



Fehérvári Programszervező Kft.

ÜZLETI TERV
2018



Tartalomjegyzék

1. Bevezetés.....	4
2. A társaság célja, működési területe	4
3. Szakmai fejlesztési elképzelések.....	5
4. Célfá	6
5. Szervezeti felépítés, humánerőforrás- és szervezetfejlesztés	6
6. Piaci helyzet	8
7. Igénybe veendő külső szolgáltatások, erőforrások.....	8
7.1 Előadói tiszteletdíjak, művészi szolgáltatások	8
7.2 Technikai szolgáltatások.....	8
7.3 Intézményekkel kötött együttműködési megállapodások.....	9
7.4 Önkéntesek közreműködése	9
7.5 Egyéb szolgáltatók.....	9
7.6 További igénybe veendő szolgáltatások:	9
8. PEST elemzés.....	10
8.1 Politikai faktorok (P)	10
8.2 Gazdasági faktorok (E).....	10
8.3 Társadalmi elemek (S).....	10
8.4 Technológiai tényezők (T).....	11
9. SWOT-analízis	11
9.1 Erősségek.....	11
9.2 Gyengeségek.....	12
9.3 Lehetőségek	12
9.4 Veszélyek	13
10. Marketingkommunikációs stratégia	14
10.1 Piackutatás	14
10.2 Célcsoport meghatározása	14
10.3 Piaci rés.....	15
10.4 Marketingmix	15
10.4.1 Termék (product).....	15

10.4.2 Ár (price).....	15
10.4.3 Elosztáspolitiká (place).....	15
10.4.4 Promóció (promotion).....	15
10.5 A cég marketingkommunikációja	16
10.5.1 Célcsoport elérése, meghatározása	16
10.5.2 Arculat.....	16
10.5.3 Időzítés, intenzitás.....	17
10.5.4 Reklám, PR	18
10.5.5 Online.....	19
10.6 Tapasztalatok és tervek	20
10.6.1 Marketing.....	20
10.6.2 Kommunikáció.....	20
10.6.3 Szponzoráció.....	22
11. Műszaki megvalósíthatóság	23
11.1 A fejlesztés működtetésének feltételei	23
12. Pénzügyi terv.....	24
12.1 Kiadások	24
12.2 Bevételek	26
12.3 Mérlegelemzés.....	27
12.4 Mérlegterv	28
12.5 Eredményterv.....	29

1. Bevezetés

A Fehérvár Programszervező Kft. célja a színvonal folyamatos emelése, miközben minőségi értékrendet közvetít a város lakosai és az ide látogató turisták felé. Az adott rendezvények jellegétől függetlenül, de annak alapkarakteréből nem kilépve a kft. a lehető legnagyobb hangsúlyt fektet a kultúrára és Székesfehérvár történelmi jelentőségére. A rendezvények közösségépítő erejét kihasználva arra törekszik, hogy minél több székesfehérvári lakost vonjon be, akár több tízezer ember aktív jelenléte valósuljon meg.

A közösségépítő rendezvények célja, hogy olyan programok valósuljanak meg, melyek erősítik a „fehérvár-tudatot”, és összekovácsolják a benne résztvevőket. Arra törekszünk, hogy Székesfehérvár történelmi, koronázó városi szerepe erősödjön.

A programszervező kft. elsődleges feladata 2018-ban, hogy a városvezetés által meghatározott 30 rendezvény szakmai és gazdasági szervezését, valamint bonyolítását teljes körűen elvégezze.

Figyelmet fordít a szervezetfejlesztésre, a munkaszervezetre, biztosítja a munkavégzéshez szükséges feltételeket.

Egy rendezvény mindenre kiterjedő feladatai közé tartozik például: szakmai program összeállítása, PR és marketing kampány megtervezése, helyszín biztosítása, engedélyek megszerzése és előkészítése, technikai feltételek biztosítása, teljeskörű adminisztráció, biztonságtechnikai előkészítés, utólagos elemzések és beszámolók megírása.

2. A társaság célja, működési területe

A cég létrehozásával az alapító célja, hogy a városi nagy rendezvényeket, fesztiválokat, közösségi eseményeket egy nagy cég fogja össze egységes arculattal, egységes kapcsolatrendszerrel, összefogott struktúrával, határozott szerepkörökkel, egységes kommunikációval.

Az alapító, Székesfehérvár Megyei Jogú Város Önkormányzata az alábbi 30 rendezvény szervezését bízta a Fehérvári Programszervező Korlátolt Felelősségű Társaságra 2018-ban:

1. Szerencsehozó lencse
2. Városi Diákbal
3. Március 15. – A nemzet ébredése
4. Fejér Megyei Diáknapok
5. Fehérvári Halünnep
6. Sportmajális
7. Bolondballagás
8. Hetedhét Játékfesztivál
9. Nemzeti Emlékhelyek Napja
10. Pünkösdi Virágálom
11. Ünnepi könyvnapok
12. Kortárs Művészeti Fesztivál
13. Helló nyár!
14. Múzeumok Éjszakája

15. Székesfehérvári Királyi Napok
16. Ciao nyár!
17. Siklósi Gyula Városismereti Verseny
18. Fehérvári Leccsófőző Vigasság
19. Mobilitási Hét
20. Kulturális Örökség Napja
21. Idősek Világnapja
22. Fehérvári Középiskolás és Egyetemi Napok
23. Táncos Tehetségkutató Verseny 2018
24. Október 23.
25. Alba Regia Felsőoktatási Expo
26. Székesfehérvári Felsőoktatási Gólyabál
27. „Szívügyünk Fehérvár” Egészségügyi Szűrőnap
28. Fehérvári Advent
29. Nyugdíjasok Karácsonya
30. Városi Szilveszter

A meghatározott rendezvények szervezése mellett a kft. egyéb piaci szereplők, intézmények, szervezetek megrendelése alapján szervezhet eseményeket, melyekkel a bevételeit növeli.

3. Szakmai fejlesztési elképzelések

Cégünk a 2015-ös induláskor már törekedett arra, hogy ne csak átvegye, hanem akár méretben, akár minőségben fejlessze a rendezvényeket. Ez 2016-ban teljesedett ki, amikor már egyes események akár a duplájukra is nőttek, értve itt az eseményterületet, a programok számát és a látogatói számot is. Kiemelten gondolunk itt a Hetedhét Játékfesztiválra és a Székesfehérvári Királyi Napokra.

2018-ban folytatjuk az előző években elkezdett fejlesztési munkát. Célunk, hogy az egyes programok ne csupán egy eseményként emelkedjenek ki a sok városi program közül, hanem önálló arculattal, saját, jól beazonosítható tematikával előkészített rendezvényként mutakozzanak be a fehérváriaknak, illetve a városunkba látogató turistáknak.

Igyekszünk előre dolgozni, hogy a tapasztalatokat összegyűjtve már év elején egy olyan rendezvényes programcsomagot tudjunk összeállítani és hirdetni, amelyben az első fél év programjai, annak részletei jól láthatóak. Ennek megvalósításához szükség volt arra, hogy a szakmai csapat megfelelő gyakorlatot szerezzen a rendezvények lebonyolításában. Mára mindenki bizonyított, és a tapasztalatok alapján előre tudnak tervezni és gondolkodni.

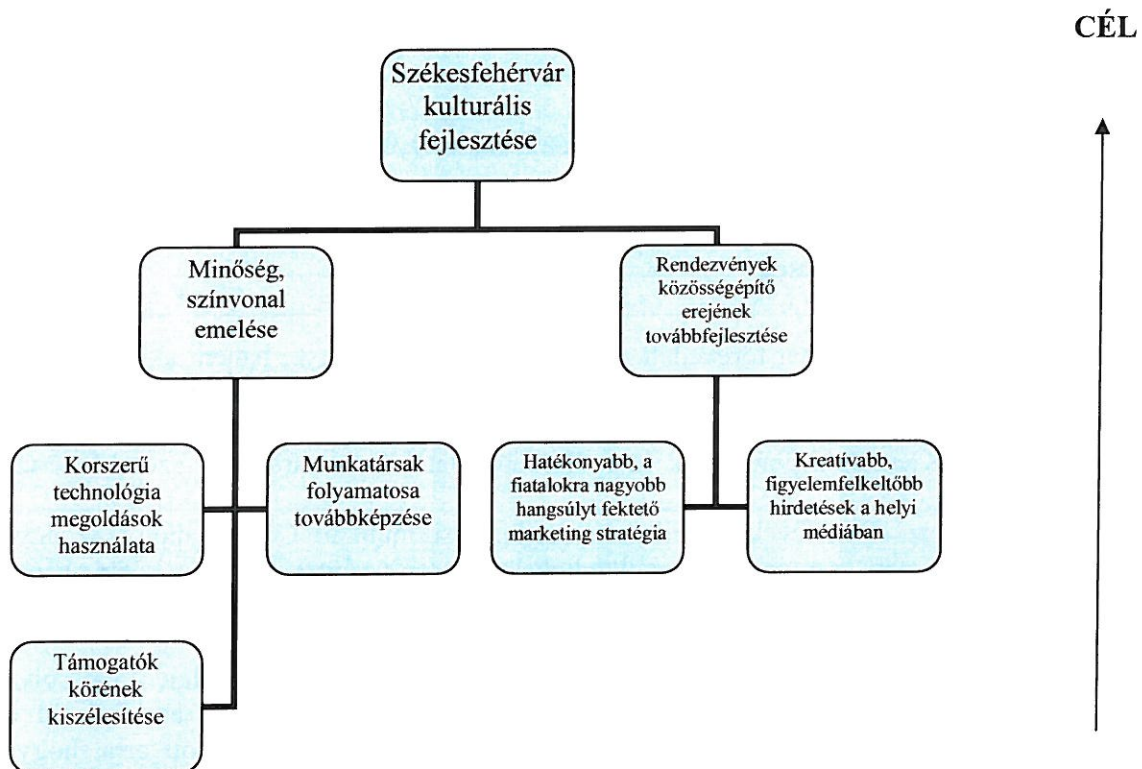
Az idei év rendezvényei között vannak jól bejáratott, illetve az előző évből átvett, vagy az előző évben első alkalommal megrendezett események, de vannak új események is a palettán.

