

Az ügynök halála
- Az értékesítő ember -

dr. Csepeli György

Partnering ügyfélkapcsolati
konferencia

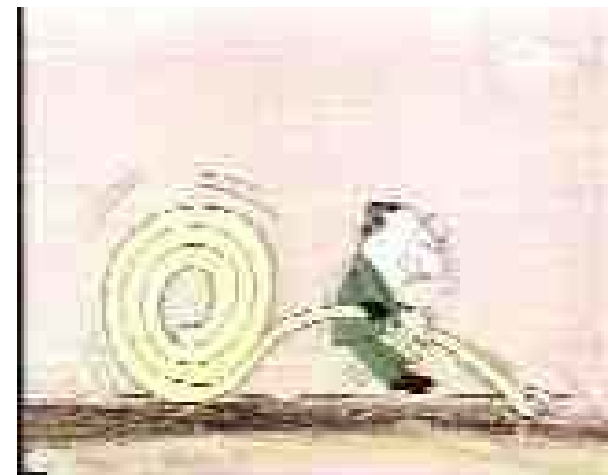
Sopron, 2007. február 14.



Állami áruház 1,12-1,22

A hiány társadalma

- Puha és kemény költségvetési korlát
- Gazdaságilag irracionális redisztribúció
- Szervezeti megalománia – beruházási éhség
- Hiánycikkek piaca – kényszerhelyettesítés
- Fogasztói aszketizmus
- Kvázi reklámok
- Propaganda
- Diktatúra a szükségletek fölött
- Korrupció



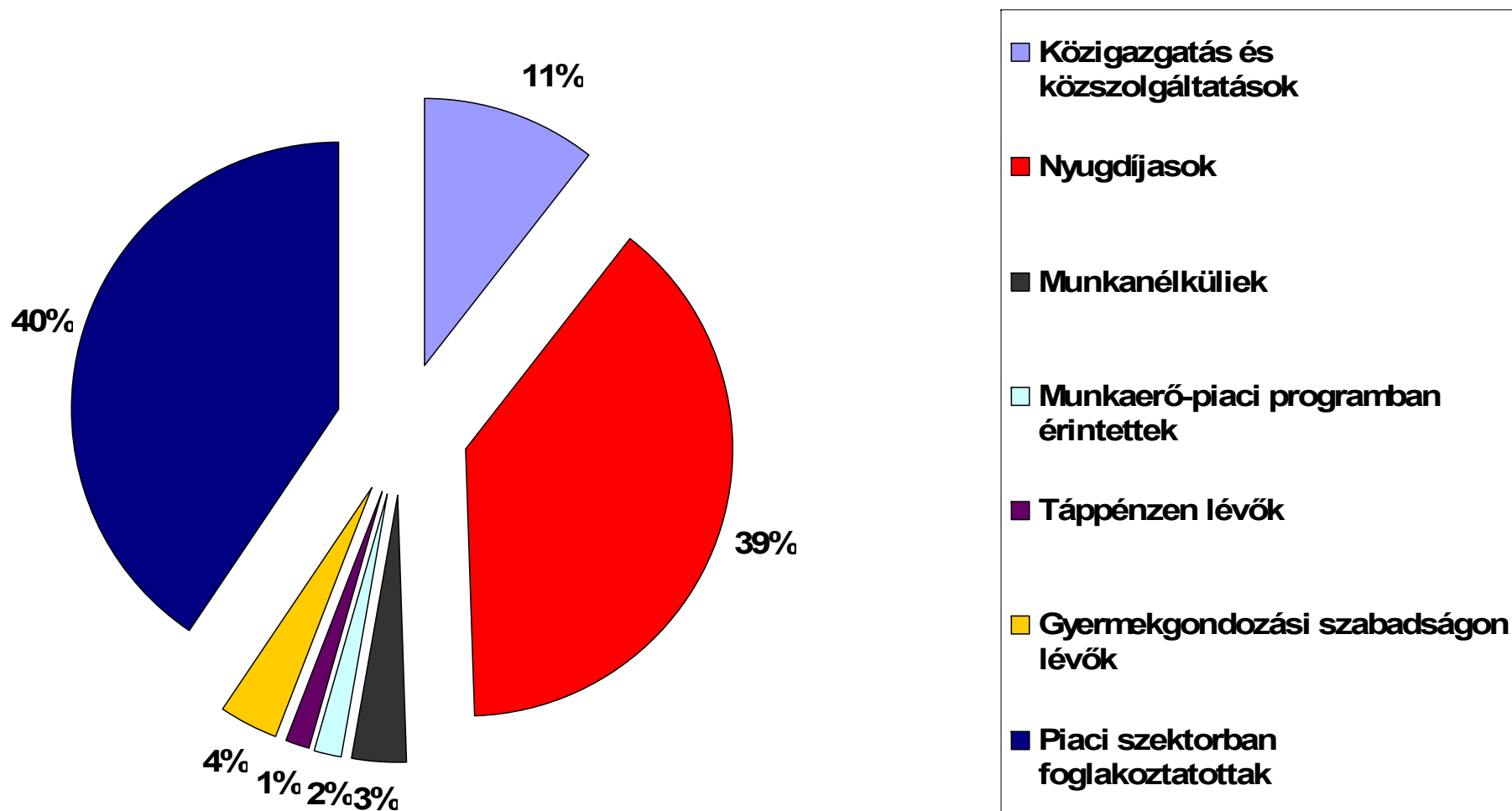
Fogyasztói társadalom

- Offenzivitás
- Egyoldalúság
- Tömegesség
- Szegementálatlanság
- Kampányszerűség
- Manipuláció
- A szükségletek diktatúrája



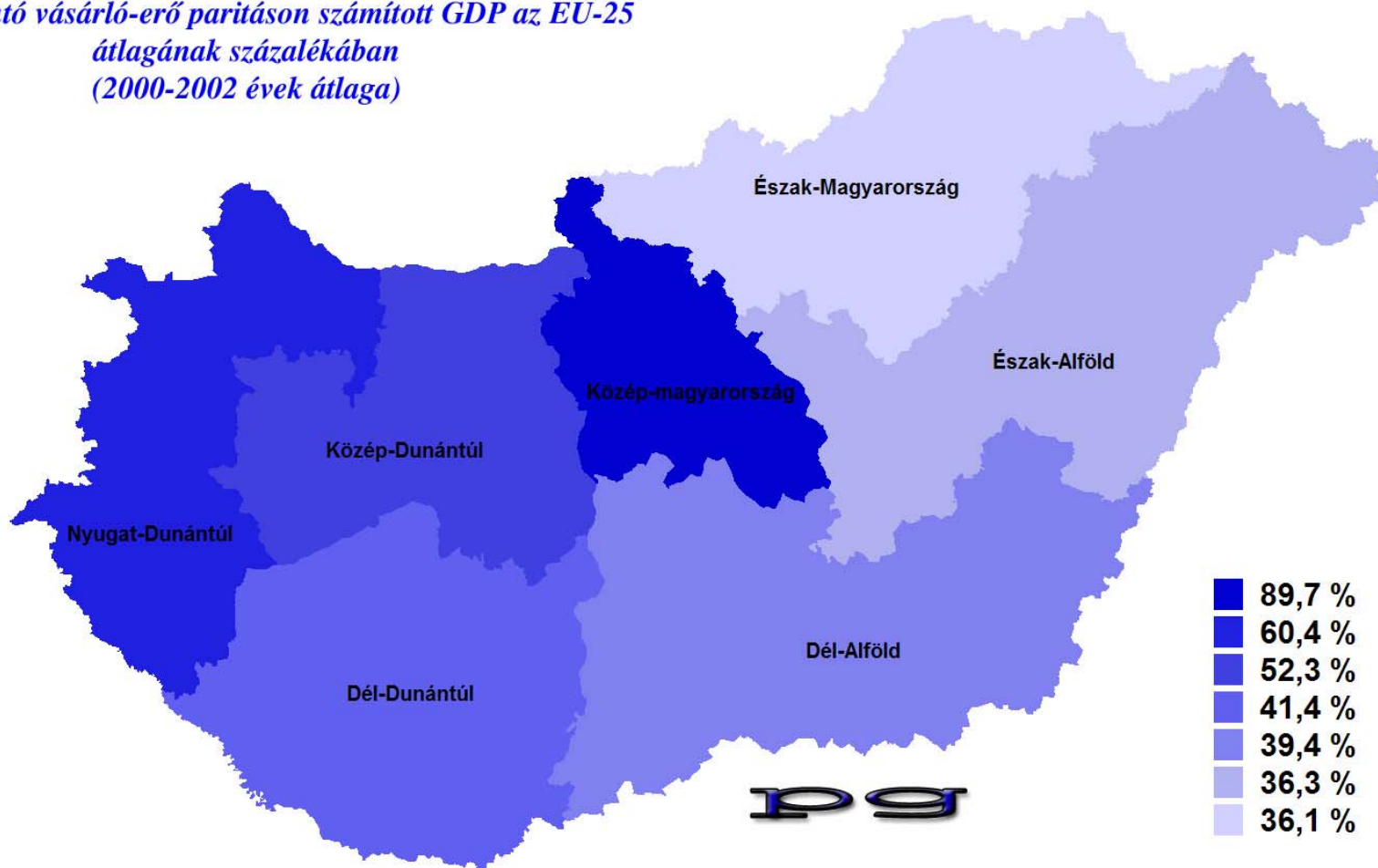
Duális társadalmi struktúra

A piaci és a nem piaci szférában részt vevők aránya. 2004



Két Magyarország

*Egy főre jutó vásárló-erő paritáson számított GDP az EU-25
átlagának százalékában
(2000-2002 évek átlaga)*

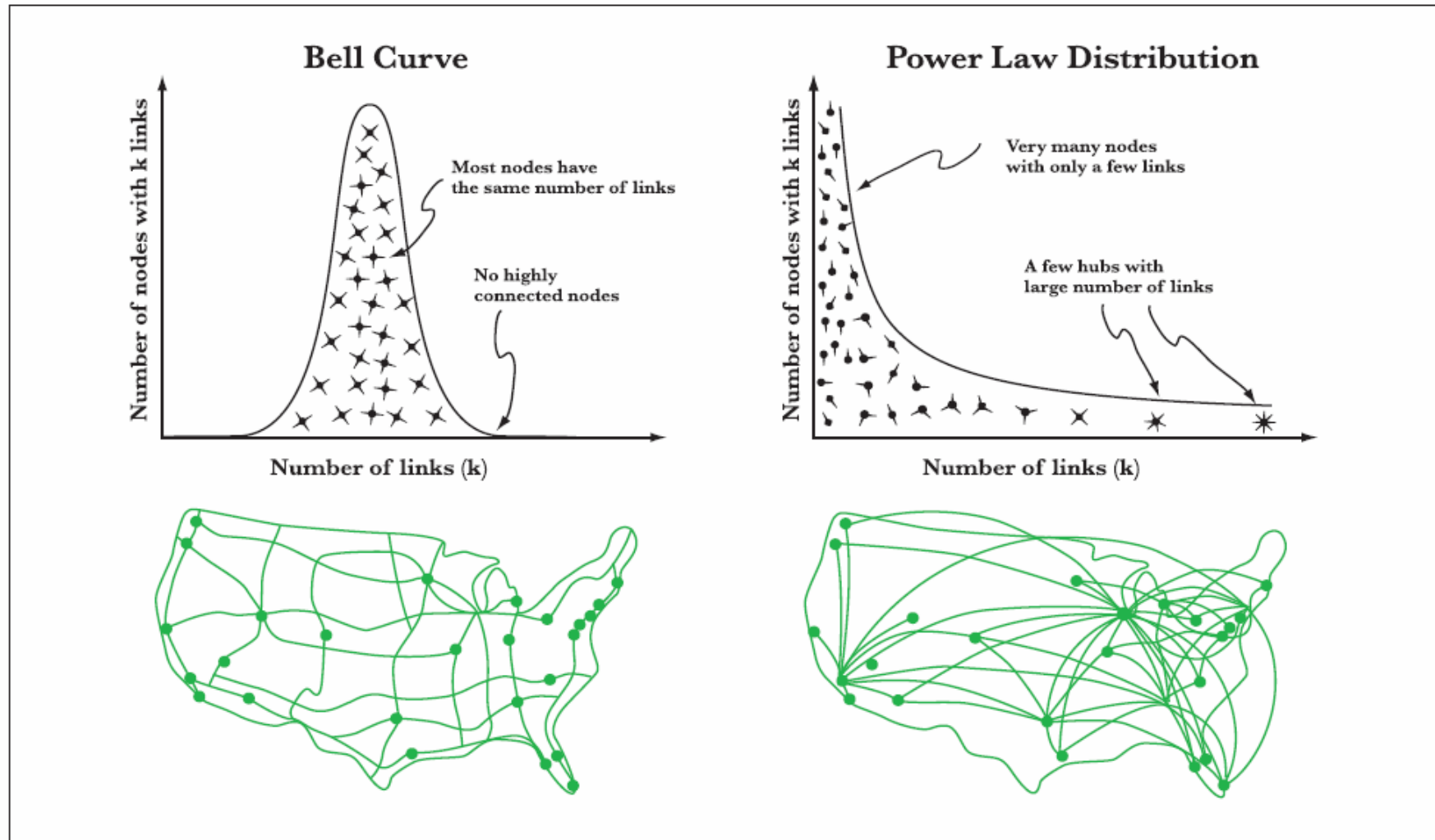


Élménytársadalom

- **Élménypiac**
- **Az élet esztétizálása (szép élet vágya)**
- **Élményracionálitás (munka+család+szabadidő)**
- **Unalomtól való félelem**
- **Félelem a lemaradástól**
- **Sikerkultusz (hedonizmus)**
- **Kényszeres keresés**
- **Testre szabás,
végső individualizáció**
- **Narrow cast - broadband**



Hálózatosság (80/20-as szabály)



Új feudalizmus

3.§. „Rendi helyzetnek nevezzük a társadalmi értékelésben tipikusan szerepet játszó és figyelembe vett pozitív, illetve negatív privilégiumokat, amelyek alapja

a, a jellegzetes életvitel – s ennél fogva

b, a formális nevelés, és pedig ennek valamilyen

α , tapasztalati vagy

β , racionális tana, illetve a megfelelő életformáknak ezek alapján való birtokbavétele, valamint

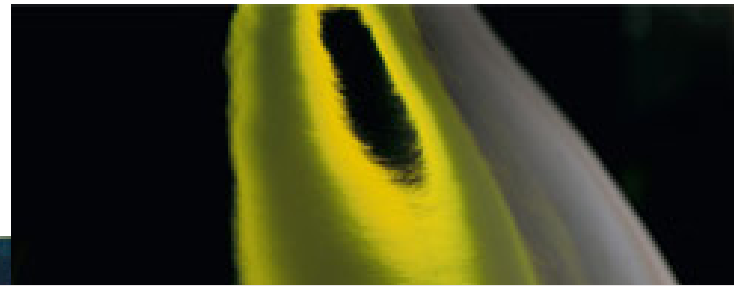
c, származásának vagy a foglalkozásnak kijáró presztízis.

A gyakorlatban a rendi helyzet elsősorban

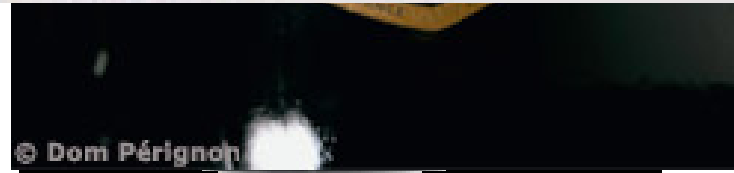
α , az egymás közti házasodásban: connubium

β , esetleg: a közös asztalnál való étkezésben: kommenzalitás

γ , gyakran: bizonyos kiváltságokhoz kötött nyereség-, illetve keresetszerzési lehetőségek monopoljellegű elsajátításában, illetve bizonyos keresetfajták megvető elutasításában, vagy” (Weber, M. : Gazdaság és társadalom. Budapest. 1987. 308.p.)



COLLECTION



CRM

- Kliens-rendek
- Lojalitás szerinti rétegződés (churn veszély)
- Profitszerzés szerinti rétegződés (ügyfélérték)
- Igényszint (elégedettség fenntartás)
- Adatbázisok
- Adatbányászat
- Predikciós modellek



Gerillamarketing

- **Kliens, mint vírus**
- **Élménymarketing**
- **Performance és meglepetés**
- **Interaktivitás**
- **Reklám járvány**
- **Kreatív önmegvalósítás**
- **Új médium: internet (web 2.0, youtube, blog, ad Sense)**

Új Árkádia

- *Kreativitások szinergiája, kritikus tömeg*
- *Összekapcsoltság*
- *Lakóhelyi szegregáció*
- *Stimulatív környezet (művészetek, szórakozás, egyéni, város, autentikus)*
- *Aktív szabadidő eltöltés*
- *Plug and Play közösség*
- *Újdonságok kultusza*
- *Non nukleáris családmóde*
- *Új életstílus*
- *Mobilitás*

Köszönöm a figyelmet!

csepli.gyorgy@gkm.gov.hu

prezentáció letölthető:

www.csepli.hu/prezentaciok/csepli_elemenytarsadalom.pdf