + ÁFA + FELAJÁNLOTTNYEREMÉNY**

Grátisz a játékhoz: a játék megkezdése előtt **3** nappal prepromó napi **5**, összesen **15** alkalommal.

GRÁTISZ 2 ÉLŐ BESZÉLGETÉS A CSABA RÁDIÓ REGGELI CÍMŰ MŰSORÁBAN A REKLÁMKAMPÁNY IDEJE ALATT (áprilisban és augusztusban). A reklám spotok CD -re kerülnek kiírásra.

Kampányokról sugárzási visszaigazolás és teljesítési igazolás készül.

BÉKÉSCSABA. 2015. március 26.

Kovács Pálné értékesítő

30 / 465-3380

9. számú melléklet.

Teendők a gyümölcscefre készítése során

Elvégeztem :

Igen Nem

- | | | |
|--|---|---|
| • Teljes érettségű , <u>egészséges</u> gyümölcs gyűjtése | ☺ | ☹ |
| • A gyümölcsök <u>mosása</u> , permetszerek eltávolítása | ☺ | ☹ |
| • A gyümölcsök <u>válogatása</u> , szárok eltávolítása | ☺ | ☹ |
| • A gyümölcs <u>magozása</u> csonthéjasoknál !!! | ☺ | ☹ |
| • A gyümölcsök <u>aprítása</u> , <u>zúzása</u> : MINDEN esetben ! | ☺ | ☹ |
| • A gyümölcscefre <u>pH-nak beállítása</u> ! (2,8 – 3,2 közé) | ☺ | ☹ |
| • <u>Pektinbontó</u> aromafeltáró enzimek hozzáadása | ☺ | ☹ |
| • <u>Tiszta edény</u> biztosítása (profik : Hűtés / Fűtés bizt.) | ☺ | ☹ |
| • <u>Megfelelő tároló hely</u> biztosítása !, 18-22 Celsius | ☺ | ☹ |
| • Erjedés csak <u>oxigén kizárása</u> mellett lesz eredményes | ☺ | ☹ |
| • Fajélesztők <u>15 perc rehidratálás</u> ,és tápsó hozzáadása | ☺ | ☹ |
| • Erjedés figyelése , „bunda” alámerítése igény szerint | ☺ | ☹ |
| • Utóerjedési fázis után <u>azonnali kifőzés</u> | ☺ | ☹ |
| • vagy az edény <u>LÉGMENTES</u> lezárása , és „telizése” | ☺ | ☹ |

Kiváló minőségű gyümölcscefre = Kiváló minőségű pálinka

Pektinbontó aromafeltáró enzimek hozzáadása

A Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra minden PÁLINKA
készítőnek sok sikert és kitartást kíván !

Ha kérdése van keressen : 30-870-9499 ,Ignác Tibor

www.hunigi.hu

15. március 28.

SZUPERinfó

3

MUNKALEHETŐSÉG

Darázs Keverő 2000 Kft. Jászberény

Értékmunkaidős foglalkoztatásban, táp-
akarmány bizományosi értékesítéshez keres
megfelelő helyiséggel rendelkező személyt.

A munka kiegészítő tevékenységként végezhető.
Az üzlet nyitási költségét a cég fizeti.

nyugdíjasok, egyesek, vállalkozók jelentkezését is várjuk.

érdeklődni: +36 70/932-6789 és +36 57/411-799

zeretné lakását felújítani,
korszerűbbé tenni?

ÉRTÉKŐ ANAKKÉPŐ!

NYILASZÁRÓ 120x120 lukú/

nyíló ablakok már 25.500 Ft-tól

120x150 bukanyíló ablakok

már 29.500 Ft-tól.

lejárati ajtókat már 65.000 Ft-tól.

Tölgerek, redőnyök, szúnyog-

háló, garázskapuk.

Értékesítők jelentkezzék a szűke

LŐRINCZI ABLAK STÚDIO

www.lorinczablak.hu

info@lorinczablak.hu

tel: +36 74 364 9536, +36 70 360 9519

SZUPERinfó

LAPZÁRTA

SZERDA 12 ÓRA

KÉPKERETEZÉS,

ÜVEGEZÉS.

Szeged Széchenyi u. 35

Szeged Vörösmarty u. 35

www.faforgacs2003bt.hu

Állatorvosi rendelő

SZEGHALOM, PETŐFI U. 29/1.

DR. CSUTA LAJOS

Rendelési idő: hétfőnap 17-20 óráig

Tel.: 06-20/313-0727 www.drscsuta.hu

SÍREMLÉK

RCKEPEK GRAVÍROZÁSA

léti-Nagyvárosi legmagasabb

vezetékű. **NEW KINÁSI**

égi műkő síremlékek felújítása,

beurkolása gránit lapok.

örökhaj munkák, képesek,

könyvek gyártása.

Művek pedilurkólattól

Mánya Gábor kőfaragó

3630 Békés, Rózsavirág u. 1.

Tel: 06/411-541, 06-30/958-6284

granitmanya@netnet.hu

www.granitmanya.hu

BERETTYÓ ABLAK

ablakok és

Szeghalom,

Tildy u. 31/2.

☎: +36 30 426 2227

KÖMMERLING

MADE IN GERMANY

Kövér-Német Hermann Garázskapuk

Biltenő-Szekcionált és ipari kapuk

Töl és Széchenyi Kapuautomatikák

Tel: +36 30 426 2227

www.kommerling.hu

www.kommerling.hu

A Kereskedők,

Vendégfátosok

Könyvelő

Irodája Kft.

(Művészközpont, Széchenyi u. 5.

Tel./Fax: 06/333-199)

minden hó

első kedden

kihelyezett

ügyfélfogadást tart

Feladatokat:

Polgármesteri Hivatal

széchenyi u. 5. 9.00-11.00 óráig.

Délelőtti:

Polgármesteri Hivatal

széchenyi u. 5. 13.30-15.30 óráig.

PÁLYÁZATI FELHÍVÁS

Dévényes Város Önkormányzata

ajánlatot nyújt:

DEÁNYVÁRA 2014. ÉVI

XV. ÉVESREJZÉSI FELHÍVÁS

„VENDÉGLŐI TEVÉKENYSÉG

VÉGEZÉSE”

Rendkívüli pályázati felhívás:

2015. július 10. - 11. - 12.

Bemutatói határidő:

2015. ÁPRILIS 29. 12 óráig

A pályázati körre megtekintendő

és felhívás: www.dvny.hu

www.dvny.hu

www.dvny.hu

Felhívás: www.dvny.hu

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

Dévényes Város

PÁLINKACEFRE KÉSZÍTÉS ABC-je 3. Szakmai Fórum

A belépés ingyenes!

**Szeretettel meghívjuk bérfőzetőinket,
érdeklődőket szakmai rendezvényünkre
2015. április 18-án, szombaton.**

Rendezvény helyszíne:

Hárs Hotel Konferencia terem, Gyomaendrőd

A rendezvény előzetes programja: (váltóval és jogai kerültek)

14.00 - 14.10 Köszöntő!

14.10 - 15.00 2015-ös fejlesztési irányok a borsosítás, termelési tapasztalatok

Ignác Tibor - Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra

15.15 - 16.00 Gyógyászati alkalmazások a pálinkagyártás technológiájában

PhD. Kovács Attila - Budapest Corvinus Egyetem

16.15 - 17.00 Segédanyagok alkalmazása a profil céltűzésben

Dr. Kovács István - Kiskörmend Helyi Önkormányzat

17.00 - 17.10 Pálinka verseny eredményhirdetése, nemesítő megítélés

17.10 - 17.20 Tompa-alkalmazás a kérésztől kérésztől

17.20 - 20.00 Főzéldalok, partmentálók, pálinkaalkalmazás

Belépéshez regisztráció szükséges a terem hirtelen

belépésének miatt (max. 100 fő)

Telefonon: 06-20/542-5007

vagy e-mailben:

ignaczneilles.erzsebet@pamail.hu

Szívégyünk a pálinka!

www.hung.hu

TETŐSZIGETELÉS

-lapozók és pincék szigetelése, felújítása,

ultraszónikus hőszigeteléssel is

-épületek utólagos felszigetelése,

-lakóépületek felújítása, átalakítása

GARANCIA, RÉSZLETFIZETÉSI LEHETŐSÉGI

Kérje ingyenes árajánlatunkat!

KVÁDER Kft. 06-66/570-050, 06-20/9618-874

www.kvader.hu

e-mail: kvader@kvader.hu

HIRDETME NY

Szeghalom Város Önkormányzata felhívja az érdeklődőket, hogy az alábbi

ingatlanokat

- Szeghalom, Tildy u. 20-24. A. lph. II. em. 1. sz. alatti lével 53,55 m² nagyságú

társasház lakást, kiadással ára nettó 4.530.000,- Ft (az ár mentes az adó alól)

- Szeghalom, Tildy u. 20-24. A. lph. II. em. 8. sz. alatti lével 53,55 m² nagyságú

társasház lakást, kiadással ára nettó 4.310.000,- Ft (az ár mentes az adó alól)

- Szeghalom, Tildy u. 20-24. A. lph. IV. em. 2. sz. alatti lével 50,19 m²

nagyságú társasház lakást, kiadással ára nettó 3.790.000,- Ft (az ár mentes az

adó alól)

- Szeghalom, Tildy u. 20-24. A. lph. IV. em. 5. sz. alatti lével 50,19 m²

nagyságú társasház lakást, kiadással ára nettó 3.670.000,- Ft (az ár mentes az

adó alól)

- Szeghalom, Tildy u. 20-24. B. lph. II. em. 5. sz. alatti lével 50,19 m² nagyságú

társasház lakást, kiadással ára nettó 4.790.000,- Ft (az ár mentes az adó alól)

Az ingatlanok megtekintésével kapcsolatban a Polgármesteri Hivatal (Hivatali

Irodájával) az 8. főosztályon egyeztetni. Tel.: 06/333-142)

Ültetvények helye és ideje: Városi Polgármesteri Hivatal Szeghalom,

Szombathely 4. 8. 45. sz. Torgyalterem, 2015. április 3. péntek reggel

8.00 óra. Árnyéklapokkal kapcsolatban részletes tájékoztató érkezik

a Polgármesteri Hivatal Műszaki Irodájában (II. em. 5. sz.) személyesen vagy

érdeklődni lehet a 06/371-342-es telefonon.

Ültetvényrakásokra való részvétel feltétele: a lakosnak az 1% ának befizetése

a Polgármesteri Hivatal ház peretárolás, vagy átalakítás a Hivatali beállítás

szelvényén 2015. április 2-án csütörtökön 12.00 óráig. Az előleg a vevőre

bevezetést, nem nyertes ültetvényre részletes tájékoztatóra kerül.

Kedves Vásárlóink!

Lassan lekerül a télikabát és
előkerül ami eddig takarva volt!
Ne aggódj!

Mi is ebben a cipőben járunk!
Arra döntöttünk, hogy
elkezdünk mozogni!

Úgy gondoljuk, többen jártunk így, ezért
üzletünk kínálatát **FITNESS** gépekkel,
kiegészítőkhel és sportjátékokkal bővítettük!

Mobil Color Szaküzlet 20/529 5935 66/470 187
5520 Szeghalom, Széchenyi u. 20.

MINDENT A HÁZ KÖRÜL...

nyílászárók beépítése,
-párkányok, könyökölők,
-redőnyök, reluxák,
-szunyogháló,
-kőművesmunkák,
-gipszkaronasz, burkolás,
-festés, másolás,
-homlokzatdíszítés,
-előtetők, kerítések
készítése,
-esőcatorna cseréje,
-tisztítás,
-fűtőrendszer, nyírás,
-gallytalanítás, borotválás,
-szőcsérvásítás,
-fagyás, hasogatás.

ZSIGMOND-SOLVER Kft.
www.zsigmond-solver.hu
info@zigmond-solver.hu
06/30/318-0654

PÁLINKACEFRE KÉSZÍTÉS ABC-je
3. Szakmai Fórum

A részvétel ingyenes!

Szeretettel meghívjuk börtölözőinket, érdeklődőket szakmai rendezvényünkre **2015. április 18-án, szombaton.**

Rendezvény helyszíne:
Hárs Hotel Konferencia terem, Gyomaendrőd

A rendezvény előzetes programja: (völkertudás, régi konyhák)
14.15-14.30: Köszöntő
14.30-15.00: 2015-ös tájékoztató a bemutató, termelési folyamatokról
15.00-15.30: Szarvasi Pálinka Manufaktúra
15.30-16.00: Gyakorlati feladatok a pálinkafőzés technológiájáról
16.00-16.30: Kóstoló - kóstoló - kóstoló
16.30-17.00: Szarvasi Pálinka Manufaktúra a pálinkafőzés technológiájáról
17.00-17.30: Szarvasi Pálinka Manufaktúra a pálinkafőzés technológiájáról
17.30-18.00: Szarvasi Pálinka Manufaktúra a pálinkafőzés technológiájáról
18.00-18.30: Szarvasi Pálinka Manufaktúra a pálinkafőzés technológiájáról

Bérléshely regisztráció költsége a terem kifizetése
befizetése miatt (max. 100 Ft)
telefonon 06/20/5425-007
vagy e-mailben:
info@zigmond-solver.hu

Szavazunk a pálinka!
www.hunig.hu

FIGYELEM, TAVASZI SZÉNAKCIÓ!

Felsőnyárádon március 16-tól március 31-ig

Csomagolt díó/borsoszen 25 kg-es kiszsákos
kiszáras bruttó **825 Ft/zsák (33,00 Ft/kg)**,
minimálisan rendelhető mennyiség **40 zsák**

big-bag zsákos szén raklapon **1.000 kg-es**
kiszáras bruttó **2.500 Ft/kg (25,00 Ft/kg)**

az ország egész területén
postai úton házhoz szállítva

További információ: **www.ormosszen.hu**
06 30 528-1082

VEGYES

Szarmuvelő kultivátor, SPC-6
vetőgép. Lajta-S2 vetőgép eladó.
Érdeklődni lehet: **06-36/70/312-3813**

Őszó mál eladó. Érdeklődni:
06-36/70/210-7084

Fort Bonnia 20-as gyermek-
kerekpár eladó. Irányár: 12.500
Ft. Érdeklődni lehet: **06-36/70/366-9104**

TETŐSZIGETELÉS
Kedvező ár, garancia!
06-20/9618-874
www.kivardelnk.hu

Paradicsom palánta eladó.
Érdeklődni lehet: **06-36/30/504-6852**

Vasár, fémek, teljes hagyományok
vásárlók! Lomtalanítás, tünnök
illetve szemét elszállítását vállalom.
Hívásra házhoz megyek. **06-36/30/522-7714**

Kisbálványhoz ágyaró és 220 V-
os CO-hegesztő eladó. Érdeklődni
lehet: **06-36/30/2372-291**

Pellet kazán eladó. Érdeklődni:
06-36/36/8456-374

Hauck hordozható,
összecsatolható gyermekágy
(készség méretű) eladó. Irányár:
8.500 Ft. Érdeklődni: **06-36/20/916-3308**

Felpart gépek eladó. Érdeklődni:
17 óra után. Telefon: **06-36/20/286-8977**

Szafa házhoz szállítással. **06-36/30/228-0881**

Műanyag tisztító víz eladó
200 Ft/kg. Érdeklődni: **06-36/20/941-5540**

Kukorica eladó. Érdeklődni:
06-36/20/562-5105

Tápközlés karaklé, karikák, kel,
fejes káposzta, brokkoli, zeller,
paprika palánták, cserepes
paradicsom eladó. **06-36/30/625-2593**

Búza, kukorica eladó. **06-36/30/425-7434**

Ültethető TV paprika palánta -
2.800 db - eladó. Érdeklődni:
06-36/70/342-9834

Árpa eladó. Érdeklődni: **06-36/30/293-8378**

Klebálva azalma, gycpazóna
eladó. Érdeklődni lehet: **06-36/30/3540-869**

Változó burgonya eladó.
Érdeklődni lehet: **06-36/30/251-4107**

Zsákoló kocsik, üthető eladó.
06-36/471-811

Klebálva lucmászóna eladó.
Érdeklődni lehet: **06-36/20/969-0406**

DANIEL OPTIKAI STATION
Szarvas, Kossuth u. 34.
Létező és új szemüveg
Szemvizsgálat
06/20/4980-656

Csompakályos és cimbalom
eladó. Érdeklődni lehet: **06-36/20/367-6889**

Minden hónap első péntekén 20
órától újra éjszakai műsorok a
Szarvasi Szent Klára
Gyógyfürdőben. **06/62/11-6884**

Motokárda eladó. Érdeklődni:
06/36/318-007, az első órában

Nagybálva gycpazóna eladó.
06-36/20/380-3323

Ültethető kutyabarkák, kínai kel,
fejes káposzta palánta eladó.
Érdeklődni lehet: **06-36/30/93-2579**

Leter 8-30-as falazóblokk csőcső
eladó. Érdeklődni lehet: **06-36/70/41-3047**

Fémkarsók detektorral vállalom
alvászati tértárgyak felkutatását,
földalatti tértárgyak felkutatását, etc.
Érdeklődni lehet: **06-36/30/288-8923**

150 literes akvárium háttérrel,
alványval eladó. Érdeklődni:
06-36/30/9285-776

Óshanos kőgőlközők, sárga,
piros, fehér vetőmagok kaphatók.
Érdeklődni lehet: **06-36/30/451-472**

Új lámpák, asztalok, karók,
szekrények eladó. Érdeklődni lehet:
06-36/30/886-4914

Szentoson ültetett szén
eladó. Érdeklődni: **06-36/30/9115-810**

40 db klebálva szén és
zabszalma eladó. Érdeklődni
lehet az alábbi telefonszámon:
06-36/30/675-5100

Szarvas Város Önkormányzata
meghirdeti "A legszebb
konyhatek" című versenyt. A
versenyben történő részvétel
feltétele: az illető a programhoz
önként kíván csatlakozni,
rendelkezni saját tulajdonú vagy,
vagy számára megmunkálásra
átengedett: balkonnal, kerttel,
udvarral, telekkel, földterülettel,
ahol konyhatekzi szőlőszőlőket/
gyümölcsöket termeszt.
Jelentkezési határidő: 2015.
április 30. Jelentkezés:
jelentkezési lap kitöltésével és
leadásával, amely kártyát és
lehető: Polgármesteri Hivatal
(Béke u. 1.) vagy Hajdú Pál
Szarvas, Árpád 9/8.

Eladó vagy eladószóható újszerű
200 W-os, bass, hangfal
(70x70x30) és gyalupad -
szapadát alakítva nagy szőlő
-forgatható kőszőlő. Érdeklődni
lehet: **06-36/30/521-3109**

Bukk, fagy, gyertyán
TÚZIFA
keményítő fűtőanyag eladó
Szarvas, Borsos út 3-as kapu
Tel: **06/70/425-8902**

Költészet Napi vetélkedő & versmaraton

2015. április 10. Péntek
17 óra

Tisztelt Békésszentandrási Lakosok!
KEDVES CIVIL- ÉS SPORTSZERVEZETI TAGJAIN! KEDVES INTÉZMÉNYEK DOLGOZÓI!

Szentelünk egy estét a költészetnek
ÁPRILIS 10-ÉN (PÉNTEK) 17 ÓRÁTÓL
a Körös Művelődési Ház és Könyvtárban!

Szeretnénk csapatsport vetélkedőt
szervezni a verskedőknél!

Szeretnénk, hogy az íródom
közösségi életéhez is köthető legyen,
és közben jól szórakozzunk!

Várjuk 7-14 éves csapatok jelentkezését április 7-ig (hétfő).

KERÉKPÁRRAL A KÖLTÉSZET NAPJÁN 2015.04.11. (szombat)

Kedves békésszentandrási lakosok! Kedves gyerekek és felnőttek!

ÁPRILIS 11-ÉN, JÓZSEF ATTILA SZÜLETÉSNAPIJÁN
mindenkét szeretettel hívunk,
hogy látogassuk meg az **ŐCSÖDI EMLÉKHÁZÁT**
egy KÖZÖS KERÉKPÁRTÚRAVAL egybekötve.
Ebédet az Őcsödi Kerékpáros Klubtól kaphatunk!
Mindenki hozzon magával láthatósági mellényt, vizet és uszonszót.
A program rossz idő esetén elmarad. A szervező

EBÉD UTÁN
MESEKINNYT JÚK
A KÜLÖNLEGES
ŐCSÖDI NAGYTEREPI
ÉS HANGTÖRNYÖT.

INDULÁS:
9 ÓRA (PIACIÉTER)

Hazaérkezés:
16 óra (piac)

Őcsöd **József Attila Emlékház**

Szerzői nyilatkozat

Alulírott Ignác Tibor János _____ (név)

Pálinkamester szakirány _____ (szak, tagozat)

kijelentem, hogy a **Hármas-Körös Pálinka Manufaktúra Reklám Kampány 2015** _____

_____ című

szakdolgozat a saját munkám eredménye. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

Budapest, április . 26 _____

a hallgató aláírása