Sztuczki marketingowe cz. VI

Krzysztof Dąbrowski

Czy rzetelność kupiecka się opłaca?

Utrzymywana przez firmę w długim okresie czasu na pewno tak. Niestety w krótkiej perspektywie czasowej nie jest to cecha ułatwiająca prowadzenie biznesu. Na konkurencyjnym rynku, na którym wiecznie trwa walka między firmami, ofertami, wyrobami bycie uczciwym i rzetelnym stwarza, zwłaszcza dla początkującej firmy, realną możliwość bankructwa. Niestety pośród dużej ilości firm rzetelnych, które zdobywają rynek nowatorską ofertą, profesjonalną obsługą oraz ogromną pracą i zaangażowanie wszystkich pracowników zdarzają się też i takie firmy i nie jest ich tak mało, które wyłącznie z potrzeby szybkiego zdobycia zysku wybierają drogę na skróty. Wśród nich są też i takie, które nie dość, że nadużywają sztuczek marketingowych to posuwają się do metod i czynów nieuczciwych, które czasami mogą mieć znamiona przestępstwa. Niska konkurencyjność ich oferty w stosunku do propozycji firm rzetelnych niwelowana jest sprytnie zaplanowanymi i szeroko reklamowanymi zapewnieniami o wyśmienitej jakości, ogromnym potencjale wykonawczym, nieograniczonych zdolnościach produkcyjnych i dużych możliwościach finansowych. Gdy wszystkie te nierzetelne zapewnienia nie mają pokrycia w rzeczywistości to są to ewidentne kłamstwa i nadużycia. Są próbą wprowadzenia klienta w błąd. Magia PR działa.

Czy to sztuczka, czy już przestępstwo?

Przykładem nierzetelnego reklamowania swojej „wyśmienitej" jakości jest wystawianie deklaracji zgodności CE na konkretny wyrób bez spełnienia kryteriów wymaganych dla tego typu oznakowania. Firma produkcyjna, która nie prowadzi wymaganej stosownymi przepisami dokumentacji kontroli jakości wyrobu, nie posiada dokumentacji produkcyjnej i technicznej, nie przechowuje jej przez odpowiedni czas, nie powinna tak znakować swoich wyrobów. Pomijam już fakt, że oznaczenia CE można zależć na wyrobach importowanych spoza terenu Unii Europejskiej i znakowania tego dokonuje producent a nie unijny dystrybutor. Niby nic ważnego, bo producent idąc na rękę dystrybutorowi znakuje wyrób w jego imieniu. Tak też może się umówić, tylko kto przechowuje wymaganą przepisami dokumentację. Łatwo jest potem twierdzić, że my jej nie mamy, bo to oni znakowali. Proste i jakie skuteczne. Dla mnie w niektórych przypadkach oznaczenie CE na wyrobie spoza Unii może oznaczać np. China Eksport i tylko tyle. Naganne jest nieuprawnione używanie nazwy, która nie ma pokrycia w rzeczywistości, a rozpowszechnianie tego w formie reklamy jest świadomym kłamstwem. Informowanie o tym, że firma ma wdrożony systemu zarządzania jakością zgodny z normą ISO 9000 bez podawania zakresu działalności jaki obejmuje ten certyfikat też jest mocno podejrzane. Niejednokrotnie jest to system, który wdrożono w firmie w minimalnym i ograniczonym zakresie i dotyczy on np. produkcji jednego wyrobu i nie obejmuje np. prac projektowych. Jest to dokładnie opisane w treści certyfikatu, ale jest to sprytnie pomijane, gdyż taka prawda szkodzi wizerunkowi firmy. W takim przypadku sugerowanie w reklamie, że firma posiada certyfikat ISO na całą działalność jest nieuczciwe. Kolejna sztuczka, która może jest mało szkodliwa, ale obrazuje fakt, że firma nie pilnuje i nie nadzoruje spraw związanych z certyfikacją jest okazywanie klientowi przeterminowanych certyfikatów i atestów uzyskanych na konkretne urządzenie lub na system zarządzania jakością. Według obecnie obowiązujących przepisów każde akredytowane laboratorium certyfikujące określa w wystawianym certyfikacie termin ważności atestu. Oczywiście przedłużenie ważności wiąże się z dodatkowymi opłatami, więc by było taniej, a równie skutecznie trzeba zastosować sztuczkę, którą będzie pokazanie certyfikatu z przekroczonym terminem ważności bez pokazania daty albo z datą „poprawioną" na kopii certyfikatu na aktualną. Ten drugi „zabieg" jest niezgodny z prawem, ale … któż w Polsce sprawdza takie drobiazgi. Czasem warto zaryzykować, zwłaszcza gdy paragrafy przetargowe wymagają okazania atestów a aktualnie przez nas posiadane nie są ważne. Czy ktokolwiek z komisji przetargowych sprawdza zgodność okazywanych kopii z oryginałem? Kilka lat temu w okresie, gdy gospodarka była schładzana i wiele firm było na granicy bankructwa masowo okazywano w dokumentacji przetargowej zaświadczenia z urzędów o nie zaleganiu z płatnościami. Analizując stan gospodarki po treści ww. zaświadczeń można byłoby stwierdzić, że ówczesnego kryzysu w ogóle nie było. Niektóre firmy dla potrzeb okazania „dobrego" zaświadczenia z banku miały specjalnie dla tego celu tworzone konta. Jak konkurować z taką firmą, która wiedząc, że bankrutuje zaniża cenę i przedstawia sfabrykowane zaświadczenia? Ona musi wygrać za wszelką cenę i nie ważne jakimi środkami. Widmo bankructwa rozgrzesza każdą nierzetelność lub nieuczciwość. Czy faktycznie rozgrzesza?

Niestety akceptujemy piractwo

Kolejnym przykładem nieuczciwej konkurencji jest używanie przez firmę nielegalnego oprogramowania. Zakup legalnych kopii programów informatycznych pochłania znaczne środki finansowe, co zwiększa koszty funkcjonowania firmy, a tym samym zmniejsza jej konkurencyjność. W Polsce mamy totalny brak przepisów finansowo-prawnych określających konsekwencje stosowania w działalności gospodarczej i nie tylko nielegalnego oprogramowania. Zachęca to do masowego korzystania z darmowych wersji pirackich. Efekty uzyskane z użycia nielegalnego oprogramowania są przez przeciętnego Polaka traktowane jako legalne, mimo że obowiązujące prawo stanowi inaczej. Wszelkiego rodzaju opracowania, zestawienia, projekty, kosztorysy, tabele, statystyki powstałe z użyciem nielegalnego oprogramowania są traktowane jak wyroby pełnowartościowe, dopuszczone do stosowania i użytkowania i nie są odrzucane jako powstałe z naruszeniem obowiązującego prawa. Ze szkodą dla rzetelnych firm takie produkty są akceptowane jako załączniki dokumentacji technicznej, przetargowej, projektowej itp. Pomijam drobny fakt, że wiele firm w Polsce pracuje na pirackiej kopii Windows i Office. Ponieważ jest to bezkarne, dlatego jest masowo stosowane. Nie mamy opracowanych żadnych procedur, wg których można byłoby wykluczyć z rynku firmy niesolidne. Nie ma wdrożonych procedur, które obligowałyby do udowodnienia, że dane prace były wykonane z użyciem legalnego oprogramowania. Uczciwe firmy ponoszą olbrzymie wydatki związane z utrzymaniem legalnych wersji oprogramowania, co znacząco wpływa na ich rentowność i dlatego często przegrywają z firmami, które nie wydały na ten cel ani złotówki. Oczywiście takie postępowanie znakomicie zwiększa konkurencyjność nierzetelnej firmy, a znikome możliwości wykrycia tego przestępstwa sprawia, że piractwo staje się w biznesie masowo stosowanym procederem. Społeczne przyzwolenie na piractwo w zakresie programów informatycznych, gier komputerowych, muzyki i filmów na płytach CD i DVD przenosi się także na stosunki biznesowe. Lekką ręką korzystamy z możliwości oprogramowania, które kosztuje 20 tys. dolarów. Korzystamy, bo jest nam przydatne, a to że jest kradzione to nie ma znaczenia - wszyscy tak robią. W większości wypadków inwestorzy akceptują projekty, wizualizacje, obliczenia, kosztorysy, prezentacje wykonane za pomocą pirackich kopii oprogramowania.

Branżowe targi … kulinarne

Niepokojący jest nowy sposób wprowadzania na rynek nowości technicznych przy pomocy bankietów, wyjazdów sponsorowanych i wszelkiego rodzaju imprez koleżeńskich, które tylko w nazwie mają słowo szkolenie lub seminarium. Nie od dziś wiadomo, że droga do serca mężczyzny wiedzie przez jego żołądek, a że branża energetyczna płcią męską stoi to PR szybko podsunął sposób na zdobycie przychylności klienta. Realizacja pomysłu osiągnęła już taki stan, że na energetyczne targi branżowe producenci zabierają zamiast swoich wyrobów garkuchnie, lodówki, barki z napojami i … kucharzy, którzy serwują wymyślne dania. Ekspozycję targową stanowi sala biesiadna. Rozumiem, że w dobie Internetu gdzie oferta firmy jest dostępna jak na talerzu na stronie www na targi można zabrać inne talerze. Jest jednak małe ale. W moich poprzednich pięciu artykułach z tej serii udowodniłem, co można zrobić z ofertą firmy stosując sztuczki marketingowe. Jak można wyczarować jakość, niezawodność, nowoczesny design. Do tej pory jedynie targi dawały możliwość realnego porównania wytworów świata wirtualnego z wyrobami świata realnego. Niestety wszechobecny marketing sprawił, że targi stają się okazją pokazania przysmaków kuchni regionu, w którym ma siedzibę producent. Jest też i kolejny krok tej sztuczki. Producent zaprasza do siebie klienta na szkolenie. Tylko, dlaczego musi być ono zorganizowane akurat w zamkach nad Loarą. Czyżby w Polsce nie było dobrych sal konferencyjnych. Są, ale na takim sponsorowanym w całości wyjeździe można pokazać całą firmę producenta. Jego nowoczesny park maszynowy, budynki itd. Tłumaczenie logiczne, ale pytam, czy do tego celu nie jest dobry Internet. Co sprawia, że do pokazania wyrobów strona www jest odpowiednia, a na pokazanie siedziby producenta już nie? Prawda, że ciekawe pytanie? Odpowiedz jest prosta i oczywista. Szukamy oligarchów gdzieś na górze, a dół jaki jest, każdy widzi. Wystarczy pojechać na targi. Jeden z moich znajomych na pytanie, czy wygrał przetarg odpowiedział: nie, nie mam zamków nad Loarą. Bardzo techniczny powód.

Co warto wiedzieć?

Tym razem na to pytanie proszę odpowiedzieć sobie samemu. Wiem jedno, że są firmy, które wydają ogromne pieniądze organizując seminaria, pokazy i szkolenia, na których kładzie się nacisk na edukację klienta, na pokazanie swoich nowości, na rzetelne zaznajomienie rynku ze swoją ofertą, na porównanie jej z ofertą konkurencji. Niestety firmy te nie są masowo odwiedzane na targach, bo lepiej jest najeść się za darmo u tych, co przywieźli na targi energetyczne grilowane mięsko i zimne piwko niż chodzić na głodniaka i szukać nowości. Po co się wysilać, ciemny lud i tak każdy projekt kupi. Myślę, że odpowiedź na to pytanie jest próbą naszej osobistej uczciwości. Warto czasami sprawdzić ofertę i u tych rzetelnych firm. Warto, bo poznając jej wartość techniczną możemy wybrać ofertę bardziej rzetelną i pewną. W życiu bywają sytuacje, gdy zawala się dach lub pożar trawi pół fabryki i prokurator zaczyna szukać winnych. Wtedy weryfikowana jest nasza wiedza techniczna, profesjonalizm projektu i poprawność jego wykonania, a nie to, że wiemy, co serwują w …. lub ile lat mają zamki w …. Wtedy naprawdę nie ważne jest gdzie, ale jak.