

1. Tárgyévben végzett alapcél szerinti tevékenységek bemutatása

A POPAI Magyarország Egyesület, összhangban a chicagói központ és a POPAI Global célkitűzéseivel az eladáshelyi marketing iparág minden szereplőjének platformot kíván nyújtani az alábbi területeken

- edukáció (oktatás, képzés, utánpótlás nevelés, tehetséggondozás, továbbképzés)
- nemzetközi trendek bemutatása, ismeretek megosztása
- kutatás, hatékonyságmérés
- ismeretterjesztés (nemzetközi innovációk megismerése, hazai újdonságok megismertetése)
- az iparág elfogadottságának, ismertségének és presztizsének növelése (konferenciák, előadások, társ szervezetek, POPAI Awards)
- szakmai kapcsolatok kiépítése, networking, tapasztalatcsere

Konkréten 2012-ben az alábbi tevékenységeket folytatta az Egyesület a felsorolt célok elérése érdekében, mindezeket a közhasznúság szellemében:

2011. 09. 15. – 2012. 06. 30. Trade marketing szakszeminárium vezetése, szakmai gyakorlat segítése, záródolgozatok folyamatos konzultációja, záróvizsga bizottsági tag (Kátai Ildikó) a Corvinus Egyetemen - edukáció
2012. 02. 05-08. Közreműködés és POPAI Mesterkurzus a Hungexpon, a Foodapest keretében szervezett Future Store kapcsán a POP jelenéről és jövőjéről, előadó: Neff Nikolett (POS Media) - ismeretterjesztés
2012. 02. 16. Társzervező a „Szerelmem a Trade marketing” konferencián, külföldi POPAI előadók (Massimo Volpe, Alessandro Carnicella, Marek Szymczak) biztosítása - nemzetköziség
2012. 03. 05. Részvétel a Trade magazin: Év promóciója verseny zsűrijében – iparági elfogadottság
2012. 03. 08. Nyílt POPAI találkozó, előadó Dr. Réti István (ET Research) cím *Kvantum marketing, avagy ha hangsebesség felett akarunk repülni, át kell alakítanunk a marketingünk „sárkánytestét”* – ismeretterjesztés
2012. 03. 27-30. Európai POPAI vezetői találkozó és MPV kiállítás Párizs - nemzetköziség
2012. 04. 12. Promócióverseny szakmai napon előadás keretében beszámoló a párizsi POP szakmai kiállításról, előadó Kátai Ildikó- nemzetköziség.
Díjátadón POPAI különdíj átadása - iparági elfogadottság.
2012. 05. 11. STI Petőfi Nyomda (Kecskemét) Szakmai Napján előadás Kátai Ildikó cím *Nemzetközi POP, Marketing at Retail trendek* - ismeretterjesztés
2012. 05. 17. Nyílt POPAI találkozó, előadó Dr. Nádasi Katalin (Corvinus Egyetem, cím *Hogyan növeli a marketing a vállalat értékét? Amiről minden marketingesnek tudnia kell(ene)...* - edukáció
2012. 05. 18. POPAI Akadémia POP rejtelmek 1. tréning (POS Almási) - edukáció
2012. 06. 14. Nyílt POPAI találkozó, előadó Görög Ibolya, cím *Ízelítő a protokollból*- edukáció
2012. 09. 13. Nyílt POPAI találkozó, előadó Veres-Szentkirályi András (BME), cím *Web, biztonság, hackerek*- edukáció
2012. 09 26-28. POPAI Awards verseny kiállítása és zsűrizése, Business Days Tapolca – iparági elfogadottság
2012. 10. 04-05. POPAI Europe vezetőségi találkozó Budapesten, Tesco, CBA boltlátogatás, Zwack üzemlátogatás, szakmai megbeszélés, magyar POP gyártók (OSG, Flyvision, ET Research) bemutatkozása - nemzetköziség
2012. 11. 08. POPAI találkozó, POPAI Awards ünnepélyes Díjkiosztó – iparági elfogadottság

8. Kiegészítő melléklet

8.1. Az üzleti évben végzett főbb tevékenységek és programok bemutatása

Háttér:

A POPAI 1936-ban, az USA-ban alakult szervezet a vásárláshelyi marketing-kommunikáció, az eladáshelyi tevékenységek hatékonyságának megértése, növelése, az iparág fejlesztése, a Marketing at Retail szakemberek és az utánpótlás képzése érdekében munkálkodik. A chicagói központú szervezet 19 irodával, 45 országot képviselve, több mint 1700 taggal működik világszerte.