Célunk, hogy az új programokat – természetesen figyelembe véve a szükséges indikátorokat (mint célközönség, rendezvény küldetése, célja, hosszútávú fenntarthatósága és az elégedettség) – minél vonzóbbá tegyük, és a minőségi programelemekre kifejezetten ügyelve szórakoztató, ugyanakkor tartalmas időeltöltést kínáló eseményekként szervezzük meg.

A hagyományosan, több éves programoknál törekszünk a sémákból való kitörésre, a megújulásra, a technikai újítások követésére és ezek felhasználásával az új látvány- és tartalmi elemek bővítésére.

A szakmai fejlesztésnél fontos beszélnünk a személyi kérdésekről is. A szakmai stáb jelenleg megfelelő és elégséges, de fontos felkészülni az esetleges elvándorlásra, családalapításra. Az újonnan belépők betanítása nagy feladatot ró a vezetőségre. Folyamatosan figyelni kell az egyenletes teljesítményre, de az előkészítési és lebonyolítási feladatokba való minél szélesebb körű bevonásuk lehetővé teszi, hogy a jövőben önálló események programgazdái lehessenek. Ezzel támogatjuk meg azt a célunkat, hogy cégünk a piacra betörve céges rendezvények, egyéb külső megrendelésre érkező programok lebonyolítását biztonságosan végezhesse, nem sértve ezzel az önkormányzat megbízásából végzett feladatok szervezésének és lebonyolításának folyamatát.

4. Célfa



5. Szervezeti felépítés, humán erőforrás- és szervezetfejlesztés

A társaság felett a tulajdonosi jogokat a Székesfehérvár Megyei Jogú Város Önkormányzatának Közgyűlése gyakorolja.

A cég 5 nagy szervezeti egységben végzi feladatát.

Vezetőség

Szakmai csoport

Marketingkommunikáció és értékesítés

Ügyviteli csoport

Technikai-műszaki csoport

2018-ban létszámot nem kívánunk emelni, de a műszaki vezetői státuszt nem kívánjuk fenntartani. Ezt a feladatot eseti megbízással kívánjuk felváltani és csak azoknál a nagyobb eseményeknél, ahol ez szükséges. Ennek megítélése ügyvezetői hatáskör.

2017 második felében lényegesen javult a kommunikáció a műszaki feladatokat ellátó partnercéggel, ebben segítségünkre volt az eseti megbízással foglalkoztatott műszaki tanácsadó. 2018-ban kiemelten figyelni fogunk rá, hogy a rendezvények előtti megbeszélések egyike kifejezetten műszaki-technikai legyen. Sokkal többet kell házon belül is egyeztetnünk, hogy tőlünk egyértelmű, világos kérések jussanak el a társcégekhez. A rendezvények egymást érik a városban és a helyszínek a város különböző részein vannak. Figyelnünk kell rá, hogy a partnercég több helyen és időpontban kell, hogy szolgáltatson, ezért a forgatókönyvekbe csak az egyeztetett folyamatokat építjük be.

Cégünk dekorációs parkja egyre növekszik és ezek leltározása, karbantartása és a rendezvényeken való felállítására a cégen belül kell ember, aki folyamatosan a programgazdák mellett dolgozik.

5.1 Képzési terv

Szakmai részen: a cég humán erőforrás összeállításánál szempont volt, hogy a megfelelő szakmai kompetenciával és gyakorlattal rendelkező munkatársakat vegyünk be a munkaszervezetbe, a kötelező munka- és tűzvédelmi oktatásokon való részvételen kívül nem tervezünk képzést a számukra. Ellenben lehetőséget kívánunk biztosítani számukra, hogy tanulmányi utakon vegyenek részt, ismerkedjenek meg más rendezvényekkel, technikai felszereltségükkel, programkínálatukkal, dekorációjukkal.

Gazdasági területen: a gazdasági szerv dolgozóinál a mérlegképes könyvelők kötelező továbbképzése elengedhetetlen feltétele a mérleg és beszámoló készítésének. Ezt a gazdasági vezető vonatkozásában szükséges megtenni.

Marketing területen a kollégák több országos szakmai konferencián fogják képviselni a céget a kapcsolatépítés és a szakmai fejlődés érdekében. Igyekezünk őket bevonni olyan 1-2 napos szakmai képzésekbe, amelyeken a munkavégzésükhöz szükséges többletismeretekre tehetnek szert. Támogatni kívánjuk, hogy ők is elmenjenek tanulmányi utakra, ahol más városok marketingtevékenységével, kreatív kiadványaikkal, reklámtevékenységükkel ismerkedhetnek meg.

6. Piaci helyzet

A Fehérvári Programszervező Kft. szervezi a város kiemelt nagy rendezvényeit, szoros együttműködésben az önkormányzat Humán Szolgáltatási Igazgatóságának Közművelődési és Rendezvényszervező Irodájával.

A sokszínű rendezvényszervezői környezet további szereplőivel, azaz

- közművelődési intézményekkel,
- társadalmi szervezetekkel,
- közgyűjteményekkel,
- könyvtárakkal,
- Székesfehérvári Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft.-vel,
- vállalkozásokkal,
- magánszemélyekkel,
- oktatási intézményekkel,
- egyéb ágazatokat képviselő intézményekkel

szoros szakmai kapcsolatot ápol és fejleszt a sikeres rendezvények érdekében.

A Fehérvári Programszervező Kft. nem csupán a városvezetés közösségfejlesztő törekvéseit képes ellátni, hanem azt a piaci rést betölteni, mely megtalálható a helyi rendezvényszervezői piacon.

A társaság működése során kiépített nagyvállalati kapcsolatok megmutatták, hogy gyakori igény számukra egy helyi szakértő vállalkozás, mely elvégzi helyettük a rendezvényeik megszervezésével járó munkát, legyen az 30 fős áruháznitó vagy éves vállalati családi nap.

7. Igénybe veendő külső szolgáltatások, erőforrások

Társaságunk feladatainak maradéktalan ellátásához az alábbi külső szolgáltatókat vesszük igénybe:

7.1 Előadói tiszteletdíjak, művészi szolgáltatások

A rendezvények bonyolításánál a szakmai minőséget csak úgy tudja garantálni a cég, ha minősített, magas művészeti fokon álló, kellő szakmai referenciával rendelkező előadókat, művészeket, művészegyütteseket kér fel a programok színesítésére. Sajnos az előadói tiszteletdíjak az elmúlt 10 évben irreálisan magasra emelkedtek, mellyel a cégnek is számolni a kell. Cél, hogy a meghatározott költségvetésen belül tartsuk a kifizetéseket, és a szakmai színvonal megmaradjon, emelkedjen.

7.2 Technikai szolgáltatások

A rendezvényekhez szükséges technikai eszközöket – az előző éveknek megfelelően – az önkormányzat a Székesfehérvár Városgondnoksága Kft. bevonásával biztosítja.

7.3 Intézményekkel kötött együttműködési megállapodások

A korábban az intézményeknél megvalósuló rendezvények lebonyolításába továbbra is be kell vonni az adott szervezeteket, hiszen nem csak szakmailag, hanem a kivitelezésben is segítik az esemény sikerét.

7.4 Önkéntesek közreműködése

A kft. tevékenységei között folyamatos, hogy a városban a kulturális rendezvények iránt érdeklődő önkénteseket összefogja, és egy többlépcsős felkészítés, valamint összetartó tréning után aktivizálja és bevonja őket a munkába.

2018-ban folytatjuk azt az önálló projektet, amit 2017-ben indítottunk el a szervezeten belül, melyhez partnerként hívtuk be az iskolákat és a város kulturális intézményeit. Hosszútávú elképzelésünk, hogy egy eredményes partnerség jöjjön létre a cég és az iskolákon keresztül a fiatalok között. Honlapunkon indítunk egy olyan felületet, ahol a diákok pontosan látják, hogy mikor és milyen időintervallumban várjuk őket a rendezvényekre. Ezen a felületen olyan munkát ajánlunk nekik, ahol az iskolai közösségi szolgálat keretein belül meghatározott óraszámot is tudják teljesíteni, de számukra testhezálló feladatok közül választanak, és a szolgálat teljesítése után valamilyen szinten orientálni tudjuk őket pályaválasztásukban.

2018-ban is figyelünk, hogy ne csak kérjük őket, hanem viszonyozzuk is segítségüket. 2018-ban is folytatjuk a hónap önkéntese motivációs programot, melynek során belépőjegyeket, kisebb ajándékokat tudunk nekik biztosítani

7.5 Egyéb szolgáltatók

A rendezvények bonyolítása során egyéb szolgáltatásokat is igénybe veszünk. A szállításokat teherfuvarozással foglalkozó cégek biztosítják, dekorációink elkészítését külső megbízások alapján végeztetjük. 2017-ben is jelentős mértékben gyarapodott a kft. eszközparkja, díszletparkja, melyeket nem csak szállítani kell a városon belül, hanem raktározni is.

A cég szervezésében jelentős részben szabadtéri eseményekről beszélünk, azonban némely esetben szükségessé válhat, hogy a nem önkormányzati fenntartásban lévő intézmények, egyéb szervezetek, cégek eszközeit és tereit béreljük a bonyolítás során.

7.6 További igénybe veendő szolgáltatások:

- irodabérletek, raktárbérlet,
- irodai eszköz bérlete (nagytejesítményű fénymásoló),
- jogi és közbeszerzési tanácsadás,
- telekommunikációs szolgáltatások
- egyéb szolgáltatások (informatikai-, banki-, postai- stb.),
- weblapfejlesztés, webhosting,
- technikai tanácsadás,
- számítástechnikai eszközök karbantartása.

8. PEST elemzés

8.1 Politikai faktorok (P)

A társaság a tevékenységét 100%-os önkormányzati tulajdonú gazdasági társaságként végzi.

Az alapító okirat szerint a kft. a Magyarország helyi önkormányzatairól szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény 13. § (1) bekezdés 7. pontjában, valamint a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. törvény 76. §-ában foglalt feladatokat látja el.

A kft. a fenntartói rendelkezéseket végrehajtja. Programjairól komplett szakmai- és marketingkommunikációs -beszámolókat küld határidőre, melyek az elszámolás alapját képezik.

8.2 Gazdasági faktorok (E)

A cég a hatályos számviteli-, adó- és járuléktörvények alapján működik. Általános forgalmi adóbevallásra kötelezett, az adót az általános szabályok szerint állapítja meg. A társasági adónak és a helyi iparüzési adónak alanya.

A beszámolási kötelezettség teljesítéséhez egyszerűsített éves beszámolót készít. Az eredménykimutatás választott formája az összköltség eljárással készített eredménykimutatás. Költségeit kizárólag az 5-ös számlaosztályban számolja el, az egyes programok költségeinek elkülönített kimutatása a könyvelő programban munkaszámok segítségével történik.

Az önkormányzat a társaság számára 2018-ban az elfogadott üzleti terv alapján, a megállapodás szerint átvállalt feladatok elvégzésére biztosít szolgáltatási díjat, mely egész évre kiszámítható feltételeket garanzál. Ez nyújt fedezetet a személyi juttatásokra, működési költségekre, valamint a rendezvények megvalósításával kapcsolatban felmerülő program- és marketingkommunikációs költségre. A rendezvények költségeinek biztosítására az önkormányzat előlegeket biztosít. Az önkormányzati szolgáltatási díj bevételen felül a társaság mindent megtesz annak érdekében, hogy szponzori támogatókat szerezzen, illetve az egyes rendezvényekhez készített kiadványokban hirdetéseket helyez el, amelynek bevétele szintén a saját bevételüket növeli. Több rendezvéynél pedig jegybevételből, részvételi díjból is fog saját bevétel keletkezni.

Közép-Dunántúl gazdasági teljesítményének jelentős része Székesfehérvárról koncentrálódik. A város Magyarország legiparosodottabb városa, önálló gazdaságszervezési központ, saját gazdasági térrel rendelkezik. A külföldi tőke igen erős jelenlétet mutat, a tőkeállomány meghatározó része ugyancsak külföldi befektetőktől származik.

8.3 Társadalmi elemek (S)

Szerencsés helyzetben vagyunk egyrészt azért, mert célcsoportunk (Székesfehérvár és környező régió) már ismernek minket, bár még a márkaépítés még nem tökéletes, pedig fontos lenne, hogy

minden fehérvári tudja, hogy mely rendezvények valósulnak meg saját szervezésben és melyek külsősök. A fogyasztói szokások változása megjelenik a marketingmix terveinkben. A közönségünk életkora nagyon változatos a pici gyerektől a nyugdíjasokig, de mivel a szórakozás, az igényes kultúra iránti igény, a „Fehérvártudat” összeköti őket, így szociokulturális szempontból könnyű helyzetben vagyunk. Tisztában vagyunk, hogy a Budapestre való elvándorlás minket is érint, de a város minden intézkedésével azon fáradozik, a városfejlesztési elképzelések is ezt célozza meg, hogy a fiatalokat a városban tartsa, így mi ehhez kell, hogy eszközökkel szolgáljunk. Ma már azt mondhatjuk, hogy a távolság áthidalható, de célunk, hogy ez a 60 km inkább a budapestieknek legyen alternatíva, ha egy programon szeretnének részt venni. Az egyetlen, ami a lakosságot érintő tényező, az a rendezvényeink belépőinek ára, de az elmúlt évek tapasztalata alapján, bármennyire is alapvetően érzékeny a magyar társadalom, tudjuk biztosítani nekik a számukra megfizethető áron a magas színvonalat.

8.4 Technológiai tényezők (T)

Az alapvető infrastruktúránk megfelelő, hiszen, ha nem nekünk, de valamelyik cégnek, akikkel szakmai kapcsolatban állunk, rendelkezésére állnak a számunkra szükséges technikai eszközök. Mindenképpen elengedhetetlen számunkra, hogy az infokommunikációs folyamatok rohamos fejlődésével, valamint a XXI. század társadalmá által elvárt cselekvési elvárásokkal lépést tudjunk tartani, hogy mindenképpen megőrizzük egyrészt vezető pozíciónkat a régióban, másrészt, hogy mindig újdonsággal tudjunk szolgálni a rendezvények közönségének.

9. SWOT-analízis

9.1 Erősségek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- aktív, pezsgő kulturális élet,
- folyamatosan növekvő látogatószámok a helyi rendezvényeken,
- a rendezvények a kulturális intézmények összefogására alapozható,
- kedvező földrajzi elhelyezkedésű a város, könnyen megközelíthető,
- az iskoláskorú és a nyugdíjas korosztály jelentős létszámban és aktívan vesz részt a kulturális programokon,
- a hagyományápolás mellett a kortárs művészet is aktívan jelen van a városban,
- a városi rendezvények a történelmi múltra támaszkodnak, és abból épülnek, fejlődnek,
- a kultúra iránt elkötelezett a városvezetés,
- nyitott a városvezetés az újdonságokra.

A kft. működésével kapcsolatban:

- a rendezvényeket szakmai tudással és tapasztalattal rendelkező fiatal csapat szervezi,
- az önkormányzati megrendeléssel kiszámítható költségvetési helyzet,

- a cég egyben látja a város összes nagy rendezvényét, így a humánerőforrás elosztás megvalósítható,
- átlátható gazdasági helyzet, átlátható marketingtevékenység a cégnél,
- jól szervezett kommunikációs tevékenység,
- a kultúra iránt érdeklődő és a város irányába elköteleződött aktív önkéntesek magas száma,
- teljeskörű rendezvényi és marketingkommunikációs, valamint értékesítési forgatókönyvekkel rendelkezik a cég,
- kiváló együttműködés a kollégák között.

9.2 Gyengeségek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- infrastrukturális nehézségek: kevés szállás lehetőség a városban, parkolási nehézség, rendezvényterek szűkössége,
- Belváros központúság. A Fő utcából nyíló kis utcák (a barokk belváros hozadéka) nagyon szűkösek, nem tudnak minden programelemet befogadni,
- az esőhelyszínek száma korlátozott a Belvárosban,
- nincs egységes városarculat, nincs, amihez tartani lehetne,
- vállalatok felelősségvállalásának hiánya,
- kisvállalkozások érdekeltté tételének hiánya.

A kft. működésével kapcsolatban:

- a rendezvényekhez kapcsolódó technikai kiszolgálást más cég végzi, és a vásárolás szervezése is más cégnél van, így kiszolgáltatót más szervezeti kultúrájú cégeknek, ahol más a motiváció és arra nincs ráhatása a programszervezőknek,
- a kollégák adminisztrációs tevékenysége, helyesírása,
- a kollégák nyelvtudáshiánya,
- nagy a fluktuáció.

9.3 Lehetőségek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- új vagy meglévő rendezvényterek, kulturális intézmények építése, bővítése.
- parkolók bővítése, parkolóház építése a Belváros közelében,
- további nemzetközi események szervezése,
- országos konferenciák helyszíne lehet a város,
- további kulturális együttműködések.
- új, innovatív művészeti és kulturális látásmód bevezetése a programok és a kulturális beruházások tekintetében,
- technika megoldások fejlesztése (fény, látvány),
- jól működő vállalkozások bekapcsolása,
- világhírű előadók, fellépők stb. városba csábítása.

A kft. működésével kapcsolatban:

- humánerőforrásfejlesztés a cégen belül,
- külföldi szakmai utak szervezése a kollégák számára,
- újrakezdő nyelvtanfolyam a kollégák számára,
- még több önkéntes szervezése, közösségépítés,
- pályázatok beadása.

9.4 Veszélyek

A város rendezvényeivel kapcsolatban:

- a város két fontos turisztikai központ (Balaton, Budapest) között helyezkedik el,
- nincs egy kézben a rendezvény szervezése, a technikai kiszolgálás menedzselése és a rendezvényekhez szorosan kapcsolódó vásározás szervezése.

A kft. működésével kapcsolatban:

- túlterheltség adott időszakokban,
- szakmai kompetencia hiánya az új marketinges és rendezvényszervező kollégák felvételekor,
- nincs idő a betanulásra,
- sok a fiatal, aki családtervezés előtt áll.

10. Marketingkommunikációs stratégia

10.1 Piackutatás

A Fehérvári Programszervező Kft. önkormányzati céggént van jelen a piacon. Ennek legnagyobb előnye, hogy kiszámítható a működés, folyamatos a megrendelés, minimális a versenyhelyzet. A piaci szereplők között ezért különleges helyzetben van.

A rendelkezésre álló humánerőforrás, azonban lehetővé teszi, hogy az önkormányzati megrendeléseken kívül más szereplőkkel is kapcsolatba kerüljünk, nekik szolgáltatassunk, ezáltal bevételt képezzünk.

Ma már rendkívül széles a paletta, akik fő tevékenységi köre a rendezvényszervezés. Még mindig nem eléggé ismert a cég kvalitása és portfóliója a potenciális megrendelők között.

Tekintve, hogy a kft. 2018-ban már 3 éves múltat tekinthet vissza, a városlakók ismerik és tervezik is a kiemelt fehérvári eseményeken való részvételüket. Ettől függetlenül továbbra is célunk, hogy minden olyan fehérvári és környéki lakost megszólítsunk, akik eddig távol maradtak ezektől az eseményektől. Marketing mixünket ennek szellemében állítjuk össze, figyelve az aktuális trendeket és a fogyasztói változásokat. A jövőben is igyekszünk marketingkommunikációs eszközeinkkel azt a fajta professzionalitást közvetíteni, amelyet rendezvényeink is képviselnek. Célunk, hogy a kiemelt fehérvári rendezvényeket a városlakók még jobban azonosítani tudják cégünkkel. Egy-egy sikeres marketing kampány összetevője az időben való tervezés, a csapatmunka, a kreativitás, amely területekben még fejlesztési potenciál rejlik, de törekszünk az előre lépésre.

Az időben való tervezés már csak azért is fontos, mert folyamatosan versenyeztetjük partnereinket, hogy a Fehérvári Programszervező Kft. számára minőségben és árban is a legmegfelelőbb ajánlatot tudjuk kiválasztani.

10.2 Célcsoport meghatározása

A rendezvények széles palettájának köszönhetően minden korosztály megtalálja az érdeklődési körének leginkább megfelelő programot. Míg a Hetedhét Játékfesztivál a legkisebbeknek garántál önfeledt kikapcsolódást, addig a Székesfehérvári Királyi Napok egyik fénypontját képező Musica Sacra koncert a komolyzene iránt érdeklődőket célozza meg. Ennek a tartalmi sokszínűségnek is köszönhetően hétről-hétre egyre több család, fiatal pár és szépkorú népesíti be a Belvárost, a rendezvények sokszínű forgataga megerősítik városunk szlogenjét: Székesfehérvár – Tele Élettel. Az egyes rendezvények marketingkommunikációs mixeinek összeállításánál továbbra is arra törekszünk, hogy a célcsoportokat költséghatékonyan és eredményesen érjük el. Az irányok meghatározása során használt STP (szegmentáció, célzás és pozicionálás) stratégia módszerét alkalmazzuk.

10.3 Piaci rész

A cég nem csupán a városvezetés közösségfejlesztő törekvéseit képes ellátni, hanem azt a piaci részt betölteni, mely megtalálható a helyi rendezvényszervezői piacon.

A társaság működése során folyamatosan építi nagyvállalati kapcsolatait.

10.4 Marketingmix

10.4.1 Termék (product)

A termék magától értetődő módon a rendezvényszervezés.

A termékek életciklusát tekintve a rendezvényszervezés abszolút az érett szakaszban helyezkedik el. Meg kell határoznunk a piaci elvárásokat, ami első sorban ugye a minőségi, kulturális szórakoztatás. A termék pozicionálása talán a legfontosabb, itt nyilvánvaló, hogy mi a legmagasabb minőséget garantáló rendezvényszervező „címet” szeretnénk elérni és tartani.

Ebbe a témakörbe tartozik még a termékünk, az az a rendezvényeink promotálása is, ami nagyon fontos számunkra, üzeneteinket reklámok segítségével juttatjuk el a célközönségnek, melyhez az aktuális trendekhez illeszkedő marketingmódszereket alkalmazunk. PR- és kommunikációs tevékenységünk során igénybe vesszük további helyi-, regionális-, és országos médiumok (online és offline) csatornáit.

10.4.2 Ár (price)

Ebben a közönség felé való üzenet abszolút a minőségre utal. Minden esetben, ahogy azt korábban is írtuk, fontos számunkra a közönségünk „pénzügyi helyzete”, így vagy ingyenes vagy alacsony részvételi díj megfizetése mellett szeretnénk mi is nyereségesek lenni. Természetesen figyelembe kell venni a régióban megrendezett hasonló rendezvények árképzési rendszerét és ezek alapján kell versenyképesnek maradnunk. folyamatosan versenyztetjük partnereinket, hogy a Fehérvári Programszervező Kft. számára minőségben és árban is a legmegfelelőbb ajánlatot tudjuk kiválasztani.

10.4.3 Elosztáspolitikai (place)

A szakirodalmat elolvasva és marketing munkatársunk szakértelmét tekintve azt kell, hogy mondjuk, szolgáltatások esetén ez egy speciális kategória. A legfontosabb célunk, hogy az üzenet minden esetben a leggyorsabban és a leghatékonyabban eljusson a közönséghez.

10.4.4 Promóció (promotion)

Promóció az összes olyan eszköz használata, melyek által az információ, üzenet eljut a célközönséghez. Összeállított marketing kampányunk és kommunikációs eszközeink ennek a pontnak a legtokéletesebb elvégzésére irányul. Marketingkommunikációs stratégiáink kiemelt partnere a Fehérvár Médiacentrum. Kommunikációnk hatékonyságát a folyamatos jelenlétben látjuk. Ezért egyeztetve a helyi médiumok képviselőivel, segítjük munkájukat riport- és interjúalanyok biztosításával. Ezzel lehetőséget teremtünk magunk számára is, hogy adott rendezvény megjelenése a megfelelő időben és a megfelelő tartalmi információkkal juttathassuk

el az érdeklődők felé. Nem csupán az eseményen részvevő közreműködők bevonásával kommunikáljuk programjainkat, jelentős szerepet vállalnak megjelenésünkkor az adott rendezvény cégen belüli programgazdái is, akik az interjúk alakalmával átfogó képet tudnak adni az esemény egészéről.

10.5 A cég marketingkommunikációja

10.5.1 Célcsoport elérése, meghatározása

Marketingkommunikációs terveink összeállításánál figyelembe vettük, hogy melyek a kft. célkitűzései a rendezvénypiacon. Ennek szellemében célunk, hogy a város és közvetve a régió minden korosztályának színvonalas, tartalmas programokat kínáljunk. A marketingmix tervezésekor mindig figyelembe vesszük, hogy a lehető legkevesebb befektetés mellett a lehető legnagyobb eredményt hozza a tervezett tevékenység.

Az egyes rendezvények célcsoportjainak meghatározásainál figyeljük az aktuális trendeket és a fogyasztói szokások változásait. Szekunder adatok mellett, saját primer kutatásokra is hagyatkozunk, felméréseket végeztünk 2017-ben az alábbi rendezvényeken a célcsoportnak megfelelő mintavételi eljárással (pl. kérdőív, szavazás):

- Fehérvári Halünnep
- Hetedhét Játékfesztivál
- Fehérvár Hangja
- Egészségügyi Szűrőnap
- Alba Regia Felsőoktatási Expo

Kutatási adataink az országos, reprezentatív adatokkal egybecsengően azt mutatják, hogy az idősebb korosztály elérésénél a print megjelenések hatékonysága dominál (megyei lapok jelentősége), és a rádió (országos csatornák) is erős, de nő a digitális tartalomfogyasztás közönsége is. A 40 feletti városlakók ugyan online kampányokkal is elérhetők, a visszajelzések alapján, azonban kétségtelen, hogy a helyi televízió- és sajtóreklámok nélkül nem lehet hatékony kampányokat szervezni. Tekintve, hogy rendezvényeink minden korosztályt lefednek, így minden egyes kampányt a célcsoportra szabottan állítunk össze. Ennek jegyében eltérő médiamix jellemzi pl. a legkisebbeknek és szüleiknek önfelelt kikapcsolódást garantáló Hetedhét Játékfesztivált, vagy éppen a Musica Sacra komolyzenei koncertet.

A fiatalok leghatékonyabb eléréséhez a közösségi oldalak markáns használata a kulcs. 2017-ben ráadásul két új rendezvény is a 14-22 éves korosztályt célozta meg (Helló nyár!, Alba Regia Felsőoktatási Expo), így ezeket egyedi, direkt kampányokkal menedzseltük.

10.5.2 Arculat

Az arculat sokkal több választott színek, formák és megjelenési módok összességénél: filozófia, döntések összessége, melyek mind egy irányba terelgetik az adott célcsoportot. Az arculat tehát egy olyan összetett rendszer, melynek segítségével a kft. indulása óta gyorsan azonosítható.

Annak ellenére, hogy a kft. 2018-ban már 3 éves múltra tekint vissza, a városlakók továbbra sem tudják azonosítani a céget az általunk koordinált rendezvényekkel, holott számos intézkedést eszközöltünk a 2017-es esztendőben is annak érdekében, hogy ezen változtassunk. A 2016 év végén elindult Programod magazin már túl van egy évfolyamon, közvetve több mint tízezer háztartásba jut el, így elősegítve a cég imázskampányát. A saját, nyomtatott kiadványok mellett partnereink felületein is meg szoktunk jelenni általános hirdetéseinkkel, hogy a városlakók könnyedén összekapcsolják a kft.-t az általunk szervezett eseményekkel.

Kiemelt megjelenések, amelyek a cég ismertségét szolgálják:

- Székesfehérvári Tourinform éves kiadványa – hirdetés
- Helyi óriásplakát és citylight kampány (általános kampány)
- Emblémázott szórólaptartók a kiemelt belvárosi vendéglátóhelyeken
- Emblémázott ajándéktárgyak (pl. szemüvegtörlő)

Továbbra is visszaköszön a kft. logója az egyes marketinganyagokról, amelyek segítik és biztosítják, hogy kft. égisze alá tartozó rendezvények könnyedén azonosíthatók legyenek.

A cég arculata mellett kiemelt figyelmet fordítunk az egyes programok grafikájára is, hogy egyedi megjelenésükkel még vonzóbbá tegyük a rendezvényeket.

A Múzeumok Éjszakája, a Nemzeti Emlékhelyek Napja és a Mobilitási hét programjait leszámítva minden grafikai termék egy több hetes alkotó munka eredménye. Azon rendezvények esetében, amelyeknél meg van kötve a kezünk, – kötelezően megjelenítendő arculati elemeket kell alkalmaznunk a tervezési folyamat során – is igyekszünk lokalizálni, Székesfehérvárhoz köthető elemmel megtölteni a kreatívokat.

A Fehérvári Lecsófőző Vigasság, a Fehérvári Halünnep és a Székesfehérvári Királyi Napok programok esetében az arculati sztenderdek alapján indul a tervezési folyamat, míg a többi rendezvénynél a célcsoportra leginkább jellemző vizuális kommunikációs elemek alkalmazásával igyekszünk az érdeklődők figyelmét megragadni. A két évente megrendezett Fehérvár Hangja esetében pl. szakítva a korábbi arculattal, egy teljesen új, fiatalos, dinamikus és a Székesfehérvár jegyeit is magában hordozó arculat született.

10.5.3 Időzítés, intenzitás

A megfelelő időzítés során figyelembe vesszük, hogy milyen specialitásai vannak a célközönségünknek (pl. mely napokon fogy a legtöbb az adott nyomtatott termékből). Mindezeket túl arra is tekintettel kell lennünk, hogy mi hogyan alakul a külvilágban (pl. hogyan esnek az ünnepnapok, és azokat érdemes-e nekünk kihasználnunk; milyen más ingerek érhetik a fogyasztót a kampányidőszakunkban).

Egy-egy sikeres marketing kampány összetevője az időben való tervezés, ám ezt számos külső tényező befolyásolhatja, így pl. mikor nem állnak rendelkezésünkre időben a kommunikációs üzenetet hordozó gramelemek, időpontok.

Az időben való tervezéssel pedig költséghatékonyabb működést is el tudnánk érni, hiszen partnereinktől kedvezőbb ajánlatot kapunk, ha nem határidős a megbízás.

Az időzítés mellett fontos a kampányok intenzitása is, amelyről kiemelt, bevételes rendezvényeink esetében beszélhetünk, amikor a kampány költségvetés ezt lehetővé teszi. A kampányok intenzitását minden esetben egyedileg tervezzük, mely során eldől, hogy a helyi mellett igényel-e országos kiterjesztettséget is.

Az eddigi tapasztalatok azt mutatják, hogy egy kiemelt rendezvény eredményességéhez (pl. Floralia, Koronázási Szertartásjáték) minimum 6-8 hetes intenzív kampány szükséges. Kisebb, ingyenes rendezvények esetében 3-4 hét indokolt a megfelelő tájékoztatás eléréséhez.

10.5.4 Reklám, PR

Kommunikációs üzeneteinket az aktuális trendeket figyelembe véve ATL, BTL és TTL marketing eszközök alkalmazásával juttatjuk célba. PR- és kommunikációs tevékenységünk során igénybe vesszük további helyi-, regionális-, és országos médiumok (online és offline) csatornáit.

Napjainkban az online kommunikáció leghatékonyabb kommunikációs eszköze a videó, így ezt médiamixünk tervezésénél szem előtt tartjuk. Elsősorban kiemelt rendezvényeinket támogattuk meg ezzel a platformmal, hiszen igen költséges eszköz. Tervezéskor kreativitásra törekszünk, hiszen egy-egy 20-30 másodperces kisfilm akár vírusvideóként terjedve a világhálón komoly promóciót jelenthet a rendezvénynek.

Marketingkommunikációs stratégiáink kiemelt partnere a Fehérvár Médiacentrum, mint a város elsőszámú kommunikációs központja. 2015 óta minden évben stratégiai megállapodást kötünk a médiaközponthoz városi kommunikációnk hatékony működése céljából. Hasonló megállapodást kötöttünk a Fejér Megyei Hírlappal is, amely a tarifaárhoz képest igen jelentős kedvezményt biztosított. 2017-ben is jelentős támogatásnak bizonyultak a Fejér Megyei Hírlap – Fehérvár Plusz – mellékletében való megjelenések. A városi kiemelt intézményekkel (Szent István Király Múzeum, Tourinform iroda, Alba Regia Szimfonikus Zenekar) közösen meghatározott lapszámokban helyi, valamint négymegyés megjelenést biztosít számunkra a Fehérvári Médiacentrum és a Fejér Megyei Hírlap kooperációja. Ezen a felületen szakítva a korábbi évek gyakorlatával kreatívok helyett igyekeztünk PR cikkekkel megtölteni az oldalakat, így az aktuális megjelenés kevésbé keltette egy hirdetési oldal benyomását. Amennyiben ezen eszköz a jövőben is rendelkezésünkre fog állni, úgy ezt a gyakorlatot folytatnánk.

2018-ban hasonló megállapodásokat tervezünk kötni.

2018-as marketingkampányok tervezése során igyekszünk kiemelt rendezvényeink országos ismertségét tovább növelni. Ezt vegyes média mixszel kivitelezjük, tv kampányok mellett erősítjük a print megjelenéseket. 2017-ben beharangozóink többek között megjelentek a Nők Lapjában, a Pesti Estben és az Elle magazinban. A korábban már bevált televíziós és rádiós nyereményjátékokat is intenzívebben használjuk majd a kampányok során (RTL Klub, TV2, Petőfi Rádió, Fehérvár Rádió).

A hagyományos marketingkommunikációs eszköztárat (szórólapok, plakátok, óriásplakátok) 2017-ben egy egész éves együttműködés keretében bővítettük Székesfehérvár legforgalmasabb helyén, az Alba Plázánál kifeszített 12x3 m-es molinó kihelyezésével is.

A megállapodást 2018-ban is megkötjük, hiszen a felület óriási reklámerővel bír.

Az outdoor megjelenést erősítve Székesfehérvár területén egész évre 18 óriásplakát-helyet, ill. 5 db citylight felületet vásárolunk, így a városnak nem lesz olyan pontja, ahol ne találkozhatnának plakátjainkkal a járókelők és az autósok.

Rendezvényeink egységes arculatához hozzájárulnak infótornyaink, amelyek a programot megelőzően a Fő utca több pontján tájékoztatják a járókelőket a közelgő eseményekről, valamint a rendezvény napjain a helyszínen az aktuális programokról.

Kommunikációnk hatékonyságáról nemcsak a rendezvényre látogatók adnak visszacsatolást, hanem azon sajtóorgánumok is, ahová közleményeinket eljuttatjuk. Kiemelt figyelmet szentelünk sajtófigyelésünkre, mely kiterjed arra, hogy a sajtóban milyen tartalmú kommunikáció jelenik meg a rendezvényeinkről. 2018-ban a sajtófigyelésben, a megjelenési adatokon túl még komplexebb információkra törekszünk, így pl. a médiaértékre, amely forintban számszerűsíti az adott felület értékét.

10.5.5 Online

Marketing kampányaink jelentős részét az online jelenlét adja, amelyek esetében kifinomult, precíz targetálással érjük el a legtöbb potenciális érdeklődőt. A Facebook kampányok esetében nem, érdeklődési kör, kor és lakhely alapján szoktuk célozni hirdetéseinket, kivétel nélkül minden rendezvényünket megtámogatjuk fizetett hirdetésekkel. Közösségi kommunikációban a Facebook mellett kiemelt figyelmet fordítunk Instagram- és Youtube-csatornánkra is.

Igyekszünk kihasználni mindazon lehetőséget, melyet a közösségi média nyújt. Rendezvényeinkről, vagy az azt megelőző sajtótájékoztatókról online, úgynevezett élő stream formában azonnal be szoktunk számolni követőinknek.

Felgyorsult világunkban az internet a legideálisabb eszköz a gyors és hatékony információ átadásra, így 2017-ben online banner kampányaink keretében megjelentünk a feol.hu, a pestiest.hu, a fidelio.hu és a színhaz.hu oldalain is.

A már jól bevált és hatékony Google Adwords hirdetési platformot kiemelt, elsősorban bevételes rendezvényeink esetében alkalmaztuk.

A cég önálló weboldala a www.fehervariiprogram.hu címen érhető el, mely magában foglalja az összes rendezvényt, illetve elirányít az önálló webes felületekkel rendelkező rendezvények oldalaira (Koronázási Ünnepi Játékok, Kortárs Művészeti Fesztivál, Fehérvár Hangja). A kommunikációért felelős kollégák folyamatosan naprakész és aktuális hírekkel látják el az oldalra érkezőket.

2018 honlapunk szempontjából a megújulás éve lesz, küllemében és kezelhetőségében is látványosabb, felhasználóbarátabb lesz. A korábbinál hangsúlyosabb szerepet kapnak híreink, előzeteseink, lapozható műsorfüzeteink és az eseményekről szóló képes beszámolóink, amelyeket a jelenleginél rendezettebb formában, hírportálszerűen jelenítünk meg.

A transzparensabb és hatékonyabb kommunikáció érdekében az eddig a város oldalán elérhető Fehérvári Lecsófőző Vigasság önálló oldala, valamint a Musica Sacra (korábban a www.koronazas.hu oldalról volt elérhető) átköltözött a kft. oldalára.

10.6 Tapasztalatok és tervek

10.6.1 Marketing

A 2017-ben igyekeztünk minden eddiginél komplexebb és változatosabb terveket összeállítani. Tekintve, hogy rendezvényeink elég széles célközönséget szolgálnak ki, így egy-egy kampányon belül is több célcsoportot próbálunk elérni az általuk leginkább használt eszközökkel.

A fókusz továbbra is az online jelenlétben lesz: erőteljesebb közösségi megjelenés, markánsabb Google Adwords kampány, már csak azért is, mert egy lehetséges törvényi szabályozás keretében szűkülhetnek a köztéri felületeink (molínó, óriásplakát, városi plakátfelületek). Amennyiben ezen eddig használt felületek eltűnnének, úgy erőforrásainkat print (sajtó, szórólap) megjelenések mellett promóciós aktivitásokra csoportosítanánk át.

Felméréseinkből kiderült, hogy a rendezvényre látogatók előszeretettel forgatják programfüzeteinket, így ezen a területen arra törekednénk, hogy azokat már az eseményt megelőző 2 héttel kezükbe vehessék.

2017-ben jelentős támogatásnak bizonyultak a Fejér Megyei Hírlap – Fehérvár Plusz – mellékletében való megjelenések. Amennyiben ez a lehetőség 2018-ban is fennáll, úgy megfelelő időzítés-tervezés esetén jelentős megtakarítást érhetünk el (ismerve a hírlap magas hirdetési tarifáit). A Fehérvár Médiacentrum Kft.-vel való megállapodásunk értelmében a jövőben is hétről hétre megjelenünk programkínálatunkkal rádiós, televíziós, internetes és újságfelületeiken.

2018-ban még markánsabban kívánjuk megjeleníteni a cég arculati elemeit, annak érdekében, hogy a kiemelt rendezvények sokkal jobban összeforranak a Fehérvári Programszervező Kft. névvel, a programok beazonosíthatók legyenek. A cég imázsának erősítését eddigi is segítette a 2016 decemberében újtára indult „Programod” negyedéves magazin is, amelyet az eddigi tapasztalatok alapján előszeretettel forgatnak a székesfehérváriak. Ismertség növelésként érdemes lenne CSR-PR akciókat megvalósítani, így pl. faültetés, iskolai udvar felújítás, mese olvasás beteg gyerekeknek.

10.6.2 Kommunikáció

Az elmúlt három évben a helyi sajtóval – nyomtatott és elektronikus – jó partneri kapcsolat alakult ki. Sikerült elérni, hogy rendezvényeinkről, programjainkról, az azokhoz kapcsolódó felhívásokról, pályázatokról a különböző médiumok rendszeresen hírt adjanak. A programgazdák személyesen is megszólaltak a helyi televízióban, a rádiókban szinte minden esemény előtt, a nagyobb rendezvényeken a Vörösmarty Rádió egész napos közvetítéssel volt jelen. A még hatékonyabb tájékoztatás érdekében az elképzeléseink között szerepel egy kétheti/havi rendszerességgel megjelenő műsor, amelynek segítségével nem csak éppen aktuális programjainkról, hanem jövőbeni rendezvényeinkről, terveinkről is értesülhetnek a városban és a környéken élők. A helyi rádiók (Vörösmarty, Fehérvár) mellett ebben az évben megjelent a Rádió1 is, amellyel szintén együttműködésre törekszünk. (A Fehérvár Hangja kapcsán erre 2017-ben volt is jó példa.) A diákokat érintő programokról a kifejezetten nekik szóló Táská Rádióban is megjelentek híradásaink, kollégáink interjúi – ezt a kapcsolatot is szeretnénk tovább építeni.

Mivel egy-egy rendezvény kommunikációját tekintve kiemelt szempontként szerepel, hogy az adott programmal – tartalmát-jellegét ismerve – mely korosztályt célozzuk meg, így fontos tudnunk, hogy mely médiumon keresztül érhetjük el közönségünket a leghatékonyabban. Kommunikációnk hatékonyságának érdekében a jövőben fel kívánjuk használni például a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság átfogó hallgatottsági mérését.

Szándékaink szerint aktív kapcsolatot kívánunk kiépíteni a megyében és a régióban működő helyi sajtóorgánumokkal is, hisz ma már nincs infrastrukturális akadálya annak, hogy akár Veszprémből, Várpalotáról vagy Dunaújvárosból látogassanak el egy-egy székesfehérvári rendezvényre. A cég hírlevelének újragondolása és újraindítása után folyamatos, aktív kapcsolatot tarthatunk a szomszédos városokban működő televíziókkal, rádiókkal és az írott sajtóval, amelyben a nagyobb rendezvények (Székesfehérvári Királyi Napok, Fehérvári Advent) már most is megjelentek írásaink.

A tavaszi és nyári rendezvényeink hírelésének támogatására szükséges és hasznos lenne kiépíteni olyan kapcsolatokat, amelyekkel a Balaton és a Velencei-tó mellett pihenő, nyaraló vendégeket is elérhetjük, a turisztikai szezonban a szabadidejüket itt töltő belföldi és külföldi turisták számára Székesfehérvár rendezvényei célpontként szolgálhatnak, hiszen a város könnyen és gyorsan elérhető mindkét irányból. A médiapiac átalakulásának köszönhetően a Balaton-parti elérés az országos megjelenés egyfajta előszobájaként is tekinthető, az új rádiós hálózat kialakulása országos lefedettséggel bír. Jelentősége továbbá abban rejlik, hogy médiapiaci szempontból – az internetet követően – még mindig ez a leggyorsabb hírforrás, mely munka, utazás, pihenés közben is elérhető az emberek számára, így az ebben a közegben való folyamatos megjelenés értéke igen kiemelkedő.

A nagyobb, országos érdeklődésre is számot tartó rendezvények (pl. Székesfehérvári Királyi Napok) minél szélesebb körben való megismertetése érdekében a Kossuth Rádióval, illetve a Magyar Televízió kulturális csatornáival a 2018-es évben még szorosabb együttműködés kialakítására.

Ezen irányú lehetőségek felmérése már megkezdődött. Tekintve, hogy a Fehérvár televízió vidéki stúdióként bedolgozik a MTVA műsoraiba, illetve a Kossuth Rádióknak is van saját tudósítója a városban, már eddig is sikerült eljuttatni a híreket az országos csatornák műsoraiba, de folyamatosan törekszünk további kapcsolatok kiépítésére. A tapasztalat azonban azt mutatja, hogy a programok megismertetésére a különböző kereskedelmi csatornák is hajlandóak – ebben az esetben azonban sokkal inkább hirdetésekről beszélhetünk, bár ezek manapság igyekeznek a klasszikus tudósításokhoz, magazinműsorokhoz hasonlítani.

A programok megismertetésére nagy lehetőség az internet. Több különböző felmérésből is az derül ki, hogy manapság már nemcsak a fiatalok, hanem az idősebb (60+) korosztály egyre több tagja is hajlandó az interneten tájékozódni, sokan használják közülük a közösségi oldalakat. Már ebben az évben is aktívan kihasználtuk a közösségi média nyújtotta lehetőségeket. Programjainkat folyamatosan kommunikáltuk az elmúlt esztendőben is, hirdetve az adott rendezvényt, majd az esemény ideje alatt fotókkal, rövid cikkekkel és újtásként élő online bejelentkezéssel színesítve azt. A program végeztével összefoglaló tájékoztatást is közreadunk, a számok azt bizonyítják, hogy ezeket a képes összefoglalókat is szívesen veszik a városlakók.

Mivel a fiatal korosztály teljesen a digitális világban szocializálódott, s összességében minden ember életében folyamatosan jelen van az online kommunikáció, így érdemesnek látnánk az ez irányba való hatékonyabb nyitást. A Facebook mellett Instagram oldalunkon is igyekszünk eljutni hozzájuk, és keressük az újabb lehetőségeket. Célszerűnek tartanánk egy újabb online csatorna megnyitását, honlapunkon belül, melyen keresztül saját rendezvényeink folyamatos hirdetése biztosított lenne, reklámspot, interjú, stream formájában, nemcsak képből, hanem hangban is.

Annak érdekében, hogy pontosan megtudjuk, honnan is tájékozódnak a rendezvényeinken résztvevők, az elmúlt évben több eseményen is végeztünk kérdőíves felmérést. Ezek kiértékelését is figyelembe vesszük a további tervezésnél.

10.6.3 Szponzoráció

Az elmúlt év tapasztalata alapján megállapítható, hogy a Fehérvári Programszervező Kft. éves rendezvényeihez kapcsolt támogatói, partner köre, folyamatosan bővül.

Köszönhetően ez elsősorban rendezvényeink sokszínűségének, amely kiváló fórumot nyújt a cégeknek, helyszíni, vagy reklámfelületen történő megjelenés által. Visszajelzéseik alapján elmondható, hogy partnereink, tematikus eseményeink által hatékonyabban és közvetlen módon érhetik el célközönségüket.

Programjaink során cégünk elsősorban szponzorokat keres, másrészt a beérkező ajánlatkérésekre igyekszik reagálni. Egy adott esemény értékesítési folyamatára alapozva pedig – amely elsősorban egyedi csomagajánlatok kiküldését jelenti cégképviselők részére – fontosnak tartjuk, hogy üzleti partnereink számára vállalatuk profiljához és marketing tevékenységéhez igazodva alakítsuk ki az együttműködést. Ennek tükrében törekszünk arra, hogy a személyes megbeszélésekből minden esetben egy win-win megállapodás jöjjön létre.

Az üzleti folyamatokon túl számunkra kiemelten fontos, hogy a cégek képviselőivel a napi szintű kommunikációt és a személyes partnerkapcsolat fenntartását, megfelelő módon kezeljük. Minden egyes rendezvény kapcsán az értékesítő kollégánk célja, hogy a partnerség biztosítása mellett, éves szinten hosszútávra tudjuk magunk mellett a kis- közép és nagyvállalatok támogatását, bővítve ezzel cégünk kapcsolati portfólióját.

Munkánk során egy olyan közösség kialakítása a cél, amely a fenti elvek tükrében, a támogatások biztosításán túl, egy közös célért, Székesfehérvárért dolgozik.

Terveink között szerepel, hogy a rendezvényeinken történő megjelenési lehetőségeken kívül, negyedéves Programod magazinunkban egyedi hirdetési lehetőséget biztosítsunk partnereinknek, vagy akár kisebb céges rendezvények megszervezését is vállaljuk számukra, igény szerint.

11. Műszaki megvalósíthatóság

Mivel a cég rendezvényeihez szorosan összefüggő technikai eszközpark nem a kft. tulajdonában van, hanem egy másik városi cégnél, ezért azzal kapcsolatban csak fejlesztési javaslattal élhetünk. Ez vonatkozik a színpad, a hang- és fénytechnikai megoldásokra.

Sokkal nagyobb a mozgásterünk a látványtechnikában, de azok közül is csak némely rendezvényünkkel kapcsolatban, mint például a Székesfehérvári Királyi Napok és a Fehérvár Hangja. A város legnagyobb rendezvényének látványelemeivel kapcsolatban mi készítjük a tervet és a városi cég rendeli hozzá a meglévő eszközöket, vagy pótolja azt ki alvállalkozóval.

A cégünk raktárhelyiségében elsősorban installációs és dekorációs eszközöket találunk. Ezek jó részét az advent időszakában használjuk (betlehem, diótörő-figurák, karácsonyfadíszek, óriás mackók, labdák, ajándékdobozok, kisvonat). A szabadtéri események marketing felületei közül a közterületre kitehető eszközöket tároljuk itt.

Az idei évben az adventi díszeken már változtatnunk kell, ezeket még felújítjuk, de a Belvároson kívül, más városrészen helyezük majd el. Októberben kell először elővenni őket és eljuttatni a díszletkészítő céghez.

2018-ban a marketing eszközeinket kívánjuk fejleszteni annak érdekében, hogy minél több információhoz jussanak a látogatók.

Irodai területen fejlesztendő eszközparkkal dolgozunk, ezért ott jelentős gépparkcserét kell beterveznünk.

Az irodáink légkondicionáltak, így már csak a karbantartásukra kell forrást tervezni. Kollégáink június-július- augusztus hónapokban a legleterheltebbek, amikor az épületben a legmelegebb van.

11.1 A fejlesztés működtetésének feltételei

A rendezvények látványtervezéséhez külső szakembert kérünk fel 2018-ban, ahogy ezt tettük 2017 második felében. Sokkal nagyobb figyelmet fordítunk a technikai előkészítésre, ugyanis 2017 nyara okozott problémát a megvalósítás során.

2018-ban a meglévő marketingkommunikációs eszközeink állagmegóvására koncentrálnak és karbantartjuk azokat.

Olyan alumínium szerkezetekkel rendelkezünk, melyből 15 db háromoldalú tornyot tudunk összeállítani, és mindegyik oldalára egy 2x1 m-es molinót lehet kifeszíteni. Ezeket a Belvárosban helyezük el, és a rendezvény részleteit jelenítjük meg rajta. Szintén az újítások közé tartozik, hogy ezeken a felületeken angol nyelven is kommunikálunk. A láthatóság a méreteiből adódóan garantált, de az esti időszakra gondolva a tetején felülről lefelé mutató világítást is felszereltünk.

12. Pénzügyi terv

Az Önkormányzat által megrendelt rendezvényszervezési feladatokat a társaság úgy hajtja végre, hogy az önkormányzattal szolgáltatási szerződést köt. A szolgáltatási szerződés szerint az önkormányzat megrendeli a társaságtól bizonyos rendezvények megszervezését és lebonyolítását. A szerződés mellékletét képezi a lebonyolítandó rendezvények listája, amelyhez a várható időpont és a főbb feltételek hozzá vannak rendelve.

A Kft. pénzügyi tervének elkészítésekor figyelembe vettük az elmúlt évek tényadatait és a 2017. évi várható teljesítési adatát, valamint a jövőbeni tervezett rendezvényszervezési feladatokat. 2018-ban 30 önkormányzati rendezvény lebonyolítására készül a társaság, míg 2017-ben 26 ilyen rendezvényt szervezett meg.

A 2018-ra megnövekedett szolgáltatási díjat az alábbiak indokolják:

- a megvalósítandó önkormányzati rendezvények száma növekedett,
- több rendezvény esetében növekedett a marketing-kommunikációs és programköltség,
- a személyi állomány 1 fő duális képzésben lévő munkatárssal bővül,
- egyeztetve a többi gazdasági társasággal, bérfejlesztést is terveztünk.

2018-ban a működéshez szükséges, tervezett beruházásokon kívül egyes rendezvényekhez kapcsolódóan is tervezünk beruházásokat 6 millió Ft becsült értékben, amelyeket az Egyéb díjból és saját bevételeinkből szeretnénk finanszírozni. A Székesfehérvári Királyi Napok rendezvényhez a középkori hangulat megteremtéséhez új díszletek fognak készülni, valamint a Fehérvári Adventre az utcai dekorációs elemek teljes cseréjét tervezzük, mivel a jelenlegiek az elmúlt években nagyon elhasználódtak.

12.1 Kiadások

Az önkormányzat által biztosítandó szolgáltatási díj két részből áll:

- Alapdíj
- Egyéb díj

Az Alapdíj különösen a béreket, azok járulékait, működési és infrastrukturális költségeket foglalja magába. Az Egyéb díj különösen az egyes rendezvények, programok megvalósításához, lebonyolításához szükséges egyedileg jelentkező költségeket – vásárolt szolgáltatásokat, alvállalkozói díjakat stb. – foglalja magába.

2018-ban a felsorolt 30 rendezvényre fordítandó Egyéb díj és a kapcsolódó Alapdíj az alábbi megoszlásban mutatkozik meg:

adatok eFt-ban	
Megnevezés	Összeg (bruttó)
Igényelt Alapdíj	164 331
Igényelt Egyéb díj	303 985
<i>ebből: marketingkommunikációs ktg</i>	<i>64 715</i>
<i>ebből: programköltség</i>	<i>239 270</i>
Összesen:	468 316

Az Alapdíj tervezett felhasználása:

adatok eFt-ban	
Megnevezés	2018. évi terv
BERUHÁZÁSI KIADÁSOK	1 640
Mobiltelefonok (okos) vásárlása	400
Notebookok szoftverekkel	440
Bútorok, egyéb berendezések	800
ANYAGKÖLTSÉGEK	3 250
Nyomtatványok, irodaszerek	600
Üzemanyag, kenőanyag	1 000
Védőital	150
Munkaruhák	600
Cégautó beszerzései	200
Egyéb anyagköltség (tisztítószer, stb.)	700
IGÉNYBE VETT SZOLGÁLTATÁSOK KÖLTSÉGEI	25 450
Irodák bérleti díjai	1 800
Eszközök bérleti díjai (nyomtató)	520
Egyéb bérleti díjak	200
Raktárbérlet díja 12 hó, 160.000.-Ft/hó (minimális rezsivel)	1 920
Meglévő tárgyi eszközök, és iroda karbantartása	700
Cégautó javítás, mosatás	600
Hirdetés, reklám, propaganda költségei	10 000
Oktatás és továbbképzés költségei	600
Munkavállalók bel-és külföldi kiküldetési költsége (tanulmányi célú fesztiválok látogatása, rendezvények kapcsán felmerülő)	100

Telefon- és internet költségei	800
Postaköltség	500
Tiszteletdíjak (ügyvéd, könyvvizsgáló, külső szolgáltatók, tanácsadók)	6 360
Folyóirat, könyv előfizetési költségei	100
Szállítási költségek	100
Egyéb igénybevetett szolgáltatások költségei (számítógépes hálózat üzemeltetése, nyomtatás, stb.)	1 000
Cégautó parkolási ktg, ap. matrica	150
EGYÉB SZOLGÁLTATÁSOK KÖLTSÉGEI	2 530
Illetékek, közzétételi díjak	50
Fizetett jogdíjak	1 200
bankköltség	1 200
Cégautó biztosítási díjai	80
BÉRKÖLTSÉG	69 733
Dolgozók bérköltsége	69 733
SZEMÉLYI JELLEGŰ EGYÉB KIFIZETÉSEK	4 835
Munkavállalóknak fizetett személyi jellegű kifizetések (Cafeteria, szja, eho)	3 600
Munkavállalóknak fizetett egyéb személyi jell.kif. (védőszemüveg, üzemorvos)	400
Telefon magáncélú használati utáni szja	28
Reprezentáció	400
Reprezentáció utáni szja	71
Munkába járással kapcsolatos költségek	336
BÉRJÁRULÉKOK	14 676
Szociális hozzájárulási adó, szakképzési hj, kifizetői ekho	14 531
Telefon magánhasználat utáni eho	42
Reprezentáció utáni eho	104
Cégautóadó, gépjárműadó	80
Iparüzési adó éves kötelezettség	7 200
Nettó összesen	129 394
27 % áfa	34 936
Igényelt bruttó Alapdíj	164 331

12.2 Bevételek

A rendezvények költségeinek biztosítására az Önkormányzat előlegeket biztosít. A szolgáltatási szerződés értelmében pedig a meghatározott ütemezés szerint az addig megvalósított programokkal történik az elszámolás, amely alapján az Önkormányzat a következő időszak szolgáltatási díját utalja. Az előlegekkel való elszámolás szeptemberi ütemben történik meg. Az előleg igénylésénél elválasztódik a programköltségre és a marketingkommunikációs költségre igényelt előleg kifizetésének üteme és mértéke is.

Az önkormányzati szolgáltatási díj bevételen felül a társaság mindent megtesz annak érdekében, hogy szponzori támogatásokat szerezzen, illetve az egyes rendezvényekhez készített kiadványunkban hirdetések helyezésére, amelynek bevétele szintén a saját bevételünket növeli. Több rendezvényen pedig jegybevételekből, részvételi díjból is fog saját bevétel keletkezni. A társaság igyekszik a „piacra lépést” jobban megerősíteni azáltal, hogy más cégeknek rendezvényszervezési feladatokat lát el, amelyből plusz bevételre tehet szert.

2018-ra így az alábbi saját bevételeket irányozzuk elő:

adatok eFt-ban

Saját bevételek	Nettó összeg	Áfa	Bruttó összeg
Hirdetési bevételek, szponzori támogatások	2 047	553	2 600
Jegybevétel / részvételi díj	9 669	2 611	12 280
Tervezett pályázati támogatások	394	106	500
Egyéb rendezvényszervezések bevételei	16 535	4 465	21 000
Összesen:	28 646	7 734	36 380

12.3 Mérlegelemzés

A forgóeszközök között nem tervezzük követelések kimutatását. Aktív időbeli elhatárolások között olyan költségek szerepelnek, amelynek fedezetére várhatóan januárban érkezik meg a bevétel egyéb díj formájában, valamint olyan költségek, amelyek 2017-ben már felmerültek, de a tárgyévét követő évet terhelik. A rövid lejáratú kötelezettségek között a december utolsó napjaiban lebonyolítandó rendezvények kapcsán felmerülő szállítói tartozások, tervezett áfa befizetés, előírt járulék befizetési kötelezettségek szerepelnek. Passzív időbeli elhatárolások között szerepelnek azok a tételek, amelyekre 2017-ben kapjuk meg a számlát, de az tárgyévét terhelő költség.

A 2017. év végi várható adatokból kiindulva terveztük meg a 2018. év végi mérleg adatait is. Az eredménykimutatásban az értékesítés nettó árbevétele az Önkormányzat felé szolgáltatási díjként leszámlázandó tételek nettó összegéből, valamint a saját bevételekből áll. Egyéb

bevételeként a rendezvények lebonyolítását segítő remélt pályázati támogatást mutatjuk ki. Anyagijellegű ráfordításként az egyéb működéshez szükséges költségek nettó értékével, a programok költségének nettó értékével számoltunk. Személyi jellegű ráfordításnál a bérköltségek szerepelnek. Értécsökkenési leírásnál az elszámolt értékcsökkenések kerültek kimutatásra. Számításaink alapján a 2018-ra kimutatott mérleg szerinti eredményt az egyéb rendezvényszervezési bevételeinkből, illetve a befolyt jegybevételekből, hirdetési bevételekből realizáljuk. Az Egyéb díjból – amely a rendezvényekre nyújt fedezetet – maradvánnyal nem számolunk. A mérleg szerinti eredményt eredménytartalékba javasoljuk helyezni, amely a jövőbeni, előre nem látható kiadásokra nyújtana fedezetet.

12.4 Mérlegterv

adatok eFt-ban				
Fehérvári Programszervező Kft.				
Sorszám	Tétel megnevezése	Tény 2016	Várható 2017	Terv 2018
1	A. Befektetett eszközök	9 396	10 379	12 249
2	I. IMMATERIÁLIS JAVAK	19	459	282
3	II. TÁRGYI ESZKÖZÖK	9 377	9 920	11 967
4	III. BEFEKTETETT PÉNZÜGYI ESZKÖZÖK	0	0	0
5	B. Forgóeszközök	16 346	13 180	12 318
6	I. KÉSZLETEK	0	0	0
7	II. KÖVETELÉSEK	2 440	180	0
8	III. ÉRTÉKPAPÍROK	0	0	0
9	IV. PÉNZESZKÖZÖK	13 906	13 000	12 318
10	C. Aktív időbeli elhatárolások	13 601	33 425	34 500
11	ESZKÖZÖK (AKTÍVÁK) ÖSSZESEN	39 343	56 984	59 067
12	D. Saját tőke	16 954	28 704	37 093
13	I. JEGYZETT TŐKE	3 000	3 000	3 000
14	II. JEGYZETT, DE MÉG BE NEM FIZETETT TŐKE (-)	0	0	0
15	III. TŐKETARTALÉK	0	0	0
16	IV. EREDMÉNYTARTALÉK	-4 282	9 672	21 422
17	V. LEKÖTÖTT TARTALÉK	4 282	4 282	4 282
18	VI. ÉRTÉKELÉSI TARTALÉK	0	0	0
19	VII. ADÓZOTT EREDMÉNY	13 954	11 750	8 389
20	E. Céltartalékok	0	0	0
21	F. Kötelezettségek	20 369	26 430	20 024
22	I. HÁTRASOROLT KÖTELEZETTSÉGEK	0	0	0
23	II. HOSSZÚ LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	0	0	0
24	III. RÖVID LEJÁRATÚ KÖTELEZETTSÉGEK	20 369	26 430	20 024
25	G. Passzív időbeli elhatárolások	2 020	1 850	1 950
26	FORRÁSOK (PASSZÍVÁK) ÖSSZESEN	39 343	56 984	59 067

12.5 Eredményterv

adatok eFt-ban

Fehérvári Programszervező Kft.				
Sorszám	Tétel megnevezése	Tény 2016	Várható 2017	Terv 2018
1	I. ÉRTÉKESÍTÉS NETTÓ ÁRBEVÉTELE	296 814	365 608	397 398
2	II. AKTIVÁLT SAJÁT TELJESÍTMÉNYEK ÉRTÉKE	0	0	0
3	III. EGYÉB BEVÉTELEK	7 960	1 915	500
4	IV. ANYAGJELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	188 414	251 000	280 778
5	V. SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK	89 890	90 300	94 815
6	VI. ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS	3 994	6 698	5 540
7	VII. EGYÉB RÁFORDÍTÁSOK	7 369	6 600	7 500
8	A. ÜZEMI (ÜZLETI) TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE	15 107	12 925	9 265
9	VIII. PÉNZÜGYI MŰVELETEK BEVÉTELEI	40	25	24
10	IX. PÉNZÜGYI MŰVELETEK RÁFORDÍTÁSAI	117	0	0
11	B. PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE	-77	25	24
12	C. ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY	15 030	12 950	9 289
13	X. Adófizetési kötelezettség	1 076	1 200	900
14	D. ADÓZOTT EREDMÉNY	13 954	11 750	8 389

Székesfehérvár, 2017. november 29.


 Juhász Zsófia
 ügyvezető

