
10. tétel

Védjegy, márka, csomagolás, vevőszolgálat

VÉDJEGY

Egy áru vagy árucsoport megkülönböztető jelzése, mely jogi oltalmat élvez, s kizárólag a birtokosa használhatja. A bejegyzett védjegyen megtalálható az ® jelzés.

A védjegy lehet: szó, szlogen, ábra, kép, színösszetétel, térbeli alakzat, csomagolás, hang, ill. szignál, és mindezek kombinációja.

Védjegy feladata: bizalmat ébresszen a fogyasztóban, jó emlékei alapján később is a védjegyes terméket vásárolja.

A védjegynek olyanak kell lennie, amely nem téveszthető össze más nevével. Jellemző a cégre vagy annak termékére, egyedi és megkülönböztetésre alkalmas.

MÁRKA

Hagyományos szerepe, hogy jelöli valamely fogyasztási cikk gyártóját, pl: Milka csokoládé.

Márka név, jel, rajz, forma, szimbólum vagy ezek kombinációja, amelynek célja, hogy a gyártók vagy forgalmazók termékeit, ill. szolgáltatásait megjelölje, megkülönböztesse a konkurenciától.

Márkanév: betű, szó, szócsoporthoz, amelyek együttesen egy nevet alkotnak, a márka hangokkal kifejezhető része, pl.: Sony, Adidas

Márkajel: A márka hangokkal nem kifejezhető része, pl. szimbólum, forma, szín- vagy betűkombináció.

Márkarajz: általában erősen leegyszerűsített vonalak jellemzik, pl.: Nike pipa.

Márkázás:

Célja, hogy az adott eladó termékeit és szolgáltatásait azonosítsa és megkülönböztesse versenytársaitól.

Előnye:

- jól tudják azonosítani a céget
- drágább lehet az áru
- nagyobb nyereséget ér el
- a márkahűség miatt állandó vevőkör alakul ki

Hátránya:

- márkakialakítás (márkázás) jelentős többletköltséget jelent
- a márkát meg kell tervezetni vagy bérbe venni, le kell védetni
- be kell vezetni a piacra, reklámozni kell
- a minőség-ellenőrzések során is meg kell felelni

A márkázás funkciói:

- összekapcsolja a terméket a márkanévvel
- a fogyasztó a jó minőségű terméket a márkával köti össze, a termékhez jelentős értéket adhat hozzá, „kezeskedik a minőségért”
- utal a termék jellegére, sajátosságaira, előnyire
- megkülönböztet a konkurensoktól

A márkanévvel szemben támasztott követelmények:

- legyen tömör, jó hangzású, könnyen megjegyezhető.
- nem szabad hasonlítani más márkanevekre, és legyen egyedi
- ha lehet, utaljon a termék rendeltetésére, vagy bizonyos tulajdonságaira
- különösen jól sikerült márkanevek idővel a termékcsalád akár nemzetközi megnevezésévé is válhatnak.(Frigidaire, Gillette)

Márkanevek:

- vállalati márka: a vállalat valamennyi termékére használja (Sony)
- termékmárka: egy bizonyos terméket jelölő egyedi márkanév (Pampers)
- támogató márka: két vállalati márkanév együttes alkalmazása (Nutricia Mátra tej)
- fedőmárka: egy vállalati és egy termékmárka kombinációja (Renault Clio)
- közös márka: két vagy többtulajdonú vállalati márkanév közös alkalmazása (Budapest Bank Visacard)
- kereskedelmi márka: csak egy bizonyos kereskedelmi láncban értékesített márka, minőség és ár kedvező aránya (Tesco gazdaságos)
- magyar márka: magyar piacon jelen van / hazánkban forgalomba kerül / magyar elnevezésű / Magyarországon gyártott / hazai találmány (Boci)

CSOMAGOLÁS

- védi, amit elad, eladja, amit véd.
- „néma eladó”, 5. meghatározó marketingeszköz – 5. P, tevékenység és információnyújtás

Csomagolás általános funkciói:

- védi az áru állagát és minőségét.
- a csomagolás megóvja az árut a sérülésektől és megromlástól
- a csomagolás védi a terméket a mechanikai igénybevételektől (esés, nyomás, rázás, ütközés)
- megóvja a környezetét
- szállító és tárolóeszköz
- megfelel a biztonságos munkavégzés és egészségvédelem követelményeinek

Csomagolás marketingfunkciói:

- a csomagolás tájékoztatja a fogyasztót
- tartalmaznia kell a termékhasználathoz szükséges információkat
- ki kell fejeznie az áru jellegét: méret, szín, anyag, forma, szöveg, márkajel
- fel kell keltenie a fogyasztó figyelmét és a vásárlási szándékot
- helyettesítenie kell az eladót
- segítse elő a márka elismerését
- megkülönbözteti a terméket a konkurens terméktől
- praktikus, könnyen kezelhető
- lehetséges reklámhordozó
- tegye lehetővé a csomagolás további felhasználását

Csomagolás fajtái:

- **szállítói csomagolás**: fő feladata az áru szállíthatóságának biztosítása. A környezeti hatásoktól való védelme.
- **gyűjtő-vagy tárolási csomagolás**: a szállítói és fogyasztási csomagolás között foglal helyet.
- **fogyasztói csomagolás**: feladata a vásárló érdeklődésének felkeltése, ösztönzése, befolyásolása, tájékoztatása.

A csomagolás figyelemfelkeltő eszközei:

- **forma:** az alak befolyásolja a védelem és a kényelmi funkciókat a megfogásban, a kiöltésben és a tárolásban
- **méret:** egyrészt minél kisebb a termék, annál nagyobb a csomagolás, másrészt minél nagyobb a kiszérelés, annál olcsóbb a termék
- **szín:** az impulzusvásárlások alapvetően a megnyerő színek a következményei
- **grafika:** a grafika értéket adhat a legegyszerűbb bádogdoboznak is, és lehetővé teszi a márka fenntartása hosszú éveken, akár nemzedékeken keresztül
- **csomagolóanyag:** az alkalmazott csomagolóanyagok befolyásolják a termék minőségének az észlelését. pl: műanyag flakonba vagy papírdobozba csomagolt bor mindig gyengébb

Csomagolás jogi szabályozása:

Az áru jellegétől és rendeltetésétől függően a címkének az alábbiakat is tartalmaznia kell:

- az áru méreteit, nettó mennyiségét
- az előállításához felhasznált összetevőket
- azt a várható időtartamot, amely alatt az áru rendeltetészerűen használható vagy minőségét megőrzi
- alapvető műszaki jellemzőit
- energiafelhasználásának ismérveit és minőségi osztályába sorolását
- jelölni kell azt is, ha az áru környezet-, illetve természetkímélőnek minősül
- figyelmeztessen a használat veszélyeire is

STÍLUS: elsősorban a termék küllemét, megjelenését jelenti.

DESIGN: a termék formájának és funkciójának összhangját jelenti.

Követelmények:

- segítse a termék minőségének megőrzését, illetve javítását.
- legyen a forma a könnyen standardizálható gyártás egyik alapja
- lehetőség szerint csökkenjen a termék mérete, térfogata, súlya
- a termék szép, esztétikus legyen
- legyen megkülönböztethető
- legyen költségtakarékos

VEVŐSZOLGÁLAT

Vevőszolgálat alatt azok a szolgáltatások értendők, amelyeket a piac szereplői az értékesítés hatékonyabbá tétele érdekében nyújtanak.

Funkciói:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| - jó kapcsolat vevővel | - visszavásárlás, beszámítás |
| - információszerzés és nyújtás | - reklamációk kezelése |
| - fogyasztói magatartás vizsgálata | - fizetés, nem fizetés kezelése |
| - hitelügyletek | - egyéb kiegészítő szolgáltatások |

Csoportosítása:

- eladás előtti szolgáltatás
- eladás közbeni szolgáltatás
- eladás utáni szolgáltatás
- eladást pótló szolgáltatás