A POPAI Magyarország Egyesület non-profit közhasznú szervezetként 2003 óta munkálkodik hazánkban. Fő célja olyan működő iparági platform létrehozása, ahol a Marketing at Retail szakma minden szereplője, a kereskedelem, márkagyártás, POP tervezés és gyártás, ügynökségek, egyéb szolgáltatások, piackutatás és kapcsolódó média valós, építő párbeszédet folytat.

POPAI Awards POP verseny

A POP verseny a POPAI Awards nemzeti versenyek sorozatába illeszkedve a POP szakma hazai ismertségének és elismertségének növelését tűzte ki céljává.

2012-ben már harmadik alkalommal került meghirdetésre hazánkban a POPAI Awards POP verseny, az eladáshelyi eszközök, installációk, displayek seregszempléje. A versenybe benevezhetett minden Magyarországon bejegyzett székhellyel rendelkező POP eszköz tervező, gyártó, kivitelező, ügynökség, szolgáltató, POPAI tagságtól függetlenül.

A pályaművek kiállítása és zsűrizése a Business Days 3 napos konferencia keretében történt Tapolcán, szeptember 26-28 között, a Hotel Pelion különtermében. Összhatás és hatékonyság, technikai koncepció és kivitelezés, eredetiség és innováció szempontból 1-től 5-ig kaptak osztályzatokat a kiállított eszközök.

A verseny támogatója a Nagel-Group és az In-Store Team Kft.

A győztesek indulhatnak a POPAI Global Awards nemzetközi viadalán a GlobalShop kiállításon Chicagóban, ahova kizárólag a nemzeti versenyek győztes helyezettjei kapnak meghívást.

2012 november 8-án a BKIK szilvماغ termében, a Trade Marketing Klub évzáró eseményének keretében rendezték meg a harmadik magyar POPAI Awards POP verseny eredményhirdetését és ünnepélyes díjkiosztóját, melynek keretében három kategória helyezettjei és a Nagel különdíjasa kapta meg méltó elismerését.

A trófeát és az oklevelet Csiby Ágnes és Hermann Zsuzsanna, a POPAI Magyarország Egyesület elnöke és elnökségi tagja adta át.

A verseny fő támogatója, a Nagel Hungaria Kft. különdíját - oklevelet, ajándék csomagot és óriás pezsgőt -, Garai Zsuzsanna nemzetközi üzletágvezető és Tóth Barna kereskedelmi vezető adta át.

A díjazottak kategóriák szerint:

Év Displaye és „Nem tartós” kategória győztes

Knoppers display – OSG Form Kft.

„Nem tartós” kategória második helyezett

Pritt sziget – IS Innovative Solutions Kft.

„Nem tartós” kategória harmadik helyezett

Strongbow display – IS Innovative Solutions Kft.

„Kis méretű” kategória győztes

Fly berendezés - Flyvision Kft.

„Kis méretű” kategória második helyezett

Soproni pult display - BÉFLEX Solutions Kft.

„Kis méretű” kategória harmadik helyezett

Visibility polcél – IS Innovative Solutions Kft.

„Tartós” kategória győztes
Toni&Guy display - Unilever Magyarország Kft.
 „Tartós” kategória második helyezett
Levitációs berendezés - Flyvision Kft.
 „Tartós” kategória harmadik helyezett
Olimpiai totem -CO-OP Hungary Zrt.

Nagel különdíjas
SPAR FRISS HÚS Egyenesen a húsüzemünkből! attrap - D’Arcy Avenue Reklámügynökség Kft.

Trade marketing kurzus a BCE-n

2005, 2007, 2009, 2011 évi kezdéssel immár 4 trade marketing szakszemináriumot vezetett le a POPAI Magyarország Egyesület. A kurzus célja, hogy betekintést nyújtson a marketing egyik legfiatalabb, ugyanakkor leggyorsabban, legdinamikusabban fejlődő területére, a trade marketingbe.

Neves vállalati szakemberek adják át elméleti tudásukat és gyakorlati tapasztalataikat a kurzus során.

A kurzus fő témái:

- A trade marketing kialakulása
- A trade marketing lehetséges funkciói a különböző vállalati fejlődési szakaszokban
- A trade marketing helye a vállalati szervezetben
- Mit csinál egy trade marketinges?
- A hatékony trade marketing promóció
- Esemény marketing
- A kategóriamenedzsment célja, lépései, felhasználási területei
- Kategóriamenedzsment a gyakorlatban
- A fogyasztói marketingtől eltérő kommunikációs eszközök és azok hatása az értékesítésre, kapcsolata a márka marketing eszközökkel
- A piackutatás szerepe a trade marketingben
- Milyen adatokra támaszkodhat a trade marketinges?
- Milyen információkat nyerhet a trade marketinges az elemzésekből?

A 2011-12-es kurzuson 8 diák végzett, többségük szakmai gyakorlatát POPAI tagvállalatnál vagy

NÉV	Gyakorlat	Cím, Téma	Külső konzulens
Gulyás Mónika	Spar	Hűségmánia A Dzsungelmánia hűségpromóció elemzése a SPAR-nál	Pál Kinga
Horváth Anna	Brüsszel, SME Union	Világ bajnok display születik, avagy a Nestlé-Béflex sikeres vevőkapcsolatának elemzése	Varga Kornélia
Lilli Nóra	GfK	In-Store Wars, avagy egy impulzus kategória bolton belüli kommunikációja a hipermarketben	Dörnyei Otília

kapcsolódó szervezetnél töltötte és dolgozati témáját is innen merítette. Konzulens: Kátai Ildikó

NEV	Gyakorlat	Cím, Téma	Külső konzulens
Fodor Anna Barbara	Goodman, Energin	Egy érett piac kapui, avagy a HRpoint Kft. Marketingstratégiája	Dr. Marik Ágnes
Horti Dávid	Spar	Összedől a kártyavár? A vásárlói lojalitás növelése a Supershop törzsvásárlói kártyával a Spar Mao. Ker. Kft-nél	Barta Mónika
Makádi Rita	Szinapszis	POS/POP eszközök a hazai hipermarketekben Vajon megéri? Béflex	Varga Kornélia
Orosz Ádám	Origo	Okosmarketing - hazánk útja a mobilmarketing kitaposott ösvényén	Kozári István
Szekeres Szabina	Henkel	Syoss, a megamárka hódító útja Magyarországon Célcsoport meghatározás, termékpozicionálás bemutatása	Sípos Zsuzsa

POPAI Akadémia POP rejtelmek tréning

2012. május 18. POS Almási Kft tárgyalótermében 13 fő részvételével került megrendezésre ez az 1 napos tréning.

A tréning rövid leírása, tartalma:

POP rejtelmek – Mit mivel és hogyan?

A tréning, amely nem csak az ismereteit növeli, hanem profitot is hozhat a cégének

A reklámanyag gyártás, marketingtechnológia kulisszatitkai vezet be a marketing, beszerzés, POP területén dolgozókat ez a tréning. A szakma kiválóságai osztják meg elméleti és gyakorlati ismereteiket a nyomdatechnika, nyomtatási sajátosságok, anyagismeret, display tervezés, gyártás, kihelyezés, design, briefing, ütemezés témájában a tartós, féltartós és ideiglenesen kihelyezhető, eladátserkentő eszközökre vonatkoztatva.

A kurzus érdekessége a vezetett üzemlátogatás, amely során a résztvevők a gyakorlatban, a való életben is megismerkednek a gyártási folyamatokkal, eljárásokkal, sajátosságokkal.

8.30-9h Érkezés, Kávészünet

9-9.30 h A márka, a fogyasztó és a vásárló

Kátai Ildikó

9.30-10.20h A vásárlási döntés tényezői

Réti István

10.20-10.30h Technikai és kávéészünet

10.30-11.20h Nyomtatás és papír

Fekete Anikó

11.20-11.50h Mit nézzünk, hogy lássunk is?

Gyulai Zoltán

11.50-12.40h Displayek és gyártási specifikumok

Bognár Gergely

12.40-14,30h Ebéd, gyárlátogatás, kávé

POS Almás

14.30-15.20h Tartós eszközök és technológiák

Jung Andrea

15.20-15.30h Technikai és kávéészünet

15.30-16.40h Speciális anyagok, kisszéria

Varga Kornélia

Design, Tervezés, együttműködés

Szabó László

Kiscsoportos feladat

16.40-17h Lezárás, kiértékelés, értékelő lap

Kátai Ildikó

POPAI Mesterkurzus

Havi Mesterkurzus összejöveteleinken egy-egy speciális problémát járunk körbe. Mesterkurzusunk általában zárt, meghívásos alapon működő (legelső sorban csak a tagoknak elérhető) fórum, amely minden hónapban újabb témával és nézőpottal állítja szembe a résztvevőket, konstruktív, de mindenképp tanulságos beszélgetés, vita keretében. A dolog különlegessége, hogy kereskedő, márkagyártó, piackutató, szolgáltató, POP tervező, gyártó, akik ezen résztvesznek, mind különböző tapasztalattal, nézőpottal, tudással rendelkeznek és többnyire elszigetelten hordoznak magukban; itt azonban érdekes felvetések kapcsán ezek kikerülnek az asztalra és a résztvevők mindegyike számára újdonságot, érdekességet, ötletet szolgáltatnak!

Időről időre nyílt Mesterkurzust hírdetünk azzal a céllal hogy új tagokat vonzunk be Egyesületünkbe, felkeltsük tevékenységünk iránt a szakma képviselőinek újabb és újabb körét.

2012 Akadémikus év, az előadások az elméleti háttér, a publikációk, az egyetemi kutatások témáival foglalkoznak:

POP AI MESTERKURZUS TÉMÁK ÉS MÁRS PROGRAMOK 2012

Mester Kurzus téma / Esemény	Meghívott előadó	felelős	időpont	helyszín
Foodapest - Future Store		Kátai I.	február 5-8.	Hungexpo
POP AI olasz sikertörténet, fórumbeszélgetés	Massimo Volpe	Csiby Á.	15.febr.	BKIK 7.em
Trade Marketing Klub - POPAI konferencia	POP AI külföldi ea.: Massimo Volpe, Alessandro Camicella, Marek Szymczak	Csiby Á., Hermann Zs., Kátai I.	16.febr.	BKIK 6.em
Részvétel az Év Promóciója verseny zsűrijében		Hermann Zs.	05.márc	BKIK 7.em
Kvantum marketing, avagy ha hangsebesség felett akarunk repülni, át kell alakítanunk a marketingünk „sarkánytestét” <i>Nyílt alkalom!</i>	Dr. Réti István	Kátai I.	08.márc	BKIK 7.em
Promócióverseny napja, konferencia, POPAI előadás: Beszámoló a párizsi kiállításról, POPAI különdíj átadása	hazai POPAI előadó	Hermann Zs.	12.ápr	BKIK
Hogyan növeli a marketing a vállalat értékét? Amiről minden marketingesnek tudnia kell(ene)...	Dr. Nádasi Katalin	Kátai I.	17.máj	Corvinus
Észlelő a protokollból	Görög Ibolya	Csiby Á.	14.jún	
Web, biztonság, hackerek	Veres-Szentkirályi András	Csiby Á.	13.szept	BME?
POP AI Awards POP verseny kiállítás és zsűrzés	Mindenki	Kátai I.	26-28. Szept	Tapolca
Hoventa, Ergonómia, viselkedéstan. <i>Nyílt alkalom!</i>	Prof. Izsó Lajos	Réti I.	18.okt	Hungexpo
Fogyasztói magatartás trendek 2013.	Dr. Töröcsik Mária	Hermann Zs.	22.nov	
További programok / Tartalék témák				
Nyílt alkalom	Sas István	Hermann Zs.		
Jövő évi témák és időpontok megbeszélése		Csiby Á.		
Alap tréning tavaszi		Kátai I.		18.máj
Haladó tréning tavaszi, őszi		Kátai I.		nov.
Shopper Marketing tréning		Kátai I.		25.okt

Európai POPAI vezetői találkozó 2012. október 4-5.

2012 október 4-5-én Budapesten találkoztak a POPAI (a Marketing at Retail iparág chicagói központú világszervezete) európai képviselői. A két nap folyamán a magyar szervezet több tagjával és munkásságával találkoztak. Programjuk boltlátogatást, Zwack látogatói központ bejárást sőt romkocsmá túrát is tartalmazott.

A POPAI (Point of Purchase Association International) minden kontinensen képviselteti magát, iparági platformot nyújtva a Marketing at Retail, Shopper Marketing, instore, POP szektor résztvevőinek. A szervezet az oktatás, kutatás, innováció, kommunikáció területén nyújt nemzetközi háttérrel a helyi szervezeteknek. Az európai szervezetek szorosabb együttműködése érdekében évente kétszer szerveznek találkozót az érintett képviselők. A világtalálkozó pedig általában márciusban kerül megrendezésre.

Október 4-5-én Budapesten gyűlt össze 17 ország 10 képviselője. Ez úgy lehetséges, hogy egy szervezet vagy POPAI berkekben chapter több országot fog össze, például a POPAI Benelux Belgium, Hollandia és Luxemburg hármasát, POPAI DACH Németország, Ausztria és Svájc hármasát és így tovább. A találkozót megtisztelte jelenlétével a POPAI Észak-Amerika (USA és Kanada) elnöke, Michael Heneghan is.

Boltlátogatás extrákkal

Csütörtök kora délután gyülekeztek a találkozó résztvevői a buszos túrára, ahol nyomban kezükbe kaptak egy rövid, Nielsen adatokat is tartalmazó összefoglalót Magyarországról, a kereskedelem szerkezetéről és a láncok sorrendjéről.

Az első állomás a Váci úti TescoExtra volt, ahol a delegációt Hódi József áruházigazgató vezette végig a nemrégiben megújult hipermarket főbb osztályain, kiemelve a TescoExtra sajátosságait, a belépő impulz zónát, az elektronikai osztály és a szolgáltató részek sajátosságait, a friss utca látványosságait, a ruházati részleg megújult dizájnját és az önkiszolgáló kasszaszigetet is. A

POPAL HUNGARY

NEXT STOP: HUNGARIAN RETAIL



While London may have played host to the 2012 Olympics that's nothing compared to the effort that POPAI Hungary put forth in planning the most recent POPAI European Chapter Meeting in Budapest.

Az Allée bevásárlóközpont akár Németországban is lehetne – vélték a túra résztvevői, akiket a Spar részéről Fehér István kommunikációs igazgató fogadott és vezetett körbe az Interspar regáljai között. A résztvevőket lenyűgözte az áruválaszték, a kereszt-merchandising megoldások ötletessége, a saját és márkázott termékek POP támogatása, a mobiltelefonnal való fizetés lehetősége.

Zwack kulisszatitkok

A Zwack Unicum eddig nem sokat jelentett a delegáció tagjainak, de a család történetét bemutató film megnézése, a VIP múzeum és pincelátogatás, a frissen csapolt Unicum és Unicum Szilva kóstolása után örökre szívükbe zárták ezt a márkát. Gulyás Csaba vezetésével pedig exkluzív betekintést nyerhettek az Unicum összetevőinek, készítésének titkaiba az exkluzív Bitter Kurzus keretében.

Romkocsmák közelről

A Spoon hajón tálalt, kortárs magyar ételeket és hozzájuk illő magyar borkülönlegességeket felvonultató vacsora után Benedek László, a Heineken kereskedelmi igazgatója vezette be a csoportot a magyar HORECA élet sajátos világába, a romkocsmák és top szórakozóhelyek zajos forgatagába.

Nemzetköziség és innováció

Pénteken a hivatalos menetrend előtt a POPAI Magyarország Egyesület legújabb tagja, a Flyvision Kft mutatta be röviden a POP területen rendkívül új, világszabadalommal védett találmányát a Levitációs berendezést, amelyben szinte bármilyen valós terméket – a mobiltelefontól a borosüvegig – be tudnak mutatni, nagy vásárlói és POPAI vezetői érdeklődést generálva.

A tevékenységek és aktuális teendők áttekintése során kiderült, hogy minden szervezet az együttműködés, nemzetközi tapasztalat és tudásmegosztás valamint az innováció területére fókuszál leginkább.

delegáció tagjai minden kérdésükre választ kaptak. Többen kiemelték a Tesco saját instore kommunikációs anyagainak és saját márkás termékei promótálásának magas színvonalát, de hiányolták a márkás termékek hasonló arányú támogatását. A Déli ABC-ben Széchy Zoltán áruházvezető a nagy vásárlószámot kezelő, sajátos elhelyezkedésű szupermarket koncepciójába nyújtott betekintést. A látogatóknak nagyon tetszett a pékáru választék és az úton levő vásárlók igényeit messzemenően figyelembe vevő alkoholmentes ital impulz kihelyezések változatos megoldásai is. A borok igényes, fa állványokon való megjelenítése többeket vásárlásra ösztönzött.

Ebéd előtt Csíkné dr. Kovács Klára, a magyar POPAI tiszteletbeli tagja, a Global POPAI Awards nemzetközi zsűrijének tagja, a Sörszövetség elnöke köszöntötte a megjelenteket.

Ebéd után pedig a vásárláshelyi szemkamerás és érzelem mérések szakértője, az ET Research mutatkozott be a nemzetközi csapat előtt.

Bár a tervezett zárás 15 óra volt, a csoport még 18 órakor is folytatta a megbeszélést. Többen a hétvégére is Budapesten maradtak, kihasználva a szép idő és a város nyújtotta lehetőségeket.