

14

Marketing

El objetivo del capítulo titulado “Marketing” no es dedicarnos a todos aspectos del conjunto de sus actividades, tampoco a todos sus objetivos. Nos concentramos en aquellos que tienen alguna relación con el tema del manual – la correspondencia comercial.

En el primer subcapítulo encuentran una de las actividades básicas del marketing que representa el estudio del mercado, su investigación. Conseguir buenos informes del mercado pertenece a sus fines fundamentales.

El objeto de las cartas de solicitud de información es obligar al destinatario a darnos la información requerida con el máximo de detalles. Resulta bastante corriente que se solicite la información por medio de un cuestionario; en tal caso, bastará simplemente con que se escriba una carta explicativa.

El siguiente subcapítulo se ocupa de la actividad que se suele considerar la más importante del marketing – la publicidad.

■ Investigación del mercado

Estimados señores:

Estamos muy interesados en investigar las posibilidades de venta de las mercancías que producimos.

¿Podrían ustedes mencionarnos una o más agencias que se encarguen de investigación de mercado en ...? ¿Cuál recomiendan ustedes?

Les rogamos que nos informen para qué firmas, internacionalmente conocidas, las agencias potenciales ya han realizado investigaciones de mercado en ...

En espera de su respuesta afirmativa les saludamos cordialmente.

* * *

Estimados señores:

Les agradecemos su carta del ... en la que nos informan que están dispuestos a realizar una investigación de mercado en ... por nuestra cuenta.

Les rogamos nos den respuestas a las siguientes preguntas:

- *¿A cuánto ascenderán los gastos?*
- *¿Podrían ustedes también hacerse cargo de una investigación correspondiente en la vecina región de ...?*

14

Marketing

Cílem kapitoly nazvané Marketing není věnovat se všem aspektům celého souboru jeho činností ani všem jeho cílům. Soustředíme se na ty stránky, které mají nějaký vztah k tématu této knihy.

V první podkapitole naleznete jednu ze zásadních aktivit marketingu, kterou představuje průzkum trhu. Získat dobré informace o trhu patří k základním cílům.

V rámci průzkumu trhu věnujeme pozornost informacím o trhu a dopisům, které se k nim vztahují.

Cílem žádostí o informace je přimět adresáta, aby nám dal žádané informace s maximem detailů. Osvědčil se způsob žádostí o informace pomocí dotazníků, které jsou dnes běžné. V tomto případě zcela postačuje napsat průvodní vysvětlující dopis.

Druhá podkapitola se zabývá dopisy věnovanými činnosti, která se obvykle pokládá v marketingu za nejdůležitější – reklamě.

■ Průzkum trhu

Vážení pánové,

máme velký zájem o průzkum možností prodeje zboží, které vyrábíme.

Mohli byste uvést jednu nebo více agentur, které se zabývají průzkumem trhu v ...? Kterou nám doporučujete?

Prosíme Vás, abyste nás informovali, pro které mezinárodně známé firmy jste již uskutečnili průzkumy trhu.

Čekáme na Vaši odpověď.

Se srdečným pozdravem

* * *

Vážení pánové,

děkujeme za Váš dopis z ..., ve kterém nás informujete, že jste schopni uskutečnit na náš účet průzkum trhu v ... (místo).

Prosíme o zodpovězení následujících dotazů:

- *Sdělte nám výši Vašich výdajů.*
- *Mohli byste se zabývat i příslušným průzkumem v sousedním regionu?*

- *¿Cuáles serían las firmas con quienes concurriríamos en el mercado?*
- *¿Pueden ustedes hacer su informe en idioma ...?*
- *¿Qué tiempo necesitan ustedes para hacer un informe completo?*

A la espera de sus noticias, les saludamos muy atentamente.

■ Respuestas

Estimados señores:

En respuesta a su carta del ... ppdo. les informamos:

Adjunto les enviamos una lista de cinco empresas que podrían encargarse de la investigación de mercado en ..., que ustedes desean.

En ... les recomendamos plenamente la agencia ... cuya forma de trabajar conocemos.

Les informamos que la agencia recomendada tenía como clientes a las siguientes firmas internacionalmente conocidas: ...

Esperando que estén conformes con nuestra contestación les enviamos cordiales saludos.

Anexo: lista de empresas

* * *

Estimados señores:

Agradecemos su atenta del día ... Con placer les concederemos las informaciones solicitadas en su carta:

Si no surgen dificultades especiales, los gastos ascenderán a ...

Sentimos tener que informarles que no tenemos ninguna relación en la vecina región de ...

En el mercado de sus productos hay una fuerte competencia. Sin embargo, como sus productos tienen un magnífico aspecto, las expectativas de ventas son buenas.

Lamentablemente, no estamos en condiciones de presentarles el informe en ... Sólo podemos redactarlo en ...

Para suministrarles un informe minucioso necesitamos unos /unas ... (días, semanas, meses).

Estamos dispuestos a realizar la investigación de mercado en ... y les agradeceríamos la orden correspondiente.

Esperamos cumplirla a su entera satisfacción.

Nos complacerán sus prontas noticias.

Atentamente,

- ° Sdělte nám jména firem, s nimiž budeme spolupracovat na trhu.
- ° Můžete vypracovat svou zprávu v ... jazyce?
- ° Kolik času potřebujete na vypracování kompletní zprávy?

Čekáme na Vaše zprávy.

S pozdravem

■ Odpovědi

Vážení pánové,

odpovídáme na Váš dopis ze dne ... m. m. a sdělujeme tyto informace:

Přílohou zasiláme seznam pěti firem, které by se mohly zabývat průzkumem trhu v ..., který Vás zajímá.

V ... (místo) Vám můžeme vřele doporučit agenturu ..., protože známe způsoby její práce.

Agentura, kterou doporučujeme, měla za klienty tyto mezinárodně známé firmy: ...

Doufáme, že budete spokojeni s naší odpovědí.

Se srdečným pozdravem

Příloha: seznam firem

* * *

Vážení pánové,

děkujeme Vám za dopis ze dne ...

Rádi Vám sdělujeme informace, o které jste žádali.

Nevyškytnou-li se mimořádné potíže, výdaje dosáhnou výše ...

S lítostí Vám oznamujeme, že nemáme žádné styky se sousedním krajem.

Na trhu s Vašimi výrobky je silná konkurence. Vaše výrobky však skvěle vypadají a mají dobré vyhlídky odbytu.

Mrzí nás, že Vám nemůžeme předložit zprávu v ... Můžeme ji vypracovat v ... (jazyk).

Pro zaslání podrobné zprávy potřebujeme ... (dnů, týdnů, měsíců).

Jsmo připraveni uskutečnit průzkum trhu v ... a byli bychom vděční za zadání zakázky, kterou vyřídíme k Vaší plné spokojenosti.

Očekáváme Vaše zprávy co nejdříve.

S pozdravem

■ Investigación orientada al producto

Estimados señores:

Por lo que nos consta, están bien establecidos en su mercado, en la línea de productos en la que nos especializamos también nosotros, unos productos de nuestros competidores.

Les quedaríamos muy agradecidos nos mandaran algunas informaciones básicas sobre las actividades de nuestros competidores. Especialmente nos interesan los siguientes aspectos:

- la técnica y estrategia de venta*
- la red comercial*
- las condiciones de venta y de entrega.*

Desearíamos conocer más informaciones, todos los datos accesibles sobre dicho producto también.

Atentos saludos,

* * *

Estimados señores:

Les pedimos un informe detallado sobre las actividades de la competencia en el mercado mejicano.

Sabemos que la competencia trata de introducirse en el mercado y conseguir clientes en las regiones situadas cerca del D. F.

Quisiéramos impedir que nos desplace del mercado y nos quite los clientes.

Por lo tanto, es necesario que sigamos las actividades de este competidor.

Rogamos nos manden su informe al respecto antes del ...

Muy atentamente,

■ Carta de solicitud de informaciones destinada a la Cámara de Comercio de ...

Estimados señores:

Somos productores de objetos del consumo personal para los minusválidos. Abastecemos nuestro mercado pero quisiéramos convertirnos en exportadores de esta mercancía tan solicitada en el mercado.

Nos preparamos para ampliar nuestras operaciones comerciales en España. Mucho apreciaríamos nos facilitaran las más posibles informaciones acerca de las condiciones que regulan las operaciones de exportación e importación en el mercado español. Son de nuestro interés ante todo:

- restricciones de importación*
- obtención de licencia de importación*
- facturación*
- trámites aduaneros.*

Esperamos que, después de nuestra adhesión a la Unión Europea, no haya tantos obstáculos como antes.

Gracias anticipadas por toda información que nos puedan facilitar.

Muy atentamente,

■ Průzkum orientovaný na výrobky

Vážení pánové,

je nám známo, že na Vašem trhu je v sortimentu, na který se i my specializujeme, dobře zavedeno několik výrobků konkurenčních firem.

Uvítali bychom, kdybyste nám zaslali některé základní informace o činnosti našich konkurentů. Zejména nás zajímají následující hlediska:

- prodejní technika a strategie
 - obchodní síť
 - prodejní a dodací podmínky

Rádi bychom také měli více informací a všechny dostupné údaje o výrobku.

S pozdravem

* * *

Vážení pánové,

žádáme Vás o podrobnou zprávu o činnosti konkurence na mexickém trhu.

Je nám známo, že konkurenční firmy se snaží uchytit na trhu a získat zákazníky v oblasti kolem hlavního města.

Chtěli bychom zabránit tomu, aby nás konkurence vytlačila z trhu a odlákala zákazníky.

Proto je nutné, abychom sledovali činnosti této konkurence.

Žádáme o zaslání zprávy do ... (datum).

S přátelským pozdravem

■ Dopisy určeny obchodní komoře – Vyžádání informací

Vážení pánové,

jsme výrobci předmětů osobní potřeby pro tělesně postižené. Zásobujeme domácí trh, ale chtěli bychom se stát také vývozci tohoto velmi žádaného zboží.

Připravujeme rozšíření obchodní činnosti právě ve Španělsku. Velice bychom uvítali co nejvíce informací o podmínkách, jimiž se řídí dovozní a vývozní transakce na španělském trhu. Zajímá nás především:

- dovozní omezení
- získání dovozní licence
- devizové předpisy
- fakturace
- celní formality

Doufáme, že po vstupu naší země do Evropské unie už není tolik překážek jako předtím.

Děkujeme předem za jakékoli další informace.

S pozdravem

Señores:

Nos interesa el desarrollo general de la situación económica de nuestros nuevos socios en la Unión Europea.

Rogamos nos informen detalladamente sobre la situación del mercado checo, especialmente sobre aquellos ramos que influyen en la comercialización de nuestra mercancía.

Agradeciéndoles su cooperación, les saludamos atentamente.

* * *

Señores:

Con el fin de dar a conocer nuestra mercancía tanto entre los círculos especializados como al amplio público y para apoyar su venta, es necesario que dediquemos más atención a la publicidad.

Estamos preparando nuestro nuevo plan de publicidad para el año ...

Les rogamos, por lo tanto, consigan para nuestro departamento de publicidad una información detallada sobre las formas utilizadas por la competencia.

Desearíamos conocer su opinión al respecto y tener su análