

Fókuszban az üzlet



Vodafone
Power to you



Merészek a magyar cégvezetők

Legalábbis az Ernst & Young legfrissebb Tőkebizalmi Barométere szerint merészebbek a jövőt illetően, mint régiós társaik, akik főleg a megfontolt lépésekben hisznek. Talán azért, mert a magyar vállalkozók úgy érzik, itt az ideje kiengedni a féket, és teljes erőbedobással az üzletre koncentrálni? Felpörgetni az eddigi nyugodt tempót, és megszerzett tapasztalataikkal, piaci ismereteikkel lépni végre egy nagyobbat? Ha így gondolják, hát, hajrá – mi mellettük, azaz Önök mellett állunk. Nem csupán telekommunikációs partnerként. Vállalkozói ismereteket, a jelen és a jövő újdonságait, céges és emberi kérdéseket veszünk sorra, „beszélünk át” a Fókuszban az üzlet negyedik számában.

Az imént idézett felmérés szerint a régióban megkérdezett vállalatok fele, 52 %-a számít bevételei növekedésére, amely kétszerese az előző évi várakozásoknak. Ezzel párhuzamosan jelentősen emelkedett a fejlődésre koncentráló cégek aránya is, ez az arány Magyarország tekintetében közel duplájára nőtt. Idén a hazai válaszadók 42 %-a kiemelt céljának a terjeszkedést jelölte meg. Ha Ön is erre készül, nem árt, ha tudja, hogyan működtethet eredményesen egy webáruházat, érdemes-e a cégét a Pinteresten vagy az Instagrammon is megfuttatni, vagy hogy az M2M technológia segítségével miként teheti hatékonyabbá az ügyfelek kiszolgálását. Ezekre a kérdésekre mind választ kaphat a kezében tartott kiadványból. Lapozzon bele, olvassa és használja tippjeinket! Önnek szólnak.

Lekrinczki Krisztián

B2B kommunikációs szakértő

Tartalom/ Tudás, ami jár Önnek

Szakértőink / Akik segítenek Önnek 06

Vállalkozom, tehát vagyok / Váljon még profibbá! 08

Elmentek a felhők: most jó vállalkozni	10
Vállalatirányítás professzionális módon	11
Mi a gond az időgazdálkodással?	12
Projektmenedzsmentről felnőtteknek	13

Csapatjáték / Emberközpontú vállalkozás 14

Kemény döntések: miként segíthet az elbocsátott munkatársaknak?	16
A vezetőnek mindenhez kell értenie?	18
Hogyan kezeljük a csapat Fenegyerekét?	19
A munkahelyi pletyka is hasznos lehet!	20

Like-világ /Használja a közösségi oldalakat! 22

Van-e élet a Facebookon túl?	24
Pinterest	24
Instagram	25

Profitáljon többet! / Új üzleti lehetőségek 26

Ilyet is tud az adóhatóság: elő a mobilokkal!	28
A kattintások nyomában – Tippek a keresőmarketinghez	29
Így nyisson boltot az interneten	30
Videókkal a vevőkért (infografika)	32
Online vevővádaszat: tipikus hibák, amelyekbe belefuthat	34
Az M2M alapú taxi	35



Feketén-fehéren / Kisokos a cégügyekhez 36

„Ez kinek a feladata?”	38
Végelszámolás, felszámolás, kénysztörlesztés – hogyan tűnhetnek el partnereink?	40
Itt az új időszámítás: mi változik az uniós támogatásoknál?	41
Művészek, sportolók és médiamunkások: kinek jó és mennyibe kerül az ekho?	42
Eladom a titkom...	44
7 munkajogi hiba, amiért Önt is százezrekre büntetik	46

Kávészünet / Lazítson a nyakkendőn! 48

Kötelező olvasmány – üzletembereknek 	50
Éttermet nyitni – vendéglátós tapasztalat nélkül 	52

Okos eszközök / Hasznára válnak! 54

Álljon fel a fotelből! 	56
Mozgásra sarkall: Polar Loop aktivitásmérő karperec 	58
Pendrive már a mobilhoz is!	59
Megérkezett a Windows Phone 8.1	60
A legjobb gyorsító 	61
Roaming alapozó 	62
Játszani tudni kell	63



Házhozszállítás

Regisztráljon a vodafone.hu/fokuszban oldalon, és díjmentesen kiszállítjuk önnek kiadványunkat minden negyedévben.

Szakértőink / Akik segítenek Önnek



Bodnár Csaba / újságíró

csaba.bodnar@mobilarena.hu

A Mobilarena főszerkesztő-helyettese, a Gazdasági Rádió hallható Szenzor című műsor szerkesztője és műsorvezetője, a Veletech nevű telekommunikációs és szórakoztató-elektronikai rendezvénysorozat ötletgazdája, szervezője. A szektor iránti rajongása évek óta töretlen, így nemcsak a friss készülékeket, hanem a különféle technológiai újításokat és a gazdasági eseményeket is figyelemmel kíséri.



Gáspár András / közgazdász, a Privátbankár.hu főszerkesztője

gaspar.andras@privatbankar.hu

Két éve vezeti a Privátbankár.hu szerkesztőségét. Küldetése, hogy a gazdasági, pénzügyi híreket és alapismereteket mindenki által érthető nyelven és formában adja tovább, hiszen pénzügyei annak is vannak, akinek nincs közgazdász-diplomája.



Vojnits Bálint / közgazdász, leadership coach, mérlegképes könyvelő, startup-mentor, innovációs szakértő

vojnits@concilium.hu

Számos hazai és nemzetközi startup vállalkozás alapítója, a hálózat kutatás alapú szervezetfejlesztés úttörője, a Nemzeti Innovációs Hivatal startup-mentora, iskola-alapító, tapasztalt leadership coach, üzletember. Nemzetközi referenciákkal rendelkezik, legújabb az innováció és a fenntartható értéktérítés területén magyar és angol nyelven.



Fodor Balázs / termékfejlesztő

Nyolc éve dolgozik a Vodafone kötelékében. Szakterülete a Mobilinternet, a Smart megoldások, az m-commerce és az e-commerce. Hobbija az online marketing, a SEO és a szakzsajtó követése. Meg a kerékpár. Részt vett a Vodafone Cloud szolgáltatás elindításában, dolgozott digitális tartalmak digitális disztribúcióján, de szállított óriás kijelzős okostelefon-játékot a Sziget fesztiválra is. Pillanatnyilag az NFC technológia termékkialakításával foglalkozik.



Toba Krisztina / keresőmarketing-tanácsadó

toba.krisztina@hdmktg.hu

Tanulmányait a Modern Üzleti Tudományok Főiskoláján és a Budapesti Gazdasági Főiskolán végezte. Két éve foglalkozik kattintásalapú hirdetési (PPC) kampányok menedzselésével és webanalitikai elemzések készítésével. Szakterülete az előbbieken túl az e-mail marketing, de cége, a HD marketing oktatásainak szervezését is koordinálja. Számos neves vállalkozás YouTube-kampányát kezeli.



Héjj Szilárd MarketingArc / online marketingszakértő

szilard@marketingarc.hu, hu.linkedin.com/in/marketingarc

Lassan egy évtizede színesíti a hazai kommunikációs szakma széles palettáját. Si-kereiből erőt merítve három évvel ezelőtt úgy döntött, hogy megpróbálja vállalkozóként, külső tanácsadóként segíteni a cégek marketingkommunikációját. Számos hazai megrendelő mellett már külföldi piacon lévő magyar vállalkozás is található az ügyfelei között. Kedvenc területe az online és a közösségi marketing, de nem íjod meg akkor sem, ha a hatékony értékesítéshez kapcsolódó projekteken kéri a segítségét.



Hoffmann Gábor / okleveles közgazdász, munkajogi, menedzsment- és emberi erőforrás tanácsadó

gabor.hoffmann@eucsport.hu

Több mint 10 éve foglalkozik a kis- és középvállalkozások szervezési és hatékonysági problémáival. A Munkaviszony.hu Kft. tulajdonosa, illetve jelenleg az EU-Jobs Munkaerő-kölcsönző Kft. szakmai vezetője. Rendszeresen publikál a Munkaugy.co.hu oldalon. Meggyőződése, hogy a kkv-szektor hatékonysága a vezetők felkészültségén és a szervezési elveken múlik. A rugalmas foglalkoztatási formák szakértője.



Zajdó Csaba / közgazdász, a ShopRenter.hu Kft. ügyvezetője

shoprenter.hu

A cég alapítójaként és ügyvezetőjeként évek óta webáruházak fejlesztésével és tanácsadással foglalkozik. A magyar e-kereskedelem fejlesztésének szószólója. Nemcsak tanítja az online értékesítést, de vállalkozásán keresztül a gyakorlatban is igyekszik ezt a tudást megvalósítani. A mai napig több mint 1000 átadott webáruház fűződik cégé nevéhez.



Molnár Imre / stratégiai tanácsadó, coach

www.gsconsulting.hu

Mérnök és közgazdász diplomával coach-ként, tanácsadóként manapság elsősorban szervezetfejlesztés, változtatásmenedzsment és vállalati stratégiaalkotás területén támogatja a vezetőket saját cégének berkein belül. Nemzetközi projekteken edződött szakértőként nem csupán nagyvállalati, de kkv piaci ismeretekkel, üzletfejlesztési gyakorlattal is rendelkezik. Gyakorlott vállalatvezetőként megjárta jó pár hazai és nemzetközi cég menedzsmentjét, üzleti iskoláját. Munkája mellett az önképzés lelkes híve, jelenleg a Nyugat-magyarországi Egyetem Széchenyi István doktori (PhD) iskolájának végzős hallgatója.



Trenger Csaba / ERP szakértő

csaba.trenger@trl.hu

A TRL Hungary Kft. ügyvezetőjeként a Maconomy integrált vállalatirányítási rendszer regionális képviselője 2000 óta. Másfél évtizedes tapasztalattal rendelkezik az ERP bevezetés és működtetés terén. Ismeretei a hazai kisvállalati környezettől a nemzetközi cégcsoportokig terjednek.



Papp Eszter / független business coach

hu.linkedin.com/in/pappeszter

„Több mint 15 éves kommunikációs és középvezetői tapasztalattal rendelkezem, illetve az elmúlt három évben egyéni és csoport coaching folyamatokban dolgoztam. Értő figyelemmel, hatékony kérdezéstechnikával és erőszakmentes kommunikációval – asszertív módon, a megoldásokra fókuszálva – foglalkozom. Ügyfeleim szerint erősségem, hogy gyorsan védett közeget tudok kialakítani, amelyben szívesen megnyílnak. Valamint a komfortzónájukon belül is eredményes megoldásokkal dolgozunk, ezért belső készletet éreznek a változásra: lelkesen és motiváltan haladnak a kitűzött cél felé.”



Szvetelszky Zsuzsa / szociálpszichológus, pletykakutató

szvetelszky@gmail.com

Több mint tíz évvel ezelőtt könyvet írt a pletykáról: azóta vállalatok, szervezetek és települések számára végez kutatásokat, amelyekben az informális kommunikáció rejtett jelenségeit tárja fel. Az ELTE oktatója, emellett vendégként tanított a Szegedi Tudományegyetemen, a BME-n, a Kürt Akadémián és a HH Interim Menedzsment Akadémián.



Vállalkozom, tehát vagyok / Váljon még profibbá!

Elmentek a felhők: most jó vállalkozni
Vállalatirányítás professzionális módon
Mi a gond az időgazdálkodással?
Projektmenedzsmentről felnőtteknek

Elmentek a felhők: most jó vállalkozni

2013-ban is a tervezettnél 15%-kal több beruházást sikerült véghez vinnie a magyar cégeknek, 2014-ben pedig még ennél is 30%-kal nagyobb összeget terveznek beruházásra költeni a magyar kkv-k.

Amióta 2008-ban lesújtott a nagybetűs Válság az európai vállalatokra is, magával sodorva korábban prosperáló cégek ezreit, sorra jelentek meg azok az üzleti hangulatjelentések és prognózisok, amelyek sötétebbnél sötétebb képet festettek a magyar vállalkozások kilátásairól, jövőképeiről.

Akik azt sem tudják, hogy válság volt

Közben viszont belépett a piacra egy olyan generáció, amelynek esze ágában sincs panaszkodni. Tekintve, hogy amikor még két kézzel öntötték az olcsó hitelt a vállalkozásokra, amikor a vevők ugyanilyen olcsó hitelből habzsolták a vállalkozások termékeit és szolgáltatásait, akkor ők még jó esetben is csak az iskolapadban ültek. Ebből adódóan most nem azon nosztalgálnak, hogy régen minden jobb volt, és nem nyögik korábbi rossz döntéseik következményeit sem – egyszerűen csak alkalmazkodnak ahhoz a piaci környezethez, amellyel akkor találkoztak, amikor elindították életük első vállalkozását.

Emellett a nemzetközi hangulat is fokozatosan javul, a sokszor finomhangolt válságkezelő intézkedések (és a piacokra öntött milliárdok) hatása már érződik. A nehéz éveket átvészelt cégek a – kényszerűségből – racionalizált működési modelleknek köszönhetően megerősödve, új és inspiráló konkurenciától feltüzelve, nagy reményekkel vetik bele magukat újra a versenybe.

Jönnek a vevők, ideje beruházni

A GE Capital hét európai országban, köztük Magyarországon végzett felmérése szerint végre tényleg nagyok itthon is a remények. Ebben az is közrejátszik, hogy már 2013-ban is a tervezettnél 15%-kal több beruházást sikerült véghez vinnie a magyar cégeknek, 2014-ben pedig még ennél is 30%-kal nagyobb összeget terveznek beruházásra költeni a magyar kkv-k.

Európa már évekkel ezelőtt a kis- és középvállalkozások felé fordult: felismerték a bennük rejlő potenciált: a GDP alakításában és a munkanélküliség visszaszorításában betöltött szerepüket – a szektor így komoly támogatásra számíthat az egész unióban. Magyarországon a felmérés szerint a tervezett fejlesztések harmada uniós forrásból valósulhat meg, másik harmada saját tőkéből – biztató jel azonban, hogy egyre többen hajlandóak már hitelt is felvenni a beruházásaikhoz.

A legtöbbet a termelőeszközökre költenek idén a cégek: 1 866 milliárd forintot, azaz kétszer annyit, mint 2013-ban, ami hatalmas ugrást jelent. Több mint 60%-kal nőtt a haszongépjárművekre szánt összeg is az előző évhez képest. A vállalatok főleg azért költenének beruházásra, mert meglévő berendezéseik amortizálódnak, de a válaszadók közel fele már a kereslet fellendülésére számítva a hatékonyság javítása, a kapacitások bővítése érdekében fektetne be nagyobb összegeket.

Végre többen látják szebbnek a jövőt

Összességében sokkal bizakodóbbak a magyar vállalkozások: egy éve még jóval többen voltak a pesszimisták (a felmérésben résztvevő országok közül nálunk egyedülként), 2014-re viszont már megfordult a trend, jelentősen nőtt a gazdasági kilátásaikat optimistán látó cégvezetők száma, és 10%-os túlsúlyba kerültek azok, akik pozitívan látják a jövőt. Ezzel még sajnos mindig le vagyunk maradva régiós versenytársainktól (Csehország: 37%, Lengyelország: 45%), de egy év alatt nálunk javult a legtöbbet a vállalatok jövőképe. Ennek eredménye az is, hogy a cégek több mint egyharmada létszámbővítést tervez, így a kutatás szerint közel 51 ezer új munkahely jöhet létre.

Vállalatirányítás professzionális módon



Az ERP rendszerek már nemcsak a nagyok játékszerei

A betűszó az angol „Enterprise Resource Planning” kifejezés rövidítése, amit magyarul vállalatirányítási rendszernek neveznek. Kezdetben az ERP rendszerek a gyártási, készletkezelési, majd később már a kapcsolódó pénzügyi és számviteli folyamatokat kezelték.

Egy korszerű, integrált vállalatirányítási rendszer mára kiterjed többek között az ügyfél-kezelés, az értékesítés-beszerezés, az emberi-erőforrás kezelés, a projektmenedzsment és az üzleti intelligencia folyamataira is. Azon felül, hogy egy ERP rendszer lefedi a szervezet számlázási-, pénztári és banki tevékenységeit és kivált számos belső nyilvántartást, legnagyobb előnye a cég tevékenységeihez kapcsolódó folyamatok hatékony támogatása. Ezek természetesen a gyártó, kereskedő és szolgáltató cégek esetében nagyon eltérőek lehetnek.

A kicsik is labdába rúghatnak

– Az ezredforduló előtt az ERP rendszereket elsősorban nagy gyártó vállalatok részére fejlesztették – magyarázza Trenger Csaba ERP szakértő. – Ma már jóval kisebb, akár 10-20 fős szervezetek is használják vállalatirányítási rendszereket és nemcsak a termelő szektorban, hanem a szolgáltatócégeknél, non-profit szervezeteknél és a közigazgatásban is. Vannak továbbra is elsősorban a gyártó vállalatok igényeire fókuszáló rendszerek, mint például a Microsoft Dynamics NAV, míg a projektalapon működő szervezetek egyik iparágspecifikus megoldása a Maconomy.

Miben segítenek a vállalatirányítási rendszerek?

A bevezetés során szabványosítják a szervezet folyamatait, ezáltal a tevékenységek meghatározottak, követhetőek, mérhetőek és javíthatóak lesznek. Lehetővé teszik, hogy a szervezet adatai egy egységes rendszerben legyenek, illetve ezeket az adatokat szinte bárhol és azonnal el is tudjuk érni. Egy iparágspecifikus ERP számos úgynevezett legjobb gyakorlatot (best practices) tartalmaz, így ha egy cégnél nem jól szabályozottak a belső folyamatok, sokat segíthet a bevezetése.

Mit NE várjuk egy ERP rendszertől?

- helyettünk rögzíti az adatokat – viszont elég egyszerű megtenni,
- helyettünk hoz üzleti döntéseket – de automatizálja a döntési folyamatokat,
- minden alkalmazásunkat leváltja – bizonyos feladatokra ezzel együtt célszoftvert érdemes használni,
- pontosan a meglévő működésünket fogja leükrözni – használjuk ki a rendszerben levő tudást!

Hogyan válasszunk ERP rendszert?

ERP beszerzéskor két dolgot választunk: vállalatirányítási rendszert és bevezetést végző céget.

A rendszer tekintetében a legfontosabb, hogy illeszkedjen cégünk iparágához és működési modelljéhez, illetve az elvárásainkhoz. Ha szolgáltató vállalkozásunk van, ne válasszunk gyártásra kifejlesztett ERP-t, még ha ebből is van a legtöbb a piacon. A bevezetést és később a támogatást végző cég kiválasztásánál pedig hozzánk hasonló referenciákat és hosszútávon megszerzett tapasztalatot keressük.



Példa

A 30 fővel működő Vanessa Kft. 2008-ban vezette be a Maconomy vállalatirányítási rendszert, fő tevékenységei közé tartozik a pályázati és közbeszerzési tanácsadás.

Elsősorban azért döntöttek az ERP kipróbálása mellett, hogy a különböző üzleti folyamataikat (ajánlatírás, pályázati anyagok összeállítása, majd követése, tanácsadási projektek végrehajtása, pályázati monitoring) egy rendszerben tudják nyomon követni. Egy olyan rendszerben, amely az összes kiegészítő feladatot (számlázás, pénzügyi és egyéb nyilvántartások, könyvelés, partnerkapcsolatok kezelése, munkaügyi rendszer) is ellátja. Ennek köszönhetően ma már könnyen tudnak olyan kérdésekre válaszolni, hogy egy adott pályázat támogatása mennyi költséggel és bevétellel járt, milyen feladatokat kell elvégezniük egy fix időszakban, egy ügyfélhez mekkora profit tartozik, vagy milyen a munkatársak leterheltsége.

Mi a gond az időgazdálkodással?

Talán az, hogy Einsteinnek igaza van. Az idő relatív.

Aki vitorlázik, az tudja, hogy szélből kétfajta van – kezdi Molnár Imre coach. – A valódi szél és a látszólagos. Az egyik a parton fúj, az álló hajón, a másik menet közben érezhető. Sosem a parti szélben hajózik az ember, hanem menet közben, ahol már máshogy érezzük, ha szemből fúj és megint máshogy, ha hátszelünk van. Az idő is ilyen. Van egy abszolút idő, ami mindenkinek ugyanúgy telik. 60 másodperc egy perc, 60 perc egy óra, 24 óra egy nap... Ez a vezetőknek ugyanúgy telik, mint az alkalmazottnak. Csakhogy nem ebben az időben dolgozunk, hanem egy relatív időben. Ami viszont máshogy telik a cikk szerzőjének és olvasójának is. Néha rohan és észre sem vesszük, máskor vánszorog. Ugyanaz a 60 másodperc. Ebben dolgozunk, ebben próbálunk érvényesülni.



Találja meg a saját idejét!

Pont ez a baj az összes időgazdálkodásról szóló tréninggel. Ott az abszolút idővel foglalkozik mindenki. Azt próbálják jól beosztani, prioritizálni tanítanak és hatékonyak lenni. A bökkenő csak az, hogy maga a tréning is relatív időben zajlik. Nekem vánszorog, másnak rohan. Hogy hogyan kezeljük ezt, az viszont nem tanítható. Vannak trükkök, de biztosan nem tréning (dobozolt gyakorlatok) formájában lehet ráérezni, hogy az egyénnek mi működik.

Például, ha csörög a mobilja, az nem azt jelenti, hogy Ön akar beszélni. Ne vegye fel, csak ha tényleg ráér. Chatelni is klassz, de ha éppen élete legfontosabb pénzügyi tervét készíti, akkor ne hagyja, hogy megzavarják vele. Érdemes volna követni és leírni pár napig, hogy pontosan mivel mennyi időt tölt egy nap. Szinte biztos, hogy meg fog lepődni az eredményen. Például mennyi idő jut arra, hogy csak úgy ül és látszólag nem csinál semmit? Azaz gondolkodik és problémákat old meg.

Dolgozzon magán!

A klasszikus üzleti iskolák viszonylag sokat és strukturáltan tanítanak a stratégiai tervezésről, az analitikai eszközökről, azok programozásáról. Viszonylag keveset tudnak adni viszont a megvalósításhoz, a szükséges erőforrások, így az idővel való megfelelő gazdálkodáshoz, a stratégia menedzsmentjéhez. Erre vagy rájön az ember a maga és persze mások kárán, vagy nem, és akkor részt vehet egy újabb megvalósulatlan stratégia kialakításában.



Vegyen időt! – Kulcsár Tibor üzletember tippje

Ha sikeres akar lenni, vegyen időt. Minél több időt vesz, annál sikeresebb lesz, hiszen több időt tud a munkájára, a pihenésre vagy a tanulásra fordítani, attól függően minek van itt az ideje.

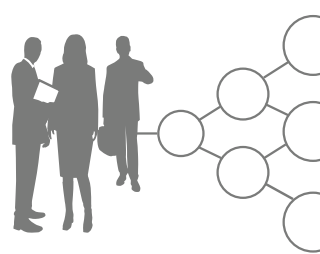
Hogyan kell időt venni? Úgy, hogy bizonyos tevékenységeket mással végeztet el, és fizet érte. Nézze meg egy napját. Írja le, milyen feladatokat végez. Csináljon ebből egy listát, és írja mindegyik tevékenység mellé, hogy erre vehető-e idő, vagy sem. Takarítás, mosás, főzés, fűnyírás – nyilván ez pénzbe kerül, de ha pontosan számol, akkor rájön, hogy nyer vele.

Nézze meg, melyek azok a feladatok a napi munkája során, amelyeket egy olcsóbb ember is el tud végezni. Ehhez tudnia kell az órabérét, és az ahhoz a tevékenységhez tartozó piaci órabért. Ha a piaci órabér kevesebb, mint az Öné, akkor csinálja azt, amit csak Ön tud elvégezni, és a többire alkalmazzon olcsó munkaerőt.

Hadd mondjak egy példát erre. 1990 körül történt az eset. Szüleim megkértek, hogy segítsék felásni a kertet. Azon kívül, hogy nem szeretek ásni, még 8 órát is elvitte volna a munka. Megkérdeztem, hogy egy napszámos mennyiért ásná fel a kertet. Azt mondták, ötezer forintért. Oké, mondtam, vegyetek fel egy napszámost, én addig elmegyek programozást tanítani. Nekem akkor ötezer forint volt az órabérem. Dolgoztam egy órát, abból a pénzből kifizettük a napszámost, és így vettem 7 órát. **Nekem akkor 31 órából állt a nap.**

Akkor jó, ha megérti, hogy az idővásárlás nem költség, hanem időárfolyam nyereségből eredő haszon!

(Kulcsár Tiborról bővebben az 50-51. oldalon olvashat!)



Projektmenedzsmentről **felnőttteknek**

A projektmenedzsment elsősorban gondolkodásmód. Nem speciális szoftver vagy egyedi szaktudás kérdése csupán, sokkal inkább arra alkalmas egyének strukturált, célvezérelt és módszeres tudásának, cselekedeteinek összességére.

Először tisztáznunk kell a fogalmat magát – véli tanácsadó szakértőnk.

A projekt definíciója szerint:

- konkrét célok és eredmények érdekében,
- adott idő-, költség- és erőforrás-korlátok között,
- meghatározott minőségi és teljesítménykövetelmények mellett,
- lehetőleg minimális „vagyonelem” (illetve erőforrás) felhasználásával,
- elfogadható kockázati szint mellett,
- valamilyen egyértelműen definiált „termék” (létesítmény, szolgáltatás, innovációs rendszer stb.) létrehozására irányuló tevékenység (illetve egy-mással összefüggő tevékenységsor).

A projekt jellemzői:

- a feladat „egyszeri”, nem ismétlődő,
- a feladat összetett, komplex,
- a feladat egyértelműen azonosítható,
- a feladat körül- és elhatárolható.

Jól látszik, hogy az ismétlődő tevékenységeket nem tekinthetjük projektnek. Egy üzleti terv, pénzügyi jelentés megírása vagy egy termék-bevezetési terv készítése nem lehet projekt. Noha sok vállalatnál annak tekintik.

A projekt valódi irányítása

Napjainkban a projektirányítás hozzátartozik a cégek mindennapjaihoz. Már régóta nem újdonság a különféle módszerek és eszközök használata, de például a projektmenedzsment-szoftverek iránti fokozott érdeklődéshez sajnos nem társul kellő tervezési-módszertani ismeret. Részben ennek is köszönhető, hogy a kezdeti felbuzdulás után a legtöbb helyen félmegoldásokkal is megelégszenek ahelyett, hogy kihasználnák a rendszerben rejlő képességeket.

Ezeket leginkább a következőkben érhetjük tetten:

- Sokan úgy gondolják, hogy csupán a program megvásárlásával megoldották minden problémájukat.
- Nem vezetnek be projektirányítási módszertant, sem ezzel kapcsolatos szabályozásokat a cégnél.

- Ha alkalmaznak is módszertant, és szabályrendszert is rögzítettek, elfelejtik azok összehangolását a számítógépes rendszerrel.
- Nem ismerik azokat a szabályokat vagy szabályszerűségeket, amelyekkel egy adott projektet gépre lehet vinni.
- Megfelelnek a szükséges szervezeti háttér és az információáramlási útvonalak létrehozásáról, a dokumentálás módszerének kidolgozásáról.

Épp ezért a projektek jelentős része nem valósul meg

És szinte majdnem mindig többbe kerül vagy tovább fog tartani, mint ahogyan tervezik az elején. A klasszikus projektmenedzsment négy fő lépése (definíció, előkészítési, megvalósítási és lezárási fázis) segíthet elkerülni rengeteg felmerülhető módszertani hibát. Természetesen itt is megtalálható az agilis projektmenedzsment módszertana, ahogyan a szoftverfejlesztésben. Bármilyen módszertant is követünk, a cél ugyanaz. Lehetőleg előre látva a végcél, tervszerűen haladjunk a megvalósítás irányába. Ha időközben változik a végcél, akkor már biztosan nem fogunk tudni megfelelni az adott projekt keretei között. Ezért is szoktak úgy fogalmazni, hogy vannak előre fixált végeredménnyel záródó, determinisztikus projektek és olyanok is, amelyek indulásakor még nem láthatjuk, hogy mivé is nőhetik ki magukat.

Az egyén a projektben

Itt is kiemelkedő a vezető szerepe. Egyfajta projektszponzorként egyrészt védőörnyöt biztosíthat a megvalósításhoz: iránymutatást ad a célokról és erőforrásokat biztosít. A megvalósítás már nem az ő dolga, azt bízta a profi projektmenedzsment teamre.

Az elmúlt évek során nagyot fejlődött a projektirányítási gyakorlat világszerte. Profi szervezetek alakultak a szakemberek támogatására is. A hangsúly erősen eltolódott az egyedi projektek irányításától a vállalati szintű, portfólió központú projektvezetés felé. Ugyanakkor ne feledjük, hogy mindennek a végén az Ember áll, aki megvalósít. Az egyén szerepét, súlyát nem hagyhatjuk figyelmen kívül.



Csapatjáték

/ Emberközpontú vállalkozás

Kemény döntések: miként segíthet az elbocsátott munkatársaknak?

A vezetőnek mindenhez kell értenie?

Hogyan kezeljük a csapat Fenegyerekét?

A munkahelyi pletyka is hasznos lehet!



Kemény döntések: miként segíthet az elbocsátott munkatársaknak?

Magyarországon egyelőre még nagyítóval kell keresni azokat a cégeket, ahol gyakorolják a gondoskodó elbocsátást, pedig mindez nem pénz, hanem jóval inkább szemlélet kérdése.

Bár számos vezető nem gondol erre, de az adott vállalkozás a leépítés után is sokat segíthet az érintetteknek. Egy ilyen nehéz döntés után is érdemes ugyanolyan odafigyeléssel viseltetni a munkatárs iránt, mint amikor még új kollégaként fogadták őt, és arról sem szabad megfeledkezni, hogy jó esetben az elbocsátott munkavállaló milyen sokat tett a cégért” – vallja Papp Eszter független business coach.

Mit jelent a gondoskodó elbocsátás?

A folyamat a vállalkozás és a munkavállaló együttműködésén alapul, a célja pedig annak elősegítése, hogy a dolgozó könnyebben el tudjon újra helyezkedni. Ehhez a munkáltató általában felhasználja a rendelkezésre álló külső (például adott városban vagy régióban lévő) és belső (vállalaton belüli) erőforrásokat. Teszi ezt annak érdekében, hogy az elbocsátottak indulatainak és negatív energiáinak átfordításával az álláskeresőket segítse elő, illetve, hogy a leépítésre szánt forrásokat a lehető leghatékonyabban használja fel.

Mely cégek az „első fecskék”?

Jellemzően a külföldi tulajdonban lévő társaságok ismerik és alkalmazzák ezt a típusú elbocsátást, hiszen nemzetközi tapasztalataik során felismerték a szolgáltatás jelentőségét. „Vannak már olyan profi HR-csapatok, amelyek ezzel a szemlélettel dolgoznak, és a témával szaklapokban, szakmai weblapokon is lehet találkozni. Ezek mind segíthetnek abban, hogy idehaza is elterjedjen ez a hozzáállás, és bekerüljön a köztudatba.” – véli Papp Eszter.

A helytelen kommunikációval akár a kulcsembereket is elveszítheti

Szomorú minden érintett számára, ha egy vállalat arra a pontra jut, hogy a csoportos leépítés elkerülhetetlen. De a business coach szerint a cég személyes márkájának – még egy ilyen nehéz helyzetben is – jót tesz, ha

gondoskodnak azokról, akik idejüket és energiájukat évekig a társaság felemelkedésébe fektették. Ha nem teljes bezárásról van szó, akkor a gondoskodó elbocsátás még inkább fontos, hiszen a létszámcsökkenés miatt az ottmaradóknak is felerősödik a bizonytalanság. Épp ezért gyakori probléma, hogy a megmaradt munkavállalók közül nem sokkal később éppen a kulcs emberek döntenek a váltás mellett. Számukra általában könnyebb is az elhelyezkedés. „Ha pedig ők lépnek, akkor borulhat minden, tehát kiemelt fontosságú a rájuk való figyelés és a stabilitás helyreállítása.”



Mivel segíthet az elbocsátottaknak?

- coachinggal: „Hogyan tovább?” témában (célok kijelölése és elérése),
- erősségeket feltáró, illetve karrier-coachinggal,
- lelki, munkaerő-piaci és vállalkozói tanácsadással,
- irodai és számítógépes-internetes háttér biztosításával,
- át- és továbbképzési lehetőségekkel,
- önéletrajzírással, próbainterjúk biztosításával stb.

Az elbocsátás megélése a gátszolyomathoz hasonlítható

Lelkileg több szakasz különíthető el: kezdve a tagadástól a teljes elengedésig. Ezt az időszakot sokak számára nehéz önállóan feldolgozni. A személyes konzultációk során ki lehet szűrni, hogy kinek milyen szintű támogatásra van szüksége. A szakértői segítséggel és a piaci igények feltárásával az elbocsátottak nagyobb eséllyel találhatnak új munkát. Ez a módszer lényegesen megkönnyítheti az álláskereső időszakát – főleg azoknál, akiknek csak egyszerűbb iránymutatásra van szükségük.

A vezetőnek mindenhez kell értenie?

Dehogyl! Pláne nem jobban, mint a szakértő kollégáinak. Ahhoz viszont értenie kell, hogy észrevegye, mikor szükséges a szakember segítsége.

Vezetőként azt kell észrevenni – veti fel Molnár Imre –, hogy az előttünk álló probléma hova sorolható, és annak megfelelő segítséget, szakértőt kell igénybe venni. Ha ez szervezetfejlesztés, ha stratégiai tervezés, ha vállalati kultúra-formálás, ha változtatásmenedzsment, mindre léteznek szakértők. Tessék csak használni őket!

Talajmechanika akkor és most

Úgy húsz éve e cikk írójának a talajmechanika egy szórótárgynak számított az építész karon. Hasonlóan, mint a matematika vagy a statika a többség számára. Az elején még könnyű, de idővel nehezedik... A vizsgák után a tanár így összegezte a lényegét. „Kollégák! Nehogy azt higgyék, hogy értenek a talajmechanikához. Amit az elmúlt két évből viszont meg kell, hogy jegyezzenek, az az, ha építészként találkozunk egy talajmechanikai problémával, akkor forduljanak talajmechanikushoz!” Nem véletlenül külön szak ez is, külön szakma, külön tudomány.

Nincsenek született vezetők

Mindenkinek képeznie kell magát. Legalább addig a szintig, hogy helyesen fel tudja mérni az előtte álló problémákat és lehetséges megoldásaikat. A legkézenfekvőbb önképzés az olvasás. Ez esetben az üzleti témájú, menedzsment könyvek értő olvasása. Evidensenek hangzik, de a gyakorlatban mégsem az. Vajon egy hazai vezető milyen gyakran olvas? És milyen gyakran olvas Druckert, Mintzberget, Godint, Prahaladot? Persze nincs idő, rohanunk az otthon és a munkahely között. Mégis! Ha valaki nem olvas, akkor beszélgessen olvasott emberrel – például egy coach-csal, akinek leginkább az a dolga, hogy tájékozott legyen.

Mire jó a coaching?

A coaching röviden egy olyan módszer, melynek során strukturált, értő beszélgetéseken és gyakorlatokon keresztül a coach afféle személyi edzőként segít ügyfelének abban, hogy az megoldjon egy problémát. A helyzettel és a problémával foglalkoznak, illetve a coachee szakmai személyiségével.

Mit csinál egy üzleti coach a gyakorlatban? Beszélget, belekérdez, provokál és elgondolkodtat. Mindezt persze szigorú módszertani alapokkal.

Hogyan válasszunk coach-ot magunknak?

Elsősorban közös választás ez. Azaz első pillanattól meg kell lennie a közös bizalomnak és szimpátiának, egyesek ezt hívják „kémiának”. Mindegy, hogy milyen akkreditált papírt lobogtat a coach-jelölt a coachee előtt – ha nincs meg a szimpátia, akkor nem fog működni. Ugyanakkor valamilyen papír kell. Ez jelzi ugyanis, hogy a coach tanulta a szakmáját, egy módszertant elsajátított és sikeresen levizsgázott belőle.

Van egy film, A vadon foglyai a címe. Kiváló példázata a könyvek és az olvasás erejének. Egy kiscső lezuhanása után ki élheti túl az alaszakai vadont: a már idős és nem annyira edzett, viszont olvasott, vagy a fiatal, energikus hős? Mit ér, ha valaki a könyvekből tudja, hogyan készítsen iránytűt gémkapocs, falevél és egy kis víz segítségével, vagy hogy miként célszerű viselkedni medvetámadás esetén? Ha valaki még csak nem is olvasott ezekről, annak löttek...

Szóval, no excuse, ha a túlélés a tét, és ez ne csak a végén derüljön ki!

Hogyan kezeljük a csapat **Fenegyerekeit?**

„A kolbászos rántottában a csirke csak érintett, de a disznó, az elkötelezett is.”

Azoktól, akik valamiben igazán profik, ne várjunk el kötelezettséget egy munkahely iránt. Pláne ne egy főnök iránt – véli coach szakértőnk. – Valamicskét ugyan hűségeselek lehetnek a munkahelyükhöz, ha ezt a szakmai profizmus megengedi, és ha meg is becsülik őket. **Amihez viszont biztosan hűségeselek, az a szakmájuk.** A szaktudásuk.

Egy profi orvos, IT fejlesztő, tanár, biológus nem a főnöke miatt dolgozik valahol és nem is a Brand az, ami vonzza. **Egyszerűen csak most éppen ott dolgozik, ahol. Amíg megbecsülik, értékelik.** Ha nem kapja meg az elvárt méltóságot, akkor előbb-utóbb kiábrándul.

A Fenegyerek egy szervezetben az a profi szakember, akit a főnöke szinte naponta ki akar rúgni, mégsem teszi meg.

Kicsit úgy, mint a középkorban az udvari bolond, aki bármit kimondhatott, mégsem vágták le a fejét. Nagyon hasznos szerepet töltött be és nemcsak szórakoztatott. Kicsit tanácsadószkodott, sőt talán mai szóval élve **coach-olta is a királyt.**

Ilyen Fenegyereknek nagyon jók lennének ma is. Pláne nagyobb, több ezer fős munkahelyeken, ahol a realitás, a végrehajtói szint nagyon messzire került a döntéshozóktól. Ahol több évtizede dolgozó termékenedszerek tényleg elhiszik, hogy a mosópor intelligens. Akik már hosszú ideje nem láttak valódi ügyfelet és azok valódi igényeit, és C.K. Prahalad szavaival élve, uralkodó gondolkodásmódtól fertőzöttek.

Az uralkodó gondolkodásmód a szervezeti intelligencia egy alapvető elemének tekinthető, míg a szervezeti tanulás a stratégia, a rendszerek, az értékek, az elvárások és a megerősített viselkedés szintjén jelenik meg, melyek aztán visszacsatolásokon keresztül magát az uralkodó gondolkodásmódot is alakítják.

Azok a cégvezetők, akik elhiszik saját sajtótájékoztatóikat, PR cikkeiket, komoly bajban lesznek egy Fenegyerek nélkül.

A Fenegyereknek izgágák, kezelhetetlenek, mindig a kirúgás határán táncolnak, de mégis ritkán rúgják ki őket. Nem pazarolnak időt a középsterűre, mert saját világviláguk van. És ami talán a legfontosabb, több



kérdésük, mint univerzális válaszuk. Mernek kérdezni és megkérdőjelezni, amit a többség evidensnek fogad el a szervezetben. Kimondják azt, amire senki sem gondolt. Persze ez nem jelenti azt, hogy mindenki, aki „ellenzéki”, az Fenegyerek.

Ha túl sok a Fenegyerek, akkor az veszélyes, ha túl kevés, akkor elszűrűk a szervezetet. Abból, hogy megengedhetnek maguknak extra kiváltságokat, nem következik, hogy meg is engedik, és az sem, hogy érdemes megengedniük.

„Ha legalább egy elképzelésüket nem neveti ki valaki, akkor nem eléggé kreatívak” – mondja róluk Bill Gates.

A munkahelyi pletyka is hasznos lehet!

Az a vezető, aki nem vesz tudomást a pletykáról, a saját munkáját korlátozza, és a cégen belüli feszültséget is növeli.

„Ahhoz, hogy egy főnök a szervezet egészét uralni tudja, a belső viszonyokat is uralnia kell. Ehhez pedig óhatatlanul szükség van arra, hogy ismerje az informális hálózatokat” – javasolta a szakértő. Szvetelszky Zsuzsa szerint nem létezik olyan közösség, ahol ne jelenne meg a pletykálkodás. Ez az emberi csoportok közös jellemzői között az előkelő második helyen szerepel: első a tagolt beszéd, a harmadik pedig a hazugság. Egyes felmérések szerint a beszélgetések több mint 60 százalékában felbukkan a pletyka, amelynek nagyjából kéttucatnyi típusa létezik. Íme, néhány:

Gyógypletyka: **„Nyugi, nem vagy ezzel egyedül!”**

Ki nyer vele? Főleg az új munkatársak és azok, akik új pozícióba kerülnek.

Amikor kezdőként hibázik valaki, akkor a kolléga vagy a főnök gyakran azzal nyugtatja az illetőt, hogy „ne aggódj, mások ezt sokkal jobban elrontották” vagy „sokkal lassabban tanulták meg”. De az is idetartozik,

amikor a barátok a saját kudarcaikról mesélnek. Ezek megnyugtató megerősítések, hogy nem vagyunk egyedül a rossz döntésekkel, hiszen mások is hibáznak.

Navigációs pletyka: a munkahelyi GPS

Ki nyer vele? Főleg az új munkatársak és azok, akik több év kihagyás után jönnek vissza a céghez. Kinek ismerős, hogy újoncként már az első napokban megtudja, hogy kivel kell vigyázni, kitől mit lehet kérni, és hogy mi hol található az irodában? Ez az információcsere kölcsönösen gyors helyzetfelmérést tesz lehetővé. Az új munkatárs felmérheti a terepet, és gyorsabb lehet a beilleszkedése. De a válaszaiból a többiek is nagyvonalakban megtudhatják, hogy milyen is az új ember.

Portrépletyka: **a sokatmondó vélemények**

Mit nyer vele a vállalkozás? Az ilyen információcsere jelentős forrásmegtakarítást jelent, ezzel ugyanis kevesebb időt kell a kapcsolatépítésre fordítani.

„Ez klasszikusan úgy néz ki, hogy X és Y egy harmadik személyről, Z-ről beszélget. Azt gondolnánk, hogy a csevegés Z-ről szól, de valójában X és Y véleménye derül ki. A szereplők ekkor két embert ismernek meg jobban: a témaszemélyt és a beszélgetőpartnert, hiszen sokan szeretik beleszőni a mondandójukba, hogy miben hasonlítanak a témaszemélyre, és miben gondolkodnak másképp” – magyarázta Szvetelszky Zsuzsa.

„Nem tőlem hallottad”

Az is tipikus megoldás, hogy aki a folyosón, a csapatépítésen vagy az esti sörözésen bizalmas információt oszt meg a többiekkel, gyakran hozzáteszi, hogy „ezt egyébként már mindenki tudja”, vagy „ezt nem tőlem tudod”. Ezzel a földelő technikával az illető ösztönösen védi magát, hogy később ne lehessen őt felelősségre vonni. A szakértő szerint a védekezésben az is benne van, hogy a pletyka még mindig negatív fogalom, és az emberekben még mindig masszívan él, hogy nem illik pletykálni. A szociálpszichológus viszont éppen ennek

az ellenkezőjét vallja, olyannyira, hogy néhány éve a TedxDanubia konferenciáján tartott előadásán elmondta a pletyka védőbeszédét is. Szerinte rendkívül hasznos ez a fajta információáramlás, és ha a cégvezetők mindezt jól tudják kezelni és irányítani, akkor a csapatszellemet és az összteljesítményt is növelhetik. Ellenkező esetben viszont a saját pozíciójuk is gyengülhet, és több rejtett konfliktussal szembesülhetnek.



Ahogy a „nagykönyvben” megírták

A pletyka egy ismerhető szereplőről szóló nem publikus információ, amelynek legfőbb jellegzetessége a terjedés. Ha ez hiányzik, akkor titokról van szó. A pletyka nem azonos a botrányal (ami publikus) vagy a rágalommal. További jellemzője, hogy nem nevezik meg a forrást, és minden lépésnél átalakul. Mindenki a személyisége alapján hozzászól, vagy elvesz belőle.



Like-világ

/ Használja a közösségi
oldalakat!

Van-e élet a Facebookon túl?

Pinterest

Instagram

Van-e élet a Facebookon túl?

A Kék óriás alternatívája a cégek közösségi média stratégiájában.

Van is, meg nincs is – válaszol a címben feltett kérdésre Fodor Balázs. – A Facebook pillanatnyi dominanciája tagadhatatlan a „social” világban, a kisebb, célirányos, netán tematizált közösségi platformok jelenléte viszont hónapról-hónapra nagyobb. Az új kihívók általában kínálnak üzleti szolgáltatásokat is (analitikák, targetálás a reklámokban, kampánytervezés stb.), hiszen tudják, értékes ügyfélbázison ülnek. Jelen cikkünkben két „képmegosztó” közösségi oldal kerül nagyító alá.

Pinterest

A Pinterest-őrület valamikor 2012 környékén tetőzött, talán a zaj kisebb körülötte manapság, de létjogosultságát egyértelműen bizonyította. A koncepció a vizualitásra helyezi a hangsúlyt, ügyesen reagálva a tendenciára, miszerint egyre szívesebben osztunk meg képet vagy videót kedvenc webes agóránkon. A „Pin” gomb megnyomásával (vagy egyszerűen a cím bemásolásával) gyorsan „feltűzhetünk” bármilyen fotót, amelybe belebotlunk böngészés közben. Gyűjteményünket albumokba („Board”) rendezhetjük, így kényelmesen szétválaszthatjuk például a „Kedvenc könyvek”-et a „Legjobb nyaralási fotóim” sorozattól. Itt lehet kipróbálni: www.pinterest.com vagy még inkább: business.pinterest.com.

Közhelyszámba megy: a Pinterest felhasználói bázisa inkább nőkből áll. Valóban, a szakajti kedvenc példái a céges reprezentációra rendre a szépségipar, női magazinok, fitness, egészség témaköréből kerülnek ki. A kép azonban csalóka, hiszen sikeres kampányokat, erőteljes jelenléte tudhat magáénak olyan „férfias” márkák, mint a Sony vagy a BMW is. Ami fontosabb viszont, hogy az elemzők között konszenzus van: a Pinterest felhasználói többet vásárolnak, pontosabban többet költenek és általában hatványozottan igaz ez azokra a termékekre, amelyeket kitűznek a falukra.

Miért jó a cégeknek?

Hogy találunk rá a potenciális vásárlóinkra? Az oldal egyik nagy előnye a közösségi „Boardok”, gyűjtemények. Ezekhez – amennyiben van odaillő tartalmunk – pillanatok alatt csatlakozhatunk, így becsatornázzuk saját termék-portfóliónkba a témában érdeklődőket.

Hogyan csináljuk?

Egyszerű, magas színvonalú vizuális tartalommal kell rendelkezünk. Legyen az egy szép cipő kollekció, családi házakat vagy kézműves tortákat megjelenítő transzparens gyűjtemény. Rendezzük a tartalmakat jól megválasztott albumokba. Használjuk a céges weboldalunkba beilleszthető „Pin” gombot (a lá Facebook) ezzel is ösztönözve látogatóinkat tartalmaink megosztására.

És hogyan ne?

Kerüljük a sok szöveges tartalmat, a strukturálatlanságot, a zsúfolt-ömlesztett képi tartalmakat.

+ Példa

Az egyik legjellemzőbb az úgynevezett puzzle típusú példa, amit a Peugeot Panama használt – az autógyártó weboldalán és Facebook oldalán kellett megkeresni, majd kitűzni az új típus fotójának darabjait a Peugeot-fanoknak. Hazai szereplők közül fontosnak tartja, hogy jelen legyen a Pinteresten a Nők Lapja Café, a Prezi vagy a Habcsókműhely.

Hasznos

A regisztráció cégeknek is ingyenes. Ügyes, érdeklődésre számot tartó céges profil nulla pénzügyi és viszonylag kevés idő befektetésével létrehozható. A „Pin” és „Follow” widgetek, beépülő gombok használata sem kerül pénzbe. Legnépszerűbb analitikai eszköz kampányméréshez: a Piqora (ez viszont fizetős).

Instagram



Példa

Az online marketingszakértő úgy látja, hogy a hazai cégek még nem igazán fedezték fel maguknak ezt a közösségi platformot, de szerencsére kivételek már akadnak. Közéjük tartozik a Volvo Autó Hungária, a MOM Park, a Márkházi Pálinka, a Boróka Otthonbolt és a célcsoportot tekintve nem meglepő, hogy a Viva TV is.

Ez a közösségi oldal is kizárólag a látványra alapoz: az okostelefonon készített fotók, rövid videók feltöltését teszi lehetővé. Ehhez pedig olyan speciális effekteket és szűrőket biztosít, hogy még egy gyengén sikerült képet pillanatok alatt „felturbózzunk”, és könnyen megoszthatjuk a profilunkon vagy más trendi közösségi portálokon.

Miért jó a cégeknek?

Héj Szilárd MarketingArc szerint remek megoldás a márkaépítésre. Ráadásul az oldal összeköthető a Facebookkal, ami szintén további interakciókat és minél nagyobb elérést jelenthet.

Hogyan csináljuk?

Építsünk minél nagyobb követőtábor. A profilunkat kössük össze a Facebook oldalunkkal. Az Instagram-kommunikáción illeszkedjen a cégünk marketingstratégiájába. Tervezzük meg a posztokat. Vegyük rá a vásárlóinkat, ügyfeleinket, hogy ők is használják ezt a közösségi portált – fotózzák le magukat a nálunk vásárolt termékekkel és tageljék be cégünket. Akcióinkat hirdessük az Instagrammon is, hogy érdemes legyen követni a cégünket.

Hasznos

A nemzetközi trendeket fontos figyelni, ott ezek a főbb jellemzők:

- A legaktívabbak a ruházati és a divatmárkák, ami nem véletlen, hiszen ezen a piacon rendkívül fontos a vizuális megjelenítés.
- Természetesen minden olyan iparág, gyártó is sikeresen kommunikálhat, melyek termékeinél szintén fontos a látvány. Ezért tudnak rengeteg rajongót elérni az autógyártók és a napi fogyasztási cikkeket forgalmazó FMCG-vállalatok.
- A Socialbakers által összeállított toplista jól mutatja, hogy a legnépszerűbb cégek – a feltöltött képekkel vagy rövid videókkal – nemcsak a termékeiket mutatják be, hanem életérzéseket adnak át. Ez pedig itt is erősíti a márkához való kötődést.





Profitáljon többet!

/ Új üzleti lehetőségek

Ilyet is tud az adóhatóság: elő a mobilokkal!

A kattintások nyomában – Tippek a keresőmarketinghez

Így nyisson boltot az interneten

Videókkal a vevőkért

Online vevővásárlás: tipikus hibák, amelyekbe belefuthat

Az M2M alapú taxi

Ilyet is tud az adóhatóság: elő a mobilokkal!

Tavasszal az adóhatóság beköltözött az okostelefonokba: nem kell aggódni, nem valami trükkös kémprogramról van szó, ami a mobilbankunkba les be, hanem a Nemzeti Adó- és Vámhivatal okostelefonokra írt alkalmazásáról.

Akinek már valaha keresnie kellett a NAV hivatalos honlapján (ami még véletlenül sem a nav.hu címen, hanem a nav.gov.hu-n érhető el), vagy komolyabban el kellett merülnie a nyomtatványkitöltő program bugyaiban, esetleg még néhány évvel ezelőtt is floppy-n kellett leadnia pár dokumentumot, most joggal húzhatja fel a szemöldökét. Pedig – és akkor leljük a fő tanulságot – az adóhatóság alkalmazása teljesen rendben van.

Magyarul mondják

Kezdjük azzal, amivel elvileg minden szoftver használatát kezdeni kellene: a jogi nyilatkozattal, ami meghökkenetően jól sikerült. Azt is mondhatnánk, hogy ha idén csak egy jogi nyilatkozatot olvas el, akkor ez legyen az: világos, érthető, lényegretörő szöveg arról, milyen adataink kerülhetnek át az alkalmazás használata közben, és mi történik velük a későbbiekben. Semmi bikkfanyelv vagy hókuszpókusz – attól az adóhatóságtól, amely egyébként tájékoztató (!) füzetet ad ki „A különleges adózói körnek az Európai Közösség más tagállamában illetőséggel bíró adóalannyal létesített közösségi kereskedelemmel kapcsolatos ügyletek áfa adózásának alapvető szabályai” címmel...

A mobilalkalmazást szemmel láthatóan nem mérlegképes könyvelőknek vagy nyugdíjas TB-ügyintézőknek készítették, hanem adófizető állampolgároknak, vállalkozóknak. A Hírek menüpontban a már emlegetett (sajnos szakirányú végzettséggel nem rendelkezők számára gyakran érthetetlen, ám összességében mégis igen hasznos) tájékoztatók, listák érhetőek el, de itt gyűjtik a nagy csempescségi-fogásokról vagy leleplezett adócsalókról szóló híreket is. A hírek között angol nyelvű tájékoztatásra is bukkantunk, bár elég sok magyar nyelvű tartalom kell átrágnia magát annak, aki itt akar angolul adózási- és vámügyekkel kapcsolatos híreket böngészni.

Térképpel navigálnak a nyitva tartó ügyfélszolgálatra

Az applikáció segítségével nagyon könnyen kapcsolatba léphetünk az adóhatósággal: kiválaszthatjuk, milyen ügyben szeretnénk információt szerezni, az ország melyik

régiójában, és már kapjuk is a pontos telefonszámot, vagy küldhetjük az e-mailt az illetékesnek közvetlenül innen. Az ügyfélszolgálatok pontos elérhetőségei, nyitvatartása, címe nagyon könnyen elérhető, még fotót is mellékelnek az épületről, és akár oda is navigálhatunk a térkép segítségével.

Nézzé meg gyorsan, kivel üzletel!

Nagyon fontos és hasznos a Lekérdezések menüpont: ha ismerjük egy vállalkozás nevét vagy adószámát, azonnal lekérdezhetjük mobilunkkal, szerepel-e valamilyen fontos adatbázisban. A köztartozásmentes adózók, az áfa alanyok vagy épp a végrehajtás alatt álló, valamint az adóhiányos és hátralékos adózók között is megtalálhatjuk azt a céget, amellyel épp fontos szerződést készülünk megkötni. Az is kiderülhet, ha egy adószámot felfüggesztettek.

Spóroljon a bírságon: ne maradjon le a határidőkről!

Egy praktikus ingatlankalkulátor is helyet kapott az alkalmazásban: így könnyen kiszámítható, mennyi adót kell fizetnie annak, aki elad egy ingatlant. Szintén nagy hasznát vehetjük a személyes adónaptárnak is, amit az adóhatóság honlapján vezetett személyes adónaptárunkkal is összehangolhatunk – bár itt már a laikus számára igencsak szakmainak tűnő kérdésre is.



Az alkalmazás természetesen iPhone-ra, iPad-re (AppStore) valamint az Androidos eszközökre is elérhető (Google Play áruház).



A kattintások nyomában – **Tippek a keresőmarketinghez**

A cégek között egyre élesebb a verseny a Google-találatok első helyeire. Marketing szakértőnkkel összegyűjtöttünk néhány fogást, amelyekkel a vállalkozása akár dobogós is lehet.

A keresőprogramokat a netezők ma már reflexszerűen használják. Mégis tömegesen vannak olyan vállalkozók, akik még soha nem nézték meg, hogy mit dob ki róluk a Google.

Az alapok

A keresőoptimalizálást segíti, ha a weblapon megfelelő sűrűséggel fordulnak elő a fontosabb kulcsszavak, kifejezések. A Google AdWords hirdetésekben keresztül pedig elérheti, hogy az organikus (természetes) találatokat megelőzve a fő helyen vagy jobb oldalon jelenjen meg a hirdetése.

A HD marketing tapasztalatai szerint a ma készülő weboldalak nagyobbik hányada jó esetben is csak részben felel meg a SEO feltételeinek. Színvilágban és használhatóságban általában elfogadható a kialakításuk, de a keresőmarketingben fontos extrák gyakran hiányoznak.

Így is javíthat a helyezését

Végezzen kulcsszókutatást!

Nézzon utána, hogy mely szavakra érdemes erősíteni a weblapját és az aloldalakat. Azt is vizsgálja meg, hogy milyen (ritkábban előforduló) kifejezések azok, amelyekkel könnyebben előbbre kerülhet.

Keressen rá a konkurenciára!

Azaz arra, hogy adott kulcsszavakra milyen eredmények vannak, a Google „szemében” mennyire erős a honlapjuk? (Például a PageRank, a Domain Authority, a Page Authority, a domain életkora és a visszatrató linkek száma alapján.)

QR-kód

A találati listán a saját pozícióját itt is ellenőrizheti: www.cleverstat.com/en/google-monitor-query.htm

A kevesebb több

Ha például érdeklődési kör, demográfia és kulcsszavak alapján szeretné meghatározni, hogy kik lássák

az AdWords hirdetését, akkor nem érdemes ezeket a szűrőket egyetlen kampányba beépíteni. Ezzel ugyanis nem tudja majd mérni, hogy melyik célzás mennyire volt hatékony.

Tipp: Indítson három külön kampányt!

Ezek összege lehet akár csak napi 1 000 forint.

Hirdet, de mégis láthatatlan!

A Google személyre szabva dobja ki az organikus és a fizetett találatokat. Ezt a bejelentkezett felhasználó adatai vagy például területi elhelyezkedése alapján teszi. „Volt már olyan ügyfelem, aki jelezte, hogy a találati listán a saját hirdetése helyett a versenytársát látja. Ennek az az oka, hogy a vállalkozó érthetően a saját kampányát nem kattintja le, hiszen ezután fizetnie kellene. Így a keresőprogram ezt úgy veszi, mintha az illetőt nem érdekelné az adott cég. De a célcsoportnak természetesen megjelenik a hirdetés” – magyarázta Toba Krisztina.



Remarketing

Felhasználóként biztosan találkozott már azzal, hogy szörfözés közben, valahogy mindig ugyanazok a reklámok találják meg. A remarketing lényege, hogy a megnézett oldalak után a számítógépén a Google AdWords egy címkét (cookie-t, azaz sütit) helyez el. Ez alapján pedig később „visszacélozzák”. Sőt, a hirdető ezt – szintén a fizetett funkciók között – be is állíthatja. Az ismételt célzás egészen addig működhet, amíg a netező nem törli ki a címkéket.

Keresőoptimalizálás videókkal

A hazai vállalkozások közül még kevesen élnek vele, pedig megfelelő beállításokkal, akár YouTube-videókkal is a Google nyitóoldalára kerülhetnek.

youtube.blog.hu
webanalitika.blog.hu



Csak a lekattintás kerül pénzbe

A kattintásalapú hirdetés (PPC – pay per click) előnye, hogy csak akkor kell fizetnie, ha az érdeklődők rákattintanak a linkjére. Az így érkező látogatóknál – terméktől, ártól függően – átlagosan 2-3 százalékos konverzió (vagyis vásárlás, hírlevélre való feliratkozás stb.) érhető el.



Tudta?

SEO/Search Engine Optimization:
keresőoptimalizálás
SEM/Search Engine Marketing: keresőmarketing

www. .com

Így nyisson boltot az interneten

Az e-kereskedelem látványosan bővül Magyarországon, a növekedés évente több mint 20%! Ebből a lendületből lehet, hogy Önnek is érdemes kivennie a részét.

2012-ben a hazai internetes kiskereskedelem 177 milliárd forintot tett ki, tavaly pedig egyes becslések szerint a 200 milliárd forintot is átlépte, ami a kiskereskedelmi forgalom nagyjából 3%-a. A kilátásoknak kedvez, hogy egyre elfogadottabbá válik idehaza is az internetes vásárlás, egyre több háztartás lóg a neten, és az okostelefonok látványos előretörése is új korszakot hoz(ott) az online értékesítésben.

Ha webáruházat indítana...

A kezdők között vannak, akik a fizikai boltjuk meghosszabbítását szeretnék berendezni az online térben, és van, aki teljesen új szereplőként vág bele az e-kereskedelembé. A második esetben döntő kérdés, hogy mi legyen az a termékkör vagy szolgáltatás, amit értékesít. Természetesen itt is célszerű a rés piacokat megkeresni vagy adott szegmensben specializálódni. De az is jó stratégia lehet, ha olyan árukat hoz be az országba, amelyek még idehaza nem kaphatók – tanácsolja Zajdó Csaba, a ShopRenter.hu Kft. ügyvezetője.

Mi az, amit könnyű eladni a neten?

Ami fotókkal, paraméterekkel is jól bemutatható
Könyveknek, irodaszereknek, elektronikai vagy háztartási gépeknek, de akár kontaktlencséknek is elég lehet a vásárlói döntéshez a részletes leírás. Érdekes, hogy a ruházati termékekhez hozzátartozik a felpórázás. Ennek viszont némileg ellentmond, hogy mégis sokan rendelnek ruhákat, cipőket a netről.

Tipp: Töltsön fel videót is a termékekről. Amerikai trend az „unboxing” videó, amelyen keresztül a vásárló

virtuálisan is kibonthatja és megnézheti a portékát. A kisfilmben az eladó felsorolhatja az áru jellemzőit, megmutathatja az érdekességeket, gyakorlati tanácsokat adhat. Mindez bizalomnövelő, és azt mutatja, hogy nem árul zsákbanmacskát.

Ami nem kerül egy vagyona

Az online kosarakba többnyire a néhány ezertől a legfeljebb pár százezer forintos tételekig kerülnek termékek és szolgáltatások.

Ami olcsóbb és egyszerűbben beszerezhető

Ezekre könnyen hozható ellenpélda, de a vevők érthetően díjazzák, hogyha spórolhatnak a netes vásárlással, és 0-24-ben kényelmesen, akár a fotelból is rendelhetnek. Ez utóbbi piaci előnyt is jelenthet, ha az adott terméket egyébként csak a vásárlótól messze lévő szaküzletből, kizárólag munkaidőben lehet beszerezni.

Webshop kívül-belül

Legyen megnyerő és vevőbarát a weboldal

Fontos a szép dizájn, de önmagában kevés a sikerhez... Az is elengedhetetlen, hogy a potenciális vevők könnyen eligazodjanak az oldalon: néhány kattintással megtalálják, amit keresnek, az árut egy klikkeléssel a kosárba tudják tenni, és a vásárlás folyamata is csak néhány egyszerű lépésből álljon.

Ökölszabály: Ne feledje, a konkurencia egyetlen kattintásra van Öntől. Ha az érdeklődő elakad, akkor ahelyett, hogy a vevőszolgálatukat megkeresné, már megy is tovább a másik weblapra.

A rendszer lelke itt is az informatika

Az jó eséllyel kevés lesz, ha néhány barátjával, kollégájával összedobnak egy webáruházprogramot. Ennél egy sikeres, megbízható, automatizált rendszer jóval komplexebb. Természetesen az is alapvető elvárás, hogy az üzemeltető a fejlesztő nélkül is menedzselni tudja az oldalt (például módosíthatja a kínálatot és az árakat, új szövegeket, cikkeket tölthet fel stb.). Kiemelten fontos, hogy a webáruházmotort folyamatosan fejlesszék, és külső rendszerekkel – így például számlázási, ügyviteli, CRM-programokkal és fizetési megoldásokkal – is jól integrálható legyen.

Bérelhető vagy saját?

Ha nem szeretne sok százezer vagy millió forintért saját webboltot lefejlesztetni, akkor a bérelhető megoldásokat is érdemes mérlegelnie. Mikor melyik lehet a befutó?

Bérelhető webáruházrendszer: Ez abban az esetben ajánlott, ha a megrendelő talál olyan rendszert, amely szinte teljesen lefedi az igényeit (tehát nem kellene

egyedi fejlesztések). Az indulás ennél a verzióval a legolcsóbb, és az informatikai karbantartás sem terheli a vállalkozót.

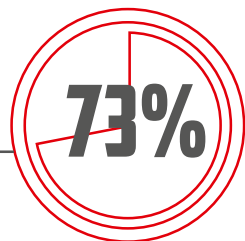
Fizetős webáruházmotor: Ha a webáruházhoz kellene egyedi fejlesztések, de ezzel együtt fontos a cég számára az informatikai támogatás, akkor a licenszdíjas webáruházat válassza.

Ingyenes webáruházmotor: Szűkössé válhat a büdzsé esetén ajánlott, hogy a házon belül megvan a megfelelő informatikai háttér, hiszen itt az üzemeltetőre hárul a webshop testreszabása és fejlesztése is. Ajánlott ingyenes programok: Magento, OpenCart és Prestashop.

Szakértői tanács: az ingyenes programok egyik hátránya, hogy a külső rendszerek (például fizetési megoldások) integrálása problémás lehet, és ezek beépítése jelentős pluszmunkával járhat. Emiatt érdemesebb a bérelhető webáruházmotort választani, mert ott ezzel nem lesz gond.

VIDEÓKKAL A VEVŐKÉRT

A JÖVŐ FŐ ÉRTÉKESÍTÉSI ESZKÖZE A KISVÁLLALKOZÁSOKNAK



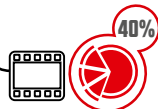
Mialatt az emberek online intézik ügyeiket, vásárolnak, szolgáltatást foglalnak, a legtöbben már rákeresnek egy, a termékhez kapcsolódó videóra is, ami segítheti őket a döntésben. A jó hír, hogy nincs szükség hollywoodi költségvetésű és látványvilágú filmekre. Igényes és ötletes videókra annál inkább.

ONLINE TOPLISTA

67%
Oktató
videók

64%
Vicces
videók

64%
Termék-
bemutatók



A 18-24 éves fiatalok 40%-a több, mint 10 videót néz meg hetente



Az okostelefontulajdonosok 76%-a néz videókat heti rendszerességgel



Az online vásárlók 94%-a nézett termékbemutató videót a napokban

A VIDEO NAGY HATÁSA AZ ÉRTÉKESÍTÉSRE

96%

-a az online vásárlóknak hasznosnak találta a videót a döntési folyamata során

58%

-a a vásárlóknak meggyőzőnek találta azokat a cégeket, amelyek rendelkeznek termékvideóval

77%

mondta, hogy a videó miatt pozitív benyomása lett az adott cégről

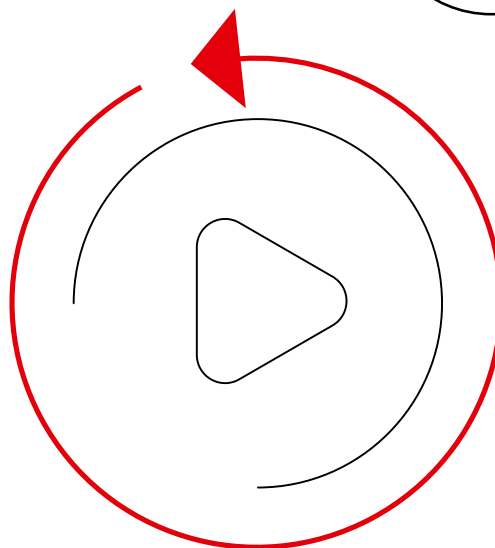
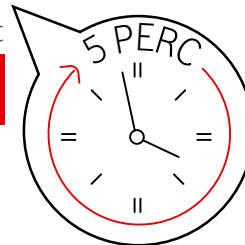
szívesebben ajánl tovább egy olyan céget, amely videókkal is népszerűsíti termékeit



83%

83% előnyben részesíti az 5 percnél rövidebb videókat

VIDEÓK A SZÉLE SEBB KÖZÖNSÉG ELÉRÉ SÉHEZ



A LEGTÖBBET OSZTOTT VIDEO TARTALMAK



89%

Oktató

91%



Szívmelengető

94%



Vicces

AHOL AZ OKOSTELEFON-TULAJDONOSOK VIDEOT NÉZNEK...

70% Tévészék közben

48% Mosdóban

46% Munka közben

37% Fogorvosnál

32% Séta közben

MÉG TÖBB

A vásárlók több oktató, termék-szolgáltatás bemutató videót akarnak

84%

84%-a a felhasználóknak több videó tartalmat szeretne látni az amazon.com-on

64%

64% több videóra lenne kíváncsi az e-bay.com-on

42%

42% több termék-bemutató videót szeretne látni

57%
ELEKTRONIKA

39%
ÉTTERMEK

34%
UTAZÁS

33%
EGÉSZSÉG

31%
AUTÓ-MOTOR

30%
PROGRAMOK

A POTENCIÁLIS VÁSÁRLÓI VIDEO TARTALMAKAT NÉZNEK NAP MINT NAP, HOGY MEGFELELŐ DÖNTÉST HOZHASSANAK.

HIBA LENNE KIAKNÁZATLANUL HAGYNI EGY ILYEN LEHETŐSÉGET!

Online vevővadászat: tipikus hibák, amelyekbe belefuthat

Hol ronthatja el a webshop-alapítást, és mi az oka, ha mégsem úgy pörög az üzlet, ahogy szeretné? További tippek, amelyekből nemcsak a neten kereskedők tanulhatnak.

Vevőriasztó a komolytalan honlap

Ha a webáruháza úgy néz ki, mintha csak sebtében összedobták volna, akkor ne lepődjön meg, ha az oldalátogatók nem veszik komolyan. Az online értékesítésben a bizalom megteremtése rendkívül fontos, hiszen míg egy normál üzletben az eladó személyesen segíti a vásárlót, addig itt a honlapnak kell eladnia önmagát.

„Ha több hónapja nem frissült a weblap, akkor könnyen egy alvó vagy már nem létező cég látszatát kelti. Ha csak egy kicsit is felújítja a terméklistát, vagy néhol átszerkeszti az oldalt, már az elég lehet ahhoz, hogy az érdeklődők lássák, törődik az üzlettel. Nincs annál lehangolóbb, mint amikor a 'Híreink' menüpontban egy-két évvel korábbi információk olvashatók” – említett egy szintén gyakori hiányosságot a ShopRenter. hu Kft. ügyvezetője.

Tippek:

- Töltsön fel szakmai cikkeket, vagy külön hírként is tegye ki, ha változott a termékínálat, illetve, ha megérkeztek az újdonságok.
- Néhány sor helyett állítson össze részletes, informatív termékleírásokat.
- A honlap stílusát igazítsa a célcsoporthoz. Ha fiataloknak ad el, akkor legyen fiatalos a szöveg, ha pedig háziasszonyoknak vagy horgászoknak értékesít, akkor írjon az ő nyelvükön. Egy fontos kivétel van: az Általános Szerződési Feltételek részt hagyja meg a szokványos hivatalos formájában. Ez a szerződési alapja a vásárlásnak, amellyel nem lehet „kreatívkodni”.

Mutatós a webáruház, csak éppen senki sem tud róla

Zajdó Csaba szerint sokan arra számítanak, hogy ha kész a honlap, akkor a vásárlók majd véletlenül be fognak esni hozzájuk. Ez azonban korántsem ilyen egyértelmű, a marketing szerepe az e-kereskedelemben is nélkülözhetetlen, sőt... Hirdetés nélkül az online bolt egy olyan garázscéghez hasonlítható, amely a külvárosban egy

alagsorban működik. Ha nem tudnak róla a vevők, nem fognak odatalálni. Ha pedig véletlenül odatalálnak, nem lesznek bizalommal a cég iránt.

Barátságtalan vevőszolgálat és későn érkező futár

„Ha nem tudja megtartani a jelenlegi ügyfeleit, akkor felejtse el az újakat. Az internet világában, akár egyetlen elégedetlen vásárló is a cég bukásához vezető lavinát indíthat el” – hívja fel a figyelmet a szakértő. A webáruház csak a jéghegy csúcsa, a siker azon is múlik, hogy milyen a teljes cég, milyenek a munkatársak, mennyire működik jól a logisztika. Ne feledje, a webshop nagykövetei a vevőszolgálaton dolgozók és a terméket kiszállító futárok.

Tippek:

- Az elérhetőségei mindig legyenek jól látható helyen a nyitó- és az aloldalakon is. Az érdeklődők számára ez azt az érzést kelti, hogy szükség esetén azonnal lesz, aki segít. Itt nem feltétlenül kell, hogy 24 órás telefonos ügyelet működjön, van, amikor elég egy e-mail cím és néhány mondat a várható válaszidőről (amit viszont be is kell tartani!).
- Szervezzen kommunikációs képzést a munkatársaknak, és szakértő segítségével vegyék át, hogy a felmerülő problémákat, reklamációkat hogyan kell ügyfélbarát módon kezelni.



Ha muszáj, akkor hol spórolhat?

Terméktöltés a webshop indításánál:

Ezt nem lehet kihagyni, és ezt sem érdemes összezsapni, vagyis a minőségi termékleírásokon nem szabad spórolni. De azzal sok időt megtakaríthat, ha olyan webáruházrendszert választ, amely lehetővé teszi a gyors, tömeges adatfeltöltést – például Excel-fájlokból.

Egyedi dizájn vs. marketing: Ha muszáj választania, akkor inkább az előbbin spóroljon.

Tipp: ha legalább havi 100 ezer forintot tud szánni a marketingre, akkor már érdemes egyedi dizájnt készíttetnie.

Az M2M alapú taxi



Gyorsabb, pontosabb, hatékonyabb. Ez a három jelző fokozottan igaz a City Taxi szolgáltatásaira, mióta kihasználják az M2M technológia előnyeit.

A Machine-to-Machine vagy röviden M2M kommunikáció során a gépek közvetlenül, emberi beavatkozás nélkül fogadnak és küldenek információkat. A technológia megfelelő működéséhez elengedhetetlen a megbízható mobilhálózat, hiszen a kommunikáció ezen keresztül zajlik. A Vodafone országos kültéri lakossági 3G lefedettsége 98,3%-os*, így az országban bárhol is található éppen az M2M SIM kártyával felszerelt eszköz – jelen esetben a taxiban lévő POS terminál, vagy a jármű GPS koordinátáit továbbító tablet –, bármikor elérhető lesz. Nézzük, hogy segíti mindez évek óta a taxitársaság munkáját!

Honnan hova?

2007: az összes budapesti City Taxiban – az M2M technológián alapuló – bankkártya elfogadó POS terminálokat helyeznek el, így a mozgó járműben is lehetővé válik a kényelmes, bankkártyás fizetés.

2008: bevezetik a „félcsendes” címkidást. Ez azt jelenti, hogy az aktuális cím részletes adatait már nem a diszpécsernek kell lediktálnia a taxifőnöknek, hanem a diszpécser-szoftver szöveges üzenet formájában automatikusan elküldi a kiválasztott taxiban található POS terminálra. A címet ugyan beolvassa a diszpécser, de a megrendelés összes további adata: az ügyfél neve, pontos címe, extra kívánságai már csak a sofőr számára elérhetőek.

2009: „munkába áll” a chipkártyás, azonosító számos elszámolás, az elszámoló központ, és lehetővé válik a gépi számla nyomtatása.

2013: megvalósítják a gépkocsik GPS alapú követését, illetve a GPS alapú címkidást. A várost körzetekre osztják – a rendszer érzékeli, hogy melyik jármű melyik körzetben található, és éppen foglalt-e, majd GPS koordináta formájában adja le a megrendelést. A fuvar vállalása, elutasítása, de még a reklamációs formulák is előre kódolt formában jelennek meg az autókban elhelyezett tableten, és elég egy mozdulat, hogy a sofőr elküldje választát. Csúpan néhány előre nem rögzíthető esetben szükséges a hagyományos kommunikáció: például, ha arra kell rákérdezni, tud-e húszezresből visszaadni

a sofőr, vagy vállalja-e egy nagyobb kutya szállítását is. A gépkocsivezetők a rendszernek köszönhetően le tudják kérdezni az adott körzeten belül található taxik számát is. Ezen információ birtokában sokkal jobb lefedettséget tud a cég biztosítani a városban, így növekedett a gépkocsik kihasználtsága. A tabletek hét csos kijelzője már jóval összetettebb kommunikációra ad lehetőséget, mint a POS terminál – például rendezvények esetében egy fotóval pontosan bemutatható, hova kell a belépéshez szükséges matricát felhelyezni az autóra. Illetve a táblagépek navigációs eszközként is működhetnek: a gépkocsiba kiküldött kiállási címre útvonalat is tud tervezni a kérésülék – ez nagymértékben segíti a taxisok munkáját a kisebb, nehezebben megtalálható utcák keresése során.

2014: az új banki előírásoknak megfelelő POS terminálok cseréjével bevezették a PayPass-os bankkártya azonosítást, illetve a chippes azonosító kártyák helyett a jövőben NFC-s kártyákkal biztosítják szerződött partnereik számára az utazások elismerését. Sőt, a City Taxi autóiban – néhány cég esetében – már NFC-s mobiltelefonnal is rendezhető a számla.

*A lefedettségi adat a három hazai mobilszolgáltató és az NMHH által elfogadott definíciók, illetve módszertan alapján előállított érték.



Az M2M technológia segítségével a City Taxinál megvalósult:

- a megrendelő adatainak védelme,
- a megrendelés adatainak gyors, pontos és követhető feldolgozása,
- a hatékony erőforrás-kihasználtság,
- a színvonalasabb kiszolgálás,
- a sofőrök számára nyugodtabb munkavégzés, a balesetveszélyes helyzetek minimalizálása.

A Vodafone nem csak 20 éves M2M-területen szerzett nemzetközi tapasztalatával és mobilhálózatával segíti akár Önt is, hanem a teljes M2M fejlesztés folyamatában is ügyfelei mellett áll – az ötlettől, a megfelelő partner bevonásán keresztül a kész rendszerig.



Feketén-fehéren

/ Kisokos a cégügyekhez

„Ez kinek a feladata?”

Végelszámolás, felszámolás, kényszertörlesztés –
hogyan tűnhetnek el partnereink?

Itt az új időszámítás: mi változik az uniós támogatásoknál?

Művészek, sportolók és médiamunkások:
kinek jó és mennyibe kerül az ekho?

Eladom a titkom...

7 munkajogi hiba, amiért Önt is százezrekre büntetik

„Ez kinek a feladata?”

Ha nincs tisztázva a munkakör, elvárás se legyen – vélekedett egy 20 fős pénzügyi szolgáltatással foglalkozó cég vezetője.

Az – általában a munkaszerződés mellékletét képező – munkaköri leírás mindkét fél számára egyfajta biztosítékot jelent, ennek ellenére számos kis- és középvállalatnál nem jellemző a munkakör részletezése. Sok helyen a szóbeli meghatározást alkalmazzák, ez esetben persze nagyfokú bizalom és rugalmasság szükséges. És ha nem jól körülhatárolható a feladat, gyakran hangzik el a „nem az én dolgom” mondat. Általánosítani a szempontokat nem egyszerű, ugyanis ahány cég és munkakör, annyi szokás. Az sem mindegy, hogy verseny-, vagy közszféráról van szó, ez utóbbi vállalatainál, hivatalainál szigorúbbak a követelmények.

Mit mond a törvény?

A Munka Törvénykönyve nem írja elő, hogy munkaköri leírás készítése kötelező lenne. Azt viszont igen, hogy feladatairól a munkáltató alkalmazottját a munkaviszony kezdetétől számított 15 napon belül köteles írásban tájékoztatni. A munkaköri leírást a munkáltató egyoldalúan adja ki. Annak tartalmát tehát – a munkakör keretei között – egyoldalúan bármikor módosíthatja is, de a munkavállalónak aláírásával el kell fogadnia. A munkaköri leírás nem része a munkaszerződésnek. Ez a dokumentum csak keret jelleggel rögzíti az ellátandó feladatokat. Nem más, mint ezek részletes kifejtése, egy lista arról, hogy milyen teendő tartozik az adott munkakörhöz. A munkavállaló csak olyan munkák elvégzésére utasítható, amelyek e feladatcsoportba tartoznak. A munkaköri leírásnak tartalmaznia kell a munkát betöltő nevét, a munkakör megnevezését (azonosnak kell lennie a munkaszerződésben használt megnevezéssel), a közvetlen felettesét, a közvetlen beosztottakat, illetve a munkakör betöltéséhez szükséges követelményeket.

Segíti vagy nehezíti a munkát?

5 fő alatti cégeknél nincs igazán értelme a munkaköri leírásnak, hiszen a feladatok elosztása egyszerűbb és könnyebbé teszi a munkát. A már idézett cégvezető

szerint kell egy bizonyos cégméret ahhoz, hogy hasznos legyen és ne akadályozzon a munkaköri leírás. Fontos érv a megléte mellett, hogy reklamáció esetén a dokumentum védelmet jelent munkáltatónak és alkalmazottnak egyaránt. Abban ugyanis rögzítették, hogy eredetileg ki, mit vállalt. A multiknál például kötelező a munkaköri leírás a

munkaszerződéshez mellékelve. Szabvány alapján készül egységesen, függetlenül attól, hogy mennyire felelősségteljes beosztásban dolgozik a tulajdonosa. Mindenki megkapja, amikor munkába áll, illetve újat kap, ha változik a munkaköre. Egyebek között tartalmazza a munkavállaló feladatait, a felelősségét, illetve hogy mivel mérik azok teljesülését.

Betartják?

Kérdés, hogy a munkakör nagyon részletes leírása mennyire teszi adott esetben gépiessé a munkát, vagy szükség esetén átjárhatóvá a feladatköröket. Mivel nem törvényi előírás, így erre sincsenek egységes szabályok, nem teljesítése esetén pedig a szankciók tekintetében megint az „ahány cég, annyi szokás” elve érvényesül.





Végelszámolás, felszámolás, kénysztörlesztés – **hogyan tűnhetnek el partnereink?**

Az építőipar jó üzlet – ezt gondolta az a maroknyi japán üzletember, akik úgy döntöttek, megalapítják álmaik vállalatát, a Kongō Gumit. Furcsamód a templomok építésében láttak nagy jövőt, számos projektbe belevágtak – a vége mégis az lett, hogy a vállalatot felszámolták, a cég eszközeit pedig igen olcsón megszerezte a konkurencia. Az alapötlet azért mégsem volt olyan rossz: a cég valahogy mégiscsak eltengődött bő 1400 éven át. A Kongō Gumit ugyanis 578-ban alapították, és 2006 januárjáig megszakítás nélkül apáról gyermekre szállt a tulajdonjog.

Semmi sem tart tehát örökké, egy cég sem maradhat fenn a végtelenségig. A legjobb esetben egy vállalkozás gazdaggá teszi az alapítóját, majd miután értéke megsokszorozódott, új tulajdonoshoz kerül – azaz jogutóddal szűnik meg, valaki tovább viszi az üzletet. Máskor viszont a cégek egyszerűen megszűnnek – de nem mindegy, hogy milyen okból, és hogy mit hagynak maguk után.

Végelszámolás – amikor a tulajdonos magától száll ki

Ha a cég fizetőképese, ám a vezetők úgy döntenek, valamilyen okból kiszállnak és bezárák a boltot, erről határozatot hoznak, majd megindul a végelszámolás. Az egész procedúrát a végelszámoló vezényli le: ő bárki lehet, akit a vezetés alkalmasnak talál, és elvállalja a feladatot – akár magánszemély, akár egy másik gazdasági társaság is. A végelszámolás kezdetétől a végéig ő vezeti a céget.

A végelszámoló felméri, milyen vagyona van a vállalkozásnak. A kinnlevőségeit behajtja, érvényesíti jogait, teljesíti kötelezettségeit, majd kifizeti a tartozásait. A maradék vagyontárgyakat szükség szerint értékesíti, és a cég tagjai, tulajdonosai között felosztja.

A folyamat végén senki sem tartozik senkinek, a céges vagyont szétszítják, és az jogutód nélkül megszűnik.

Felszámolás – amikor egy partnernél betelik a pohár

Nem ilyen sima ügy, amikor a cég nem a vezetés saját elhatározása miatt hagy fel a munkával. Ha összecsapnak a hullámok, és már nem tudnak kifizetni egy rég lejárt számlát, törleszteni egy rég esedékes hitelt, a partnercég, a pénzintézet, az állam vagy akár egy csodótt dolgozó is dönthet úgy, hogy nem vár tovább a pénzére, hanem

felszámolási eljárást indít a cég ellen. Ha pedig egy elkezd, akkor mindenkik ki kell fizetni – azt is, aki egyébként még nem verte az ajtót a tartozás miatt. A felszámolási eljárás célja, hogy a végén minden hitelező pénzhez jusson, a cég pedig jogutód nélkül eltűnjön – így akár saját maga ellen is indíthat ilyen eljárást egy adós, ha nem lát más kiutat a bajból.

A felszámolást a felszámoló végzi, aki megfelelő szakértelemmel rendelkezik, és egy listáról választják ki minden esetben. A felszámolás megkezdését bejelentik a Cégbiztonságban, a hitelezők innen értesülhetnek arról, hogy követeléseiket benyújthatják.

A vállalat először megpróbál egyezséget kötni hitelezőivel: jó esetben sikerül megállapodni a döntő többséggel arról, mikor, milyen sorrendben és mennyit láthatnak viszont a pénzükből. Ha nincs egyezés, a felszámoló értékesít mindent a cég vagyonából, amit csak tud – hátha így elegendő pénz jön össze ahhoz, hogy az összes érintettet kifizessék.

Jellemző azonban, hogy még akkor sem elég a pénz, ha már mindent eladtak: ilyenkor a törvényben meghatározott sorrendben és arányban juttatják pénzhez a hitelezőket. Sajnos ilyenkor az is előfordulhat, hogy a hitelezők csak a nekik járó pénz töredékét, vagy akár egy fillért sem látnak a folyamat végén. Ebben az esetben a bírósághoz fordulhatnak, és a bedőlt cég vezetőitől – akik felelősek korábbi üzleti döntéseik következményeiért – követelhetik jogos járandóságukat.

Kénysztörlesztés – fantomcégek és vagyontalanok végzete

2012 óta új eszköz áll a hatóságok rendelkezésére, hogy megszabaduljanak azoktól a cégektől, amelyek érdemi tevékenységet nem végeznek, és csak veszélyesebb tereppé teszik az egyébként sem különösebben bazaros hazai cégvilágot. Ha egy vállalat nem teljesíti jogszabályi kötelezettségeit, például nem adja le becszámolóját, nem találhat meg bejelentett székhelyén, akkor törlik a cégjegyzékből – de abban az esetben is, ha épp úgy ítélik meg, hogy a cég vagyona még arra sem elég, hogy a felszámoló bérét kifizessék belőle. Sokszor tehát a kénysztörlesztések is fizetéseképtelenség miatt indulnak el, de ilyenkor legfeljebb a cég mögött álló tulajdonosok magánvagyonára számíthatnak a hitelezők.

Itt az új időszámítás: mi változik az uniós támogatásoknál?



Bár még az előző pályázati ciklus projektjei és kifizetései sem zárultak le, elkezdődött az új időszámítás az európai fejlesztési pénzek világában. A 2014-2020-as uniós költségvetési ciklusban – a hazai társfinanszírozással együtt – Magyarországon összesen 7480 milliárd forint jut majd a fejlesztési programokra. 2014 első felében még a papírmunkáé volt a főszerep: ki kellett alakítani és el kellett fogadtatni az EU-val a partnerségi megállapodás részleteit, majd az egyes területek támogatási céljait, prioritásait, forrásait részletesen meghatározó operatív programokat. A tervek szerint az új ciklusban már összkel megjelennek az első pályázatok.

A foglalkoztatás bővítése és a kkv-k a középpontban

Az elmúlt hét évben az Új Széchenyi Terv néven futó fejlesztési szakaszban még 17 operatív program volt, az új, Széchenyi 2020 néven futó ciklusban egyszerűsítik a rendszert, 10 operatív program között osztják szét az uniós milliárdokat.

Az új ciklusban a legnagyobb hangsúlyt a gazdaságfejlesztés kapja majd: ennek megfelelően a teljes rendelkezésre álló összeg 60 százalékát, több mint 4400 milliárd forintot három operatív program keretében osztják ki: ezek a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP), a Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP) és a Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (VEKOP) lesznek. Ezen belül a foglalkoztatás és a munkavállalói mobilitás ösztönzésére, valamint a kis- és közepes vállalkozások versenyképességének javítására is több mint 1000-1000 milliárd forintot áll rendelkezésre a következő hét évben.

Külön operatív programot kap egyebek mellett a vidékfejlesztés, a környezetvédelem, az emberi erőforrás fejlesztése, a közlekedésfejlesztés vagy épp a halgazdálkodás is.

Nem kell pályázatíró – vagy akár pályázat sem

Ami a gyakorlati változásokat illeti: tulajdonképpen kivennék a rendszerből a pályázatíró cégeket. Ehelyett

egyrészt egyszerűsítik a kiírásokat, hogy maguktól is jobban boldoguljanak a pályázók, másrészt az állami Széchenyi Program Irodát vetik be, amely ingyenes projekttanácsadással is várja a vállalkozásokat. Aki mégis pályázatíró céget kér fel, az a jövőben már ennek költségeit nem szerepeltetheti a projekt elszámolható kiadásai között.

A 100 millió forint alatti projekteknél pályázatokra sem lesz szükség: normatív feltételekhez kötik, hogy az adott vállalkozás megkaphatja-e az igényelt pénzt, vagy nem. Ilyen feltételt lehet például, hogy hány munkahelyet kell teremteni, mekkora éves árbevétel- vagy exportteljesítmény-növekedést kell a beruházással elérni. Aki rendelkezik a megfelelő saját tőkével, és vállalja ezeket a normatív feltételeket, automatikusan megkapja a támogatást.

Cserébe szigorítják az ellenőrzéseket és a büntetéseket arra az esetre, ha valaki mégsem teljesíti azokat a vállalásokat, amelyeknek köszönhetően uniós fejlesztési pénzhez jutott.

Lesz, amit vissza kell fizetni

Újdonság az is, hogy a kisebb összegű projekteknél a pályázattal elnyerhető támogatások helyett sok esetben úgynevezett pénzügyi eszközöket alkalmaznak majd: ez visszatérítendő támogatásokat jelent, egyebek mellett kedvezményes hiteleket kaphatnak a vállalkozások. Bár a pénzt vissza kell fizetniük az érintetteknek, a feltételek nagyon kedvezőek lesznek a piacon elérhető konstrukciókhoz képest, a visszafizetett pénzt pedig később újra igénybe vehetik majd más pályázók – a teljes keret tizedét így használja fel az ország a tervek szerint.

Szintén változás, hogy hazánk mostanra támogatások szempontjából hivatalosan kettészakadt: Közép-Magyarország már Brüsszelből nézve is jóval fejlettebb az ország többi részénél, így már nem hasíthat ki ez a terület akkorát az uniós forrásokból, mint korábban – a keretet hazai forrásokkal igyekszik majd kipótolni a kormány.

Művészek, sportolók és médiamunkások: kinek jó és mennyibe kerül az ekho?

Nem a tihanyi visszhang és nem is egy görög nimfa – az egyszerűsített közteherviselési hozzájárulást nem azért szeretjük, mert olyan prózai, hanem azért, mert kedvező feltételekkel lehet vele leróni adókötelezettségeinket, és könnyen kiszámítható. Sajnos azonban nem mindenki választhatja.

Elég volt a színlelt szerződésekből!

Az ekhót azért alkotta meg a döntéshozó, mert megelégtelte a színlelt szerződéseket: a munkáltatók és a munkavállalók jellemzően azért kötnek ilyen, hogy kedvezőbb adózási feltételekkel kerüljön a munkáért járó fizetés a dolgozó zsebébe. Munkaszerződés helyett megbízási, vállalkozási szerződést kötnek, hogy így mentesüljenek bizonyos közterhek megfizetése alól – csak hogy ez sokszor a munkavállalónak hátrányokat jelenthet (hogy mást ne mondjunk: hivatalosan nem lesz például szabadsága). Az ilyen fajta „költséghímélő” megoldás ráadásul jogellenes, egy ellenőrzés esetén bírság jár érte, és még a pályázati rendszerekből is kizárhatja magát a megbüntetett munkáltató.

Ki választhatja?

A jogszabály tételesen felsorolja azokat a foglalkozásokat, tevékenységeket, amelyek művelői választhatják az ekhót. Alapvetően úgy összegezhetnénk: a művészeti területen dolgozók, a média dolgozói, illetve a sportból élők számára érhető el ez a kedvező adózási forma. Választhatják tehát hangmérnökök, műfordítók, zeneszerzők, színészek, maszkmesterek, tévéhíradó-szerkesztők és újságírók, sportedzők és NB I-es labdarúgók is, hogy csak néhány példát hozunk.

Van még néhány feltétel: talán a legfontosabb, hogy nem a teljes jövedelemre lehet alkalmazni az ekhót, rendelkezni kell olyan bevétellel is, ami után „hagyományosan”, az általános szabályok szerint fizetjük meg az adót. Praktikusán tehát egy ekhós munkaszerződés úgy néz ki, hogy a minimálbér után a munkáltató és a munkavállaló a szokásos terheket fizeti, az e fölötti részre viszont csak az ekho terheli őket. Azért a minimálbért érdemes választani (és nem mondjuk csak havi 10 ezer forint után fizetni a szokásos terheket), mert az ekho csupán meghatározott nagyságú bevétellel alkalmazható. Az alapesetben maximális 25 milliós bevételre pedig akkor ekhózzhatunk, ha legalább az éves minimálbér után „hagyományosan” adóztunk. Ha ez a bevétel nem éri el az éves minimálbér összegét, arányosan csökken a 25 milliós ekho-határ is. Emellett ha az ekhós bevétel teljes mértékben munkaviszonyból származik, kötelező előírás, hogy csak a jövedelem minimálbért meghaladó része után lehet ekhózni – hacsak más munkaviszonyban már nem adóztunk legalább a minimálbér után.

Persze a leglényegesebbek mellett van még néhány szabály, ami korlátozza az ekhózók körét – a bért például csak forintban lehet kifizetni ilyen esetekben. Érdemes ezeknek is utánanézni a jogszabályban.



„Az ekho lényege, hogy nem kell bajlódni a különböző közterhakkal, csak egyféle adót kell fizetni.”

Mit vált ki?

Az ekho lényege, hogy nem kell bajlódni a különböző közterhakkal, csak egyféle adót kell fizetni – ezzel ugyanis a munkáltató teljesíti a szociális hozzájárulási adót és más közterheket, a munkavállaló pedig a tb-járadékokat és az szja-t is.

Mennyit kell fizetni?

Az ekho alapja a teljes ekhós bevétel (az áfafizetésre kötelezett adóalany esetében az áfával csökkentve); a munkáltató ennek 20 százalékát fizeti be a költségvetésbe (ha bérként fizetné ki, 27 százalékot kellene fizetnie). A munkavállaló pedig 15 százalék ekhót fizet a bruttó bére után. A táblázatban egy 300 ezer forintos bruttó bér esetében mutatjuk be az általános szabályok szerinti

adózás és az ekho szerinti adózás közti különbséget – az ekho esetében a 101 500 forintos minimálbér fölötti rész után alkalmazva az egyszerűsített közteherviselést. Gyermeektelen adózót feltételeztünk, így családi adókedvezménnyel nem számoltunk – a nettó bér több lesz, ha van (kedvezményezett) gyermeke az adózónak.

Hátrányok:

nincs táppénz és kevesebb lesz a nyugdíj

Az ekhónak persze vannak azért hátrányai is: az ekho megfizetésével ugyanis nem lehet jogosultságot szerezni a táppénzre. A nyugdíj megállapításánál pedig a 15%-os ekho-alapnak csak a 61%-át (és az általános szabályok szerint adózó jövedelemrész, jellemzően a minimálbér egészét) lehet majd figyelembe venni.

Általános szabályok	Ekho	
Bruttó bér	300 000	300 000
Ebből nem ekho-s összeg (minimálbér)		101 500
Havi ekho-alap		198 500
Fizetendő ekho (15%)		29 775
Szja-alap	300 000	101 500
Fizetendő szja+járadékok	103 500	35 018
Nettó bér	196 500	235 208
Munkáltatót terhelő ekho (20%)		39 700
Munkáltatót terhelő szocho + szakképzési hozzájárulás (27 + 1,5%)	85 500	28 928
Munkáltató összes költsége	385 500	368 628

Eladom a titkom...

Sok cégnél fokozottan érzékeny kérdés, hogy egy esetleges elbocsátás után is megbízhatóak maradnak-e az ex-kollégák.

2014. március 15-én új Ptk. lépett hatályba, eszerint közvetlenül kell alkalmazni a személyiségi jogokkal kapcsolatos szabályokat és az ehhez kapcsolódó szankciórendszert. A személyiségi jogok rendszerébe illeszkedik az **üzleti titokhoz való jog**, valamint a **know-how (védtett ismeret) oltalma** is, amelynek szabályait a Munka törvénykönyve hatálya alatt is alkalmazni kell.

Mire terjed ki a titoktartás?

Az Mt. értelmében a munkavállaló köteles a munkája során tudomására jutott üzleti titkot – a Ptk-ban foglaltak figyelembevételével –, valamint a munkáltatóra, illetve a tevékenységére vonatkozó alapvető fontosságú információkat megőrizni. Ezen túlmenően sem közölhet illetéktelen személlyel olyan adatot, amely munkaköre betöltésével összefüggésben jutott tudomására és amelynek közlése a munkáltatóra, vagy más személyre hátrányos következménnyel járna.

A titoktartás azonban nem terjed ki a közérdekű adatok nyilvánosságára és a közérdekből nyilvános adatra vonatkozó, külön törvényben meghatározott adatszolgáltatási és tájékoztatási kötelezettségre.

Szerződésbe foglalt védelem

A munkavállaló kötelezettségszegése a legsúlyosabb esetben – például bizalmas információk rendszeres kiszivárogtatása a konkurens cégnek –, akár a felmondás alapjául is szolgálhat. Az ezzel kapcsolatos munkáltatói érdekeket írásba kell foglalni – például a munkaszerződésben, egy különálló nyilatkozatban, de mindenképp a munkaviszony létesítése előtt.

Gyakori a titokvédelmi szabályzat létesítése is. Az előírások betartásáért a munkavállaló a bérének 30%-ig terjedő pótlékra jogosult. Az üzleti titkot a munkaviszony megszűnésétől számított két évig kell megőrizni, mert ez idő alatt a legtöbb titok oka fogyottá válik.

Ehhez hasonló intézmény a versenytilalmi megállapodás, amelyben megtiltható a dolgozó számára több olyan dolog, mint például a versenytársaknál történő elhelyezkedés vagy befolyásszerzés a versenypartnerél.

Büntetőjogi oldal

Az üzleti titok megsértése az új Btk. hatálybalépésével külön nevesített bűncselekménnyé vált. Fontos azonban kitérni arra, hogy egy jogellenes munkavállalói kiszivárogtatás esetén a jogtalan előnyserzési szándék általában hiányzik, a céget, mint sértettet érő vagyoni hátrány pedig sokszor csak később jelentkezik. A biztonság érdekében talán érdemesebb lenne azt vizsgálni, hogy a titoksértés szándékos-e, és alkalmas-e arra, hogy a sértettnek vagyoni hátrányt okozzon.

Brüsszel is szabályoz

Új irányelv megalkotására tett javaslatot tavaly november végén az Európai Bizottság annak érdekében, hogy hatékonyabbá tegye az üzleti titkok védelmét. Az új, uniós szintű jogszabály egységes meghatározást adna az üzleti titok fogalmának és egységes szabályokat állítana fel arra vonatkozólag, hogy hova és hogyan fordulhatnak jogorvoslatért azok, akiknek üzleti titkaival visszaéltek.

A szabályok azoknak a vállalkozásoknak a helyzetén javítanak, amelyek értékes információk ellopása, vagy illetéktelen felhasználása miatt kárt szenvednek. A javaslatnak az a célja, hogy ilyen esetben a nemzeti bíróságok egyszerűbben járassanak el, a sértettek pedig könnyebben kaphassanak kártérítést. Ezen kívül a Bizottság az egész Európai Unióban egységesíteni kívánja az üzleti titok meghatározását.



Mikor tartható?

A titoktartási nyilatkozat csak akkor hatályos, ha a munkába lépés előtt már aláírták. A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy ha egy ilyen szerződést aláíró alkalmazottnak megszűnik a munkaviszonya, két évig nem helyezkedhet el másik olyan cégnél, amely hasonló tevékenységet végez, mint a korábbi. A titoktartási nyilatkozat kiterjed a közeli hozzátartozóra, de a cégalapításra is. Ez azt jelenti, hogy a munkavállaló nem alapíthat olyan céget, amelynek hasonló a tevékenységi köre, mint az anyacégének.



7 munkajogi hiba, amiért Önt is százezrekre büntetik

1. Próbanap

A munkaviszony létesítésével kapcsolatos egyik legáltalánosabb tévedés az úgynevezett „próbanap” vagy „próbamunka” intézményéhez kötődik – kezdi a fel-sorolást Hoffmann Gábor Csaba, munkajogi és HR tanácsadó. – A próbanap azt jelenti, hogy a reménybeli munkavállalót néhány napra behívják, hogy a gyakorlatban bizonyítsa rátermettségét, hozzáértését. Ha a munkavállaló a próbanapon vagy próbamunkán megfelel, akkor felveszik és bejelentik. Bár maga a „próbanap” vagy „próbamunka” hivatalosan nem létezik, ennek ellenére van munkajogi megnevezése: úgy hívják, hogy „feketemunka”, és bukás esetén a munkaügyi felügyelő nem tekinthet el a fejenként akár néhány százezer forintos bírságtól. A dolgozó megismerésének nem ez a hivatalos módja, hanem a próbaidő. Azonban a munkavállaló bejelentését nem lehet elkerülni ez idő alatt sem, és munkaszerződést is szükséges vele kötni.

2. Próbaidő, hosszabbítás, új próbaidő

A második leggyakoribb hiba, amit a munkáltatók elkövethetnek, az a próbaidővel kapcsolatos. Igen, a **próbaidő alatt is be kell jelenteni a munkavállalót**, és igen, a munkavégzés előtt munkaszerződést is kell vele kötni. És nem, sajnos **a próbaidő nem lehet hosszabb három hónapnál**, és ezen felül **hosszabbítani, ismételni sem lehet**. A próbaidő olyan, mint egy ismerkedési est. Nyilvánvaló, ha a párok már ismerik egymást, akkor az ismerkedési estnek sok értelme nincs.

3. Közös megegyezés

A munkáltatók többsége úgy gondolja, hogy a „közös megegyezés” egy olyan csodafegyver, amellyel a munkáltató bebiztosítja magát az esetleges „kényelmetlenségekkel” szemben. Azonban ez nem így van. A közös megegyezés a **felek egyező akaratnyilatkozata**. Ha bármely fél nem ért egyet vele, nem írja alá. A munkavállaló tehát egyrészt nem is köteles aláírni a közös megegyezést, másrészt, ha alá is írta, azt a bíróságon megtámadhatja, ha bizonyítani tudja, hogy fenyegetés eredményeképpen jött létre.

4. Leltárfelelősség

A leltári felelősség célja, hogy a munkavállaló(k) kezelésében álló árukészletben kár, hiány ne keletkezzék. Azonban leltári felelősségről csak olyan esetekben lehet megállapodni a munkavállalóval, ha a leltári készlethez más nem fér hozzá, a készlet elzárt és ellenőrzött körülmények közötti tárolását a munkáltató megoldotta. Különösen igaz ez nyitott eladóterű üzlethelyiségekben elhelyezett árukészletre, ahol a vásárlók tetszés szerint hozzáférhetnek, vagy olyan berendezési tárgyakra, amelyeket egy ügyfélszolgálaton vagy irodában bárki használhat.

5. Fegyelmi büntetések

A munkavállaló csak akkor élhet a fegyelmi büntetések eszközével, ha arról a munkavállalóval a **munkaszerződésben megegyezett**, és betartja az erre vonatkozó szabályokat. Nem célszerű fegyelmi büntetéseket alkalmazni olyan esetekben, amelyek nem bizonyíthatók egyértelműen, vagy amelyek nem függenek össze a munkavállaló munkavégzésével. Például fegyelmi büntetéssel lehet sújtani valakit azért, mert munka közben mobiltelefonált, de nem lehet azért, mert kiment a mosdóba. A fegyelmi büntetések mértéke nem haladhatja meg a munkavállaló egy havi bérét, és célszerű a munkaszerződésben mind a tényállásokat, mind pedig a büntetési tételeket egyértelműen rögzíteni, a fegyelmi vétségeket pedig szabályszerű jegyzőkönyvvel, tanúkkal igazolni.

6. Bérlevonás

Sok munkáltató úgy véli, hogy a munkavállalók munkabéréhez szabadon hozzányúlhat, abból különféle jogos, vagy jogosnak vélt levonásokat eszközölhet. **A munkavállaló munkabérét azonban a törvény védi**: ahhoz hozzányúlni, abból levonni önhatalmúlag senkinek nem szabad. A munkáltató munkavállalóval szembeni esetleges követeléseit a törvényben meghatározott rend szerint érvényesítheti szabályszerű fizetési felszólítással vagy bírósági úton.

7. Munkaközi szünet

A munkáltatók nagy része abban a téves feltevésben van, hogy a munkaközi szünetet a munkavállalónak kell kivennie. A helyzet azonban az, hogy a **munkaadó felelőssége** gondoskodni arról, hogy munkavállalói a munkaközi szünet idejére a munkát megszakítsák. A 6 órát elérő munkaidő esetén legalább 3, legfeljebb 6 óra munkavégzést követően legalább 20 percet, 9 órát elérő munkaidő esetén pedig további 25 percet kell kiadni.



Kávészünet

/ Lazítson a nyakkendőn!

Kötelező olvasmány – üzletembereknek

Éttermet nyitni – vendéglátós tapasztalat nélkül



Kötelező olvasmány – üzletembereknek

Hogyan válhat egy garázscégből több, mint száz dolgozót foglalkoztató, 1 milliárd forintos éves árbevételt hozó részvénytársaság? Mitől lesz az emberek egy része sikeres, és hol bukik el a másik fele? Kulcsár Tibor, a Kulcs-Soft elnök-vezérigazgatója 25 év üzleti tapasztalattal ennek elméletéről és gyakorlatáról írta első könyvét, amely *A világon élni csak hősként érdemes* címmel jelent meg. Olvassanak bele – akár nyaralás közben –, felér egy üzleti tanfolyammal! Íme, néhány részlet.

Cél az ajtón

„Ha van igaz álmod, vágysz rá mindennél jobban, hiszed, hogy sikerül, akkor kezdj el cselekedni! De nagyon fontos, hogyan cselekszel, mert sokan itt rontják el! Tűzz ki célokat az álmod eléréséig. Az álomnak nagynak kell lennie, a céloknak aprónak és könnyűnek. A céljaid legyenek konkrétak és írd le őket. A célokat naponta kell ellenőrizni és számon kérni magadon! Nekem az volt kiírva az irodám ajtajára, hogy: ADDIG nem mehetsz haza, amíg nem adtál el legalább egy programot! És mivel 25 éve csinálom, így mindenki kiszámolhatja, hogy jó sok programot eladtam már!”

Szeresd a gazdagodat!

„Ha gazdag akarsz lenni, akkor előtte meg kell szeretned

a gazdagokat. Nem fog menni azonnal, de sikerülhet. Az első lépés, hogy elfogadod, tisztességes eszközökkel is lehet valaki gazdag. Olvasd az életrajzukat. Beszélj velük. És meglátod, hogy rengeteg gazdag van, aki tisztességes eszközökkel lett gazdag és ráadásul rendes ember is. Közeledj feléjük. Legalább hallgasd meg őket.”

A versenytársak jobbá tesznek

„Miért megy jól a tapasztalt, felelősségtudattal rendelkező szakembernek? Mert nincsen konkurenciája! Nagyon sokan panaszkodnak, hogy a konkurencia elnyomja őket, lenyomja az árakat, nem tudnak sikeresek lenni. Ez így nem igaz. Ez csak egy kifogás. Ha alaposan megvizsgálod a helyzetet, azt látod, hogy senkinek sincs konkurenciája. Minden cég egyedi, minden termék



A cég

A Kulcs-Soft 1989-ben az első vállalkozások között indult egyedi szoftverek programozásával, majd az ügyfélszám növekedésével bevezették a dobozos szoftver ötletét. Magyarországon a Kulcs-Soft rendelkezett először Windows operációs rendszerre kifejlesztett ügyviteli termékekkel. 2005-től az internet elterjedésével online szoftvereket jelentettek meg, amelyek révén két év alatt megduplázták ügyfeleik számát. 2006-ban részvénytársasággá alakultak, 2009-ben a cég részvényeit bevezették a Budapesti Értéktőzsdére. Ma több mint 50 ezer fős hazai és külföldi ügyfélkörrel rendelkeznek.

egyedi, minden ember egyedi. A probléma ott van, hogy nem vagy jobb, mint a versenytársaid. Tiger Woods még soha nem mondta, hogy nehéz meghívást kapni, mert a konkurencia lenyomja az árakat. Bár 70 millió ember golfozik, és Ő kéri a legmagasabb rajtpénzt, mindenki Őt akarja. A konkurencia ellen nem trükkökkel, csalással, ügyeskedéssel kell harcolni, hanem azzal, hogy te vagy a legjobb! Az 1990-es években az alábbi mondat volt a szlogenünk: Mi csak a második legnagyobb szoftvercég vagyunk, ezért jobban kell dolgoznunk, mint az elsőnek! Mérd fel a szakmai színvonaladat, és mérd fel a nagyobb versenytársaidat is, de őszintén. Ha a te minőséged jobb, akkor emeld fel az áradat és meg fogsz lepődni! A vevők csak azért nem vásároltak eddig tőled, mert az alacsony áráddal megzavartad őket, és azt üzented feléjük, hogy te gyengébb minőséget képviselsz. Ha tanácsot kérnek tőled, hogy mit csináljanak, hogy jobban menjen az üzlet, akkor 90 %-ban azt mondom: emeld fel az áraidat. 10 %-ban meg azt, hogy hagyd abba.”

A tulajdonos ismerjen minden folyamatot!

„Amíg nem ismersz minden folyamatot a cégedben, addig nem szabad egy alkalmazottat sem felvenni. A legtöbb csőd azért van, mert a tulajdonos megbíz alkalmazottakat olyan dologgal, amihez ő nem ért. Én foglalkozom a beszerzéssel, az alkalmazott meg foglalkozzon az értékesítéssel és a marketinggel. Biztos bukás a vége! Amíg megy az üzlet, addig minden rendben, de ha nem jön a bevétel, akkor az alkalmazottak folyamatosan kifogásokat mondanak, és ha nem érted azt a területet, akkor nem tudod eldönteni, hogy tényleg gond van-e, vagy csak benyeltél egy kifogást. Ezért van az, hogy rengeteg cég vesztéssel vagy null szaldóval működik, és a tulajdonos nem tudja miért. Az első száz terméket te add el, majd utána vehetsz fel valakit, aki helyetted csinálja. Tanul meg a könyvelést is. Nem kell

könyvvizsgálónak lenned, de értsd a könyvelés alapjait. Sok cég rengeteg felesleges pénzt fizet ki, csak azért, mert a tulajdonos nem érti a könyvelést, és mindent elhisz a könyvelőnek. Nem szándékosan hibáznak a könyvelők, de minden területen kell a kontroll, és az a jó, ha a kontrollt a tulajdonos végzi.”

Ha nem megy, kezdjük újra

„Nincs olyan, hogy hiba nélküli élet. Mindenki hibázik, és minél hamarabb beismered, annál hamarabb rátalálsz a helyes útra. Még Nadal is üt labdát a hálóba. Mondhatná azt is, hogy a háló a hibás, ő jót ütött, de nem ezt teszi. Az tény, hogy hibázni nem jó érzés. De! Minél jobban szereted a hibáidat, annál könnyebb lélekkel tudod kijavítani. Ha utálod magad a hibák miatt, akkor nehezebben fog menni. És ezzel időt veszítesz, pedig az idő pénz! Rengeteg embert ismerek, akik évek óta vesztes céget vezetnek. Beleölik az idejüket, a pénzüket, az álmaikat. Pedig csak annyit kellene mondani, hogy vesztettem, kezdünk egy új meccset.”

„Ha felvettek volna a műszaki egyetemre, és sikerült volna programozó matematikus diplomát szereznem, akkor ma nem egy tőzsdei cég elnök-vezérigazgatója lennék, hanem egy szoftveres cégnél programozó.”



Éttermet nyitni – vendéglátós tapasztalat nélkül

Vojnits Bálint írása

Tinédzserként mindig szexi életképnek gondoltam egy saját kávézót, netán egy komolyabb éttermet, ahol az ember elszivarozgat a konyakja mellett, a jobbán egy szőkével, a balján egy barnával, miközben jókat beszélget a vendégekkel, akik közül majdnem mindenki ismeri.

Egy véletlen folytán alkalmam adódott, hogy megépitsek egy ilyen **saját játszóteret. Soha nem voltam vendéglátós, mégis befogtam.** Miért? Mert ezt vallo: „The life is not about finding yourself, but it's about creating yourself.”

Szaglásszunk körbe!

Ha egyszer beleugrunk a vendéglátásba, a legfontosabb házi feladat, hogy jól nézzük meg a hely közvetlen környezetét, ismerjük meg a környéket, a közönséget. **Érdekes különböző napszakokban több időt is eltölteni a kiszemelt helyiség körül** mielőtt a beruházás mellett döntünk. Egy jó helyre persze bárholnan elmennek az emberek, ahhoz azonban, hogy egy gasztro-élmény kedvéért útra keljenek, folyamatosan fel kell tudni mutatni valami tartósan vonzó. Szerencsés tehát ha a vállalkozás vagy egy **turisták miatt** forgalmas helyen található, vagy egy könnyen **körülhatárolt célcsoport** (sportolók, művészek...) kedveli a környéket.

2013. júniusában lehetőségem nyílt a Király utca, Dob utca, Rumbach Sebestyén utca és Holló utca által körbevett Gozdsu udvarban egy belül kicsit nagyobb mint 100 nm, plusz 100 nm-es terasszal rendelkező, összesen 80 fő kiszolgálására alkalmas vendéglátó helyiséget nyitni. Ez a Thyme Kitchen & Delicatessen. A fő célcsoport: turisták – a világ minden tájáról, és hasonló értékrendet képviselő magyar vendégek.

A profi jegeskávé titka

A vendéglátást én két területre osztom. Az egyik az ital, a másik a meleg konyha. Csak az italban én személy szerint nem sok értékeremtést látok, kivéve a gyümölcsös limonádék, a juice- és alkohol-alapú koktélok vagy az ízesített kávék és frappucino-k készítésében,

amelyek már összetettebb feladatot és némi kreativitást is kívánnak. Egy vaníliás jegeskávéhoz például kézzel kell a tejszínt a jéggel összerázni (shakelni), hogy ne legyen a hab sem túl kemény, sem túl puha, a vaníliaszirupot külön kell hozzákeverni a tejhez és ezzel párhuzamosan szükséges lefőzni a krémes kávét, végül mindezt a megfelelő módon összeönteni. **Annak is megvan a módja, hogy mitől lesz a tejhab fényes a cappuccino-n,** de az sem mindegy, hogy a coffee latte összeállításakor milyen hőmérsékletű a tej és a kávé, különben a végeredmény nem csíkozódik megfelelően.

A jó chef sokba kerül

Véleményem szerint a meleg konyha hordozza a vendéglátás szépségét. Itt lehet igazán izgalmat és jótkotni. Igaz, az elkészült áruk életgörbéje még a tisztavirágéhoz képest is rövid, hiszen egy óráig sem tart. **A meleg konyha több dolog miatt is veszélyes pálya:** könnyen elszállhat a selejt-anyag mennyisége, ami elviheti a hasznót. Ha a receptet nem tartjuk pontosan, belecsúszhatunk az indokolatlanul nagy arányú anyagfelhasználásba is. Mégis, a meleg konyha legnagyobb kihívása a minőség megteremtése és annak fenntartása. Ez pedig alapvetően két dologtól függ: az alapanyag minőségétől és az elkészítés módjától. Ezzel kapcsolatban az biztos, hogy mind a jó alapanyag, mind a jó chef mindig sokba kerül.

Sakálók a placcon

A vendéglátóiparban a humán erőforrás állapota és annak felkészültsége Budapesten borzalmas. Azt mondják, ebben az iparágban az emberek olyanok, mint a sakálók: vad húson élnek napról napra, miközben azt lesik, hol lehet még elcsenni egy kicsit mások orra elől. Ebben van némi igazság. Úgy érzem, hogy az

elmúlt 50 év alatt több generációba is beleivódtak olyan automatizmusok, amelyek megváltoztatása életmódbeli változást is igényelne. Máshol nem találkoztam még olyanval, hogy emberek nap végén kapják meg a fizetésüket és nem hó végén. Valljuk be, igen nehéz kiegyenlített teljesítményt elvárni valakitől, miközben a napi teljesítményt premizáljuk. Itt nem ismertek a „hosszú táv”, a „csapatmunka” vagy a „motiváció” fogalmai.

Akik el sem jöttek

A legfurcsább azt volt megtapasztalni, amikor úgy jelentkeztek álláshirdetésre, hogy ugyan e-mailben elküldték az önéletrajzukat, viszont a telefonon megbeszélte találkozóra másnap nem érkeztek meg, és később az adott telefonszámon elérhetetlenek voltak. **Történt nem egyszer, hogy az első találkozó után megbeszélte próbanapon nem jelentek meg a jelöltek.** Aztán rájöttem, hogy azért, mert ha az illető megérzi, hogy a légkör nem alkalmas hosszú távú túlélésre, akkor inkább szó nélkül továbbáll.

Folyamatos jelenlét

A marketing és a kommunikáció óriási lehetőségeket rejt magában. A jó vendégek hamar megszokják és elvárják, viszont a rosszat még hamarabb megtudják. Hatalmas a kockázat. **A kommunikáció a legkomplexebb művet a vendéglátásban.** Itt a marketingbe

tartozik az online kommunikáció, az étterem dizájna és komfortja, az étlap, a találás, a felszolgáló megjelenése, mosolya, szövege és persze a minőség-ár aránya. A különböző évszakok és események folyamatos akciókat és kreatívok gyártását kívánják meg. A kihívás, hogy valami olyat kell létrehozni, ami elsősorban nem is feltétlenül nekem tetszik, hanem másik 10 000 embernek – minden időben és szezonban.

A pincér

A kiszolgálás technikája és minősége soha nem lehet elég jó olyan vendég számára, aki valaha megtapasztalta a szolgáltatás amerikai magaskoláját. Ahol a felszolgálók tudják, hogy a jutalék a pozitív kisugárzásért, a könnyedségért, a szeretetért és a vendég extra kényelméért járó jutalom.

Lássuk a számokat!

A vendég átlagban az áruk bekerülési árának **300 százalékát** fizeti meg. Ennek az oka egyszerű matek: a költségek egyharmada az áruk bekerülési ára, a másik harmada a bérleti díj, a gáz, a villany, a víz, az alkalmazottak fizetése, a selejt ára és a marketing költségek. Ha még ezután marad, az lesz a tulajdonos haszna. Végül, de nem utolsósorban azt hiszem, hogy a vendéglátáshoz nem csak stílus kell, hanem a **háttérben egy nő is**, aki intuitív képességével támogat, és ezen felül még hasznos, konstruktív véleménnyel is bír.

Okos eszközök

/ Hasznára válnak!

Álljon fel a fotelból!

Mozgásra sarkall: Polar Loop aktivitásmérő karperec

Pendrive már a mobilhoz is!

Megérkezett a Windows Phone 8.1

A legjobb gyorsító

Roaming alapozó

Játszani tudni kell



Álljon fel a fotelből!

Egy vállalkozó napirendjébe nem könnyű beépíteni a sportra szánható órákat. Az okostelefonon elérhető applikációk viszont segíthetnek elkezdni a mozgást és később megőrizni a kitartást. Viszont ahogy egy jó üzletbe, úgy a sportolásba sem szabad adottságaink, korlátaink ismerete nélkül beleugrani.

Ha Önt az örületbe kergetik azon ismerősei, akik folyamatosan megosztják a Facebookon, hogy mikor és merre futottak, milyen volt az átlagsebességük, mekkora emelkedőkkel küzdöttek meg, akkor talán első körben nem rajong az edzést segítő applikáció-kért. Ettől függetlenül bátran kijelenthetjük, hogy az efféle szoftveres megoldások teszik valóban okossá az okostelefonokat, és pont annyival használják ki jobban az elképesztő tudású készülékekben rejlő lehetőséget, amennyivel a Microsoft Office egy komolyabb szoftver az Angry Birds aktuális kiadásánál.

Az ülőmunka áldozatai

Mielőtt belemennénk abba, hogy miként is működik mondjuk az Endomondo vagy a Runtastic, tisztáznunk kell ezen alkalmazások létezésének és sikerének okát, ami nem más, mint a mozgáshiány. Valószínűleg Önök között is szép számmal akadnak olyanok, akik pontosan tudják magukról, hogy keveset mozognak, vagy legalább ismernek olyanokat, akik az ülőmunka áldozatai. A 10 óránál is többet az irodában robotoló, de a mozgás örömeit nem igazán ismerő emberek számára pedig nem teljesen egyértelmű, hogy miért is jó futni, sétálni, biciklizni. Motiváció kell, az okos-telefon pedig pont ezt tudja megadni.

Taps a fülben

Ez az inspiráció szigorúan nézve nem is technikai jellegű. Sokak számára ugyanis a sporttal töltött idő és annak megosztása, illetve a közösségi média csatornáin keresztül érkező visszajelzések jelentik azt a lökést, amiért a következő alkalommal is elmennek futni, pedig semmi kedvük hozzá. Már az is jó érzés, ha pár ember lájkolja a teljesítményt, a futás közben hallható taps, a bátorító hozzászólások pedig benzinként hathatnak a sportolással ismerkedőre. Persze az is motiváló, hogy térképen láthatjuk a bejárt útvonalat, hozzávetőleges kalkulációt kapunk az elégetett kalóriákról, hogy a szoftverek különféle feladatokat tűznek ki célul elénk

Kérdezze meg orvosát...

Ez utóbbi viszont az okostelefonnal történő edzés egyik legnagyobb veszélyforrása is. A sétán kívül gyakorlatilag az összes repertoáron lévő mozgásformával árthatunk magunknak, ha nem tudjuk, hogy a testünknek mire van szüksége és mit bír. Hiába tűzi ki az alkalmazás számunkra, hogy fussunk tíz kilométert, ha túlsúlyosak vagyunk, nem a megfelelő felszerelést választjuk, vagy akár már a lábainkat is rosszul rakjuk. Épp ezért komolyabb edzés kezdete előtt feltétlenül érdemes konzultálni orvossal, személyi edzővel, vagy legalább egy olyan baráttal, aki tényleg jártas ezen a

területen. Már amatőr szinten is érdemes beszerezni egy mellkasra rögzíthető pulzusmérő övet, hogy egészséges keretek között tudjuk tartani szívritmusunkat edzés közben. Nem árt tudni, hogy napi gyakorlatban a percenkénti 50-60 és 120 közötti pulzusszám tekinthető normálisnak. A maximális szívfrekvenciát pedig úgy számolhatjuk ki, ha 220-ból kivonjuk a saját életkorunkat. 50 éves korban tehát nem szabad a pulzusunknak 170 fölé mennie, még akkor sem, ha egy edzést segítő okostelefonos alkalmazás olyan teljesítményt vár el, ami ezt indukálja. Vannak persze olyan okos kiegészítők, amelyek a csuklón keresztül mérik a pulzusunkat, de ezekre az adatokra közelítő értéknek kell gondolnunk. A pontos szívritmusmérés kizárólag a szívünk körüli területen történhet, tehát az egzakt szám meghatározásához mellkasra rögzíthető eszközt kell felhelyeznünk.

Lehetőségek

Hogy milyen szoftvert használunk, az szinte kizárólag szimpátia kérdése, az ismertebb megoldások (Endomondo, RunKeeper, Runtastic, Nike+ Running...) mindegyikéből létezik jól használható, ingyenes változat is, a fizetős megoldásoknál viszont több adatot láthatunk. Egyes készülégyártók gyárilag is kínálnak különféle szoftvereket az okostelefonjaikon, melyek a tapasztalatok szerint szintén jól működnek. A mozgásérzékelő szenzor mindegyik okostelefonban tudja azt a szintet, amiből ha nem is száz százalékgig pontos, de jól értelmezhető adatok olvashatóak ki. A megtett utat, a szintváltást úgyis a készülék GPS-vevőjének adataiból szűrjük le ezek az alkalmazások, ott pedig túl nagy tévedés nem valószínű. Viszont a GPS használata jelentősen igénybeveszi az okostelefon akkumulátorát, aki tehát reggelente szeretne futni jární és hosszabb időn keresztül tervezni folytatni a tevékenységet, készüljön fel arra, hogy napközben töltenie kell majd a mobilját.

Hova rakjuk?

Nem mindegy az sem, hogy hol tároljuk a telefont sportolás közben. Sétánál egyértelmű, hiszen a zsebünkben is elfér, kocogásnál, futásnál azonban nem a legbiztonságosabb hely. Épp ezért érdemes beszerezni egy karra rögzíthető pántot, vagy olyan futóruhát, amelyben a készülék biztonságban van. Nagyon oda kell figyelni a vízállóságra, nem is feltétlenül az eső, hanem az izzadság miatt. A telefonok beázásában komoly szerepet játszik a pára, télen egy kevésbé szellőző, de meleg kabát belső zsebében is nagyon könnyen bajba kerülhet egy efféle elektronikai eszköz. Ebből is látszik, hogy nem kell feltétlenül víz ahhoz, hogy a készülék belsejét nedvesség érje, kvázi beázzon. Biciklizéshez viszont tényleg az eső miatt érdemes teljesen vízálló tartót választani.



Sportolás előtt konzultáljon szakemberrel, és egészségére, a helyes edzésre is legalább annyira ügyeljen, mint szeretett okostelefonja épségére!



Sport office

Más kultúrákkal ellentétben hazánkban gyakorlatilag teljesen ismeretlen az, ha valaki a kávészünetét nem cigizéssel vagy beszélgetéssel, hanem aktív mozgással tölti. Pedig ez nem csak a munkavállaló hangulatára, hanem a munkavégzés hatékonyságára is jótékony hatással bír. Az okostelefonokra rengeteg olyan app érhető el, amelyek hasznos tanácsokat adnak azzal kapcsolatban, hogy pár perc szünetet miként tudunk értelmes mozgással tölteni. Ilyen például a 7 Minute Workout, amely nem csinál más, mint feladatokat sorol és hangosan számol, hogy még mennyi ideig tart az edzés. Nem kalkulál ki semmit a testtömegünk alapján, intelligenciának csírája sincs benne, mégis hasznos. Aki olyan környezetben dolgozik, ahol a mozgás fontossága mindenki számára közhely, nyugodtan próbálja ki akár ezt, akár egy másik hozzá hasonló, ingyenes szoftvert! Aki pedig semmit sem sportol, otthon is használhatja, kezdésnek ugyanis ez is tökéletes.



Mozgásra sarkall:

Polar Loop aktivitásmérő karperec

Minden apró lépés számít egészségünk megőrzése érdekében – és hogy ezeket a lépéseket „számolni” is tudjuk, abban az aktivitásmérők a nagymenők.

Ahhoz is kell motiváció, hogy a negyedikre ne liffel, hanem lépcsőn menjünk fel, vagy hogy a buszról esetleg a kicsit távolabb eső megállóban szálljunk le, és így pár lépéssel többet gyalogoljunk hazáig – szerencsére a modern és okos eszközök ebben is a segítségünkre lehetnek. Idén már több gyártó kínálatában találni úgynevezett aktivitásmérő karpereceket, amelyeket pont az ülőmunkát végző, keveset mozgó embereknek találtak ki. Ilyen a fitness-kiegészítőről ismert Polar nevű cég terméke, a Loop is. A finn vállalat neve a sportolók körében híres, az átlagemberek viszont nem feltétlenül hallottak még róla.

Hordható high-tech

Bár a pontos időt a Loop is bármikor meg tudja jeleníteni és az okostelefonunkkal is kapcsolatban állhat, hangsúlyozottan nem egy okosóra. Nincs is olyan értelemben vett kijelzője, mint amilyennel mondjuk a Samsung Gear termékcsalád büszkélkedhet, csupán piros színű pöttyökön keresztül képes információt közölni, ami egyébként nagyon jól illeszkedik egyszerre modern és elegáns megjelenéséhez. A Polar termékét üzleti tárgyaláson sem kínos viselni, a tekinteteket is vonzza, mert jól látszik rajta, hogy egy darabka high-tech.

Kalkulál a karperec

Az eszköz lelke egy mozgásérzékelő szenzor, ami a Loop (azaz a csuklónk) mozgása alapján határozza meg, hogy milyen aktivitást végzünk. Képes megkülönböztetni az alvást/fekvést, az ülő és az álló helyzetet, a sétát és a futást, tehát azokat a mozgásformákat, amelyeknél a csuklónk is mozog. Felismeri azt is, ha házimunkát végzünk, illetve mozgásnak veszi a biciklizést is, bár a Polar ezt hivatalosan nem támogatja, a kerékpározáshoz ugyanis pedálra szerelhető

fordulatszámérőt gyártanak, de ez viszont sajnos nem kommunikál a Looppal. Bizonyos mellkasra szerelhető pulzusmérők viszont igen, ráadásul a két eszköz párosítása is roppant egyszerű, mert csak oda kell érintenünk a csuklónkat a mellkasunkhoz. A szívritmus ismeretében a Loop sokkal pontosabban tudja meghatározni az elégetett kalóriák számát, illetve sportolás közben egyébként is segítséget nyújt, hogy a kis kijelzőn láthatjuk az aktuális pulzusszámunkat. A felhasznált kalóriákat ilyen kiegészítő nélkül a mozgás típusa és intenzitása, illetve a saját adataink (életkor, testmárgasság, testtömeg) alapján kalkulálja ki.



Ma eleget mozogtunk?

A Loop okostelefonnal való kommunikációja is megoldott: Android és iPhone esetében is létesíthetünk kapcsolatot a karpereccel, de túl sok extrát ezáltal nem kapunk. Az adatokat az okostelefon adatkommunikációs csatornáin keresztül feltölthetjük a Polar Flow nevű felhő alapú rendszerbe, így a mobil kijelzőjén keresztül is nézegethetjük azokat, amelyeket egyébként bármilyen böngészőből is elérhetünk, hiszen az interneten tárolják őket. Vibrátorom nincs a Loopban, pedig sokak számára hasznos lenne, ha aktív telefonos kapcsolat esetén értesítene minket a bejövő hívásokról, mint egy okos- vagy csatlakoztatott óra. A Polar termékének egyértelmű előnye viszont az, hogy akkumulátora 5-7 napig is kibírja egy töltéssel – az időtartam attól függ, hogy milyen gyakran kapcsoljuk be a kijelzőt. Szintén nem elhanyagolható az sem, hogy vízálló, így nyugodtan zuhanyozhatunk vagy úszhatunk is vele. A legfontosabb persze az, hogy a célját sok embernél eléri, tehát kimozdítja őket a fotelból, több mozgásra motivál, hiszen jó érzés, amikor a Loop gratulál a napi cél teljesítéséhez. Öröm tudni, hogy ma eleget mozogtunk.

Pendrive már a mobilhoz is!

Bár pendrive-val szinte minden ember rendelkezik, eddig leginkább csak számítógépekkel használtuk. Eddig.

Kinek rúzs, kinek dobozos sör alakú, kinek erősebb, kinek ellenállóbb, de egy dolog szinte biztos: olvasóink túlnyomó része rendelkezik valamilyen pendrive-val, avagy USB-csatlakozóval egybeépített, flash memóriát használó adattárolóval. A pendrive kifejezés ugyanis bár angol, csak hazánkban igazán elterjedt, külföldön inkább USB flash drive néven hivatkoznak ezekre a fizikailag kis méretű, ugyanakkor több gigabájtnyi adatot tárolni képes meghajtókra.

Kell-e egyáltalán?

Mivel a napjainkban használt számítógépek kivétel nélkül rendelkeznek a szóban forgó USB-csatlakozókkal, a pendrive-ok evolúciója az elmúlt években a fizikai méret csökkenéséből, illetve a tárhely és az írási sebesség növekedéséből állt. Az elmúlt pár év ugyanakkor nem a számítógépek, hanem az okostelefonok és táblagépek térhódításával telt, ezeken pedig csak elvétve találni olyan típusú USB-csatlakozókat, amelyeket a notebookokról ismerhetünk, tehát a jelenleg kapható pendrive-okat nem igazán tudjuk okostelefonokhoz csatlakoztatni. Az iparág persze megoldotta, hogy ezt ne érezzük problémának, a legtöbb telefon számítógépre kötve képes leválasztható háttértárként viselkedni, jelentős részük pedig bővíthető microSD memóriakártyákkal, a felhő alapú tárhelyek térhódításáról nem is beszélve.

Kell!

Ezektől függetlenül is jogosan merülhet fel a kérdés, hogy miért nincsenek olyan pendrive-ok, amelyek használhatják az okostelefonok és táblagépek többségén megtalálható microUSB-csatlakozót, amelyre egy ideje már kvázi szabványként is tekinthetünk. A választ nehéz lenne megfogalmazni, az viszont biztos, hogy idén már több gyártó is piacra lépett olyan eszközzel, amelyeknél a hordoz-

ható eszközökhöz történő csatlakoztatás is megoldott, amennyiben azok rendelkeznek microUSB csatlakozóval és ismerik az úgynevezett OTG-szabványt (One The Go). Szerencsére a mostanában megjelent androidos okostelefonok és táblagépek többsége ilyen, úgyhogy 2014-ben már kijelenthetjük, hogy a pendrive-ok végre csatlakoztathatók ezekhez a kűtyűkhöz is.

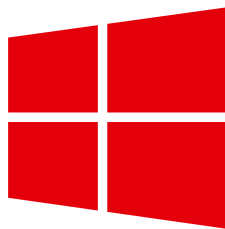
Mi van a kupak alatt?

Ehhez persze szükséges, hogy a hagyományos USB mellett a pendrive egy microUSB csatlakozóval is rendelkezzen, amire a gyártók különféle megoldásokat kínálnak, de a legegyszerűbb az, hogy az egyik végén ilyen, a másik végén olyan konnector található a kupak alatt. A tárkapacitás nagyjából azon a skálán mozog, mint a hagyományos pendrive-ok esetében, 4-től 64 GB-ig az összes lépcső megtalálható. Azonban nem árt odafigyelni arra, hogy mennyi pénzt kérnek értük. Konkrét gyártókat és modelleket felesleges lenne említeni, hiszen e cikk megjelenése után valószínűleg folyamatosan kerülnek majd piacra különféle OTG-s pendrive-ok, de az biztos, hogy jó esetben csak minimális felárat kell fizetnünk ezért a lehetőségért. A tapasztalat pedig egyelőre az, hogy bár léteznek drágább megoldások is, azok semmi különlegeset nem tudnak, amiért megérné az extra kiadás. A lényeg ugyanis alapvetően az, hogy működjön a pendrive.

Milyen gyors?

Sebességben persze van némi eltérés, olvasni általában 20-30 MB/másodperc sebességgel lehet ezeket az apróságokat, míg az írási sebesség 4-10 MB/másodperc között változik. Az olvasás esetében ez bőven elég ahhoz, hogy mondjuk a táblagépbe dugott pendrive-ról le tudjunk játszani egy FullHD felbontású filmet, az írási sebesség pedig akkor számít, amikor a filmet felmásoljuk. Aki tehát pendrive vásárlása előtt áll, nézelődjön, de azért azt is tudakolja meg, hogy készüléke alkalmas-e OTG-s pendrive-ok fogadására.

Megérkezett a Windows Phone 8.1



Régóta várt új funkciókkal futott be a Windows Phone operációs rendszer legújabb frissítése, amely minden Windows Phone 8-as készülékre elérhető lesz.

Nagyjából két éve kapott jelentős vérfrissítést a Windows Phone platform, amikor is a Microsoft bemutatta a 8-as verziószámú rendszert, amely sokak nagy bánatára nem volt kompatibilis a 7-es verzióval, azaz a régebbi készülékek gazdái lemaradtak róla. Ennek egyébként nem üzletpolitika, hanem technológiai korlátok álltak a háttérben, amelyek szerencsére az idén áprilisban bemutatott 8.1-es verzióban nincsenek jelen, úgyhogy az összes Windows Phone 8-as készülék tulajdonosa örülhet a frissítésnek.

Beépített titkárnő

A platform evolúciója szempontjából a legfontosabb újítás a Cortana névre hallgató személyi asszisztens megjelenése, amely az iPhone-oknál elérhető Siri és az Android rendszerű készülékeknél működő Google Now vetélytársa. Természetesen nem csak arról van szó, hogy a **Cortana** képes értelmezni a hangutasításokat, a szolgáltatás mögött egy elég komplex rendszer található, amely nem csupán a Binget használja, hanem folyamatosan figyeli a felhasználói szokásokat is, hogy az idő előrehaladtával egyre nagyobb segítséget nyújthasson. A Cortánával rögzíthetünk eseményeket a naptárba, létrehozhatunk jegyzeteket, emlékeztetőket, valamint a Sirihez hasonlóan társaloghatunk is vele, de sajnos magyarul nem tud.

Kíméli az ujját

Épp ezért praktikusabb újításnak tűnik az értesítési rendszer egységesítése, mivel a korábbi rendszer nagy hibájának tartották, hogy az egyes értesítéseket külön csempeken láthattuk, nem összesítve. A 8.1-es Windows Phone esetén a konkurens rendszerekhez hasonlóan felülről lehet lehúzni egy sávot, ahol nem csak egy érintéssel ki- és bekapcsolható a Wi-Fi vagy a Bluetooth, hanem láthatjuk az elmulasztott és közelgő eseményeket, új üzeneteket is. Változott a hangerőállítás is, már külön szabályozható a csengetés a média hangerejétől, ami szintén hiánypótló szolgáltatás, csakúgy, mint a swipe módszerrel történő gépelési lehetőség is (azaz, hogy úgy írhatunk be szavakat,

hogy az ujjunkat nem emeljük fel az érintőkijelzőről, csupán mozgatjuk a kívánt betűk között).

Fotót háttérnek

Sok felhasználó számára jelent örömet, hogy a főképernyőn már nem csak a színekkel játszhatunk, hanem háttérképet is beállíthatunk, ami akár egy általunk készített fotó is lehet. Az Internet Explorer 11-es böngésző is ráncfelvarráson esett keresztül. Megjelent egy privát böngészési mód, megújult a Data Sense, a YouTube lejátszó, valamint a csatlakoztatott készülékeken megnyitott fűleket is láthatjuk az okostelefonunkon. Változott a vissza gomb nyomvatartásával előugró multitasking-felület is, ahol az egyes szoftvereket egy felfelé történő gesztusmozdulattal is be lehet zárni.



Telepítse most!

A Windows Phone 8.1-es frissítés minden Windows Phone 8-as készülékre elérhető OTA (Over The Air) formájában, tehát közvetlenül az okostelefonról, számítógép közbeiktatása nélkül telepíthető.



A legjobb gyorsító

Itt a nyár, az átlagosnál többet utazunk, a tájékozódásban pedig mi másra is támaszkodhatnánk, mint az okostelefonunkra? Például egy közösségi navigációs szoftverre, a Waze-re!

Soha nem volt még ennyire egyszerű A pontból B pontba autó segítségével eljutni, hiszen az okostelefonoknak köszönhetően virágkorukat élik a különféle navigációs szoftverek, amelyekért nem feltétlenül kell súlyos tízezreket fizetnünk. Belföldön az is elég, ha rendelkezünk mobilinternet előfizetéssel. A három legnagyobb okostelefonos platformnál (Android, iOS, Windows Phone) gyárilag is adottak a lehetőségek, de a legjobban ebből a szempontból a Nokia által erősített Windows Phone áll, ahol internetkapcsolatot nem igénylő (offline) navigációra is adódik lehetőség.

Naprakész infók

Az okostelefonnal történő navigáció azonban nem csak azért érdekes, mert mindenki számára elérhető és nem kell hozzá külön eszközöket beszerezni, hanem azért is, mert a mobiltelefonokban SIM-kártya dolgozik, azaz képesek két irányba kommunikálni. Az adatokat tehát nem csupán fogadni, hanem küldeni is tudjuk velük, ez pedig korábban elképzelhetetlen lehetőségeket teremt a navigációs szoftvereknél. Aki most találkozik először a **közösségi navigáció**



fogalmával, valószínűleg e sorok olvasása közben is elkezdte végiggondolni a forgalmi információk megosztásával kapcsolatos lehetőségeket – nem véletlenül. A határ – a mindenhol elérhető, gyors mobilhálózatoknak köszönhetően – a csillagos ég.

Minimál adatforgalom

A közösségi részhez ugye nincs sok köze, de az efféle szolgáltatásoknál adottság, hogy a térképeket nem feltétlenül kell a telefonunkon tárolnunk, hiszen a szoftverek képesek az internetről is letölteni az épp használt szeleteket, mint ahogy azt a Google Maps is teszi. Előny itt általában az ingyenesség és az,

hogy a térképek nem foglalnak helyet a belső tárhelyünkben. Hátrány viszont, hogy külföldön roamingolva nem biztos, hogy ezért szeretnénk fizetni. Belföldön mindenesetre praktikus megoldás egy online navi használata, hiszen szinte elenyésző adatforgalmat generál. Ha valaki napi 8-12 órát használja folyamatosan, akkor a hónap végére nagyjából negyed gigabájtnyi (250 MB) adatforgalomra számíthat mondjuk a Waze nevű szoftverrel.

Waze-esek egymás közt

A szóban forgó alkalmazás az egyik legnépszerűbb ilyen szoftver – ennek fényében nem is csoda, hogy tavaly felvásárolta a Google. Ettől függetlenül nem került integrálásra a Google Mapsbe: külön szoftverként érhető el Andoroidra, iOS-re, Windows Phone-ra és BlackBerry 10-re is. Használata pont olyan, mint egy átlagos navigációs szoftveré, de a megjelenő adatokban komoly különbség az, hogy naprakész és a legtöbb esetben pontos forgalmi információkat is kapunk. Ezeket a felhasználók (köztük mi is) töltenek fel automatikusan, anonim módon a hálózatnak. Ha valahol a megengedettnél sokkal lassabb sebességgel haladunk, a Waze tudja, hogy dugóba kerültünk. Ezért az adott útszakaszt a narancssárga és a piros közötti színskála valamely árnyalatával jelöli a helyzet komolyságának megfelelően, a többi felhasználót pedig igyekszik elterelni arról az útról. Ha megállunk, a szoftver rákérdez, hogy szándékosan tettük-e, vagy a dugó eredményeként ácsorgunk – utóbbi esetben az adatok szintén felferülnek a térképre. Persze manuálisan is oszthatunk meg információkat balesetről, traffipaxról, rendőri ellenőrzésről, úttorlaszról és sok másról is, a többi user pedig látni fogja, hogy mikor jelentettük az eseményt. Amikor egy ilyen bejelentés mellett elhaladunk, vissza is jelezhetünk, hogy még mindig aktuális-e, ezzel is segítve a többi Waze-es haladását.



A tökéletes térképért!

Az okostelefonok nem csak a forgalmi információk, hanem a térképek pontosításában is hasznos eszközök. Egy jól működő navigációs szoftver esetében ma már elvárás, hogy a térképhibákat jelenthessük, azaz szólhassunk például akkor, ha az egyirányúnak jelölt utca a valóságban kétirányú. Ezek az információk persze nem jelennek meg egyből a térképen, hiszen ha így lenne, akár egy rosszindulatú felhasználó tönkre is tehetné a térképállományt, de ha valami miatt sokan szólnak, akkor a hiba valószínűleg hamar javításra kerül.

Roaming alapozó

Hogy mondjuk: „rúming” vagy, „róming”?

És mit jelent pontosan? Ha külföldre készül, nem árt, ha képbe kerül!

Az átlagemberek számára nehezen értelmezhető telekommunikációs szakkifejezések listáján valószínűleg a mai napig előkelő helyet foglalna el a roaming fogalma – ha lenne ilyen lista. Sokan helytelenül „rúmingnak” mondják, pedig helyesen „rómingnak” ejtjük, de magyarul barangolás néven is ismert. A kiejtésnél sokkal nagyobb gond, hogy rengetegen összekeverik a nemzetközi hívás fogalmával, pedig roamingról akkor beszélhetünk, amikor egy külföldi országban használjuk az itthoni SIM-kártyánkat. Szigorúan nézve ugyanis csak a SIM-kártyáról, az előfizetésről beszélünk, az már teljesen mindegy, hogy egy mobiltelefonban, egy okostelefonban vagy egy mobilos adatátvitelre alkalmas táblagépben foglal helyet. Nemzetközi hívás ezzel szemben például az, ha valamelyik magyarországi településen ülvé, a magyar Vodafone kártyánkat használva felhívjuk egy Németországban lévő barátunkat a német számán.

Hálózat-halászat

Amikor külföldön mobilozunk, nem annak a cégnek a mobilhálózatát használjuk, amelyiknek az ügyfelei vagyunk. Épp ezért a szolgáltatók között megállapodások születtek annak érdekében, hogy az ügyfelek mégis használhassák a hálózatokat, tudjanak hívásokat indítani és fogadni, szöveges üzeneteket küldeni vagy éppen internetezni. Külföldön barangolva a hívásindítás, az SMS-küldés és a mobilinternet használata drágább, a hívásfogadásért pedig fizetni kell. Ennek alapja az, hogy a minket hívó félnek ugyebár nem kell feltétlenül tudnia, hogy mi külföldön vagyunk, épp ezért, aki minket hív, pontosan annyit fizet a hívásért, mintha Magyarországon lennénk, a többletköltség pedig ránk terhelődik.

Hol, mennyiért?

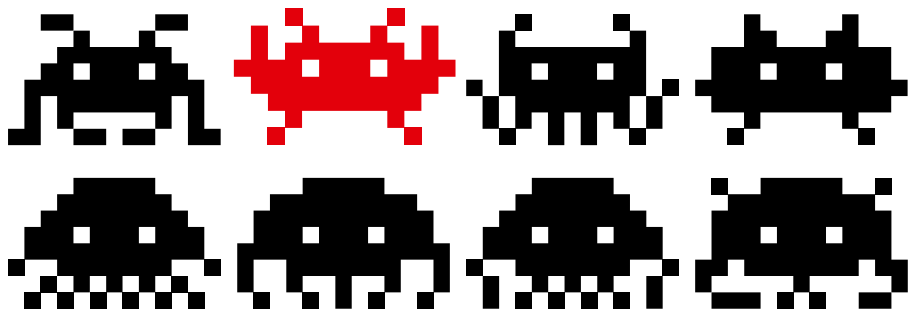
A kérdés persze mindig az, hogy mennyi az annyi? Az átláthatóság kedvéért bevezettek egy egyszerűsített

tarifarendszert, amelynek lényege, hogy a világ országait zónákba rendezték, zónán belül pedig egységes tarifákat biztosítottak. Persze a zónák közötti árazásban most is jelentős a különbség, de ezekről a Vodafone honlapján könnyedén tájékozódhatunk (www.vodafone.hu/szolgáltatások/kulfoldon-roaming/vodafone-roaming). A főleg európai országokat tartalmazó 1. zónából például 30,4 forintért küldhetünk SMS-t, míg a 6. zónába tartozó Svázföldre ugyanez 239 forintba kerül. Külföldre utazás előtt tehát mindenképp tájékozódni kell arról, hogy milyen zónába készülünk és ott milyen költségek várnak ránk mobilhasználat esetén. Ha nyaralásunk helyszínén él az itthoni szolgáltatónk hálózata is, érdemes kézzel beállítani az arra való csatlakozást, maguktól ugyanis nem minden esetben ahhoz csatlakoznak az okostelefonok, főleg, ha a térrő egy kicsit gyengébb, mint a konkurens hálózatoknál.

Európában pénzünknel lehetünk

Európában utazva szerencsére jól kézben tarthatóak a költségek például a Vodafone Európa Napijegy opciójának köszönhetően, mely napi 990 forintos árért hazai hívás- és SMS díjakat, 0 forintos hívásfogadást és mobilinternetet kínál, ami előfizetési ügyfeleknek a hazai adatmennyiséget, prepaid kártyák esetében pedig napi 100 MB-ot jelent. Az adatroamingot Európa Napijegy hiányában különféle csomagokkal is igénybe vehetjük, amelyek az Európai Unió mellett Izland, Horvátország, Liechtenstein, Norvégia, Svájc és Törökország területén hasznosak. Rendszeres utazók havi 1990 forintért naponta 50 MB internetet kaphatnak, ami bőven elég a közösségi navigációs szoftverek használatához, emailek letöltéséhez és némi böngészéshez is. Az 1. zónán túl viszont továbbra is borsos áron fut a net, a 2. zónában minden megabájt 2 344 forintba kerül, a 3. zónától felfelé ugyanez 3 418 forint.





Játszani tudni kell

Több év kellett hozzá, de végre piacra kerültek olyan kiegészítők, amelyek segítségével szinte el is felejtethjük az érintőképernyőt játék közben.

Az okostelefonok elterjedésében nagyon fontos szerepet játszottak a letölthető játékok, amelyek egy korábban ismeretlen műfajt teremtettek, ez a casual gaming, azaz az alkalmi játék. Az alkalmi játékosok olyan készüléktulajdonosok, akik nem különösebben nagy rajongói az efféle szórakozásnak, nincs Xbox vagy PlayStation játékkonzol a nappaljukban, de egy vonatúton, a metróra várva vagy a reggeli kávéát szűrészölgetve szívesen játszanak pár percet a mobiljukon.

Olcsóbban, jobbat kapunk

Az okostelefonos játékok iránti kereslet tehát nagy, ennek megfelelően a fejlesztők és kiadók közötti verseny is jelentős mérvű. Mindez persze egyre jobb minőségű játékokat jelent, amelyekért sokkal kisebb összeget kell fizetni, mint pár évvel korábban a különféle hordozható játékkonzolokra készült szoftverekért kellett. Persze a minőség és a szavatosság közel sem azonos. Egy okostelefonos játékot adott esetben pár óra alatt végig lehet vinni, de ez mit sem változtat azon, hogy egyre kevesebb ember vásárol hordozható játékkonzolt. Ezt jól bizonyítja többezer között az is, hogy a Gameboy kapcsán valószínűleg mindenki számára ismerős Nintendo már 3 éve folyamatosan veszteségesen működik...

Mobilhoz a gombot

Mindenesetre tény, hogy még komoly játékosok sem feltétlenül költenek tízezerre egy hordozható konzolra és az ahhoz elérhető játékokra, amikor amúgy is van nekik egy megfelelően erős hardverrel rendelkező okostelefonjuk, amelyre rengeteg patinás nevű alkalmazás elérhető. Ugyanakkor van egy komoly gyengeségük is az okostelefonoknak, amit az Angry Birds vagy a Cut the Rope aktuális részével szórakozó alkalmi játékosok valószínűleg nem éreznek problémának – az autószimulátorok vagy a

kihívást jelentő ugrálós játékok szerelmesei viszont annál inkább. Ez pedig a fizikai gombok hiánya. Mobilon ugyanis kizárólag a képernyőn megjelenő virtuális billentyűkkel és joystickokkal tudunk irányítani.

Új-régi játékelmény

A jég viszont megtört: a Samsung elkészítette a Smartphone Game Pad nevű kiegészítőjét, amelybe 4 és 6,3 hüvelykes kijelzőméret között gyakorlatilag bármilyen androidos készüléket beleerakhatunk és használhatunk. A gombok ergonómiája kellemes, a kiegészítő tetejéből kihúzható tartóban az okostelefon is stabilan foglal helyet. A játékelményhez tulajdonképpen minden adott, de mivel egy viszonylag új dologról beszélünk, a komoly támogatottsághoz még idő kell. Jelenleg még csak több tucat, nem pedig több ezer kompatibilis szoftverről beszélhetünk. Hasonló problémával küzd a játékosok által jól ismert Logitech nevű cég PowerShell nevű kiegészítője, amely a Smartphone Game Pad-hez hasonló élményt kínál az iPhone-osok számára. A kiegészítő minőségével itt sincs probléma, de játékból itt is visszafogott a kínálat, még úgy is, hogy a svájci vállalat kütyüjénél legalább már százas nagyságrendről beszélhetünk (az App Store kínálatában jelenleg egyébként negyedmilliónál is több játék érhető el világszerte).

Évek múlva...

Az irány tehát örömteli, a komoly játékosok valószínűleg el is gondolkodnak a kiegészítő beszerzésén, és remélhetőleg beindul majd egy folyamat, amelynek következtében eljuthatunk odáig, hogy nem a kompatibilis, hanem az inkompatibilis alkalmazásokat kell majd nagyítóval keresnünk. A vásárlás pedig nem egy eldöntendő kérdés lesz, hanem azon kell majd töprengeni, hogy melyik gyártó melyik modellje passzol inkább a kezünkbe.

A mi hálózatunk nem kérdés. Csatlakozzon ön is!

Vodafone
Power to you



98,4%

Kültéri, lakossági 3G lefedettség.

A lefedettségi adat a három hazai mobilszolgáltató által elfogadott definíciók, illetve módszertan alapján előállított (2014.08.01-i) érték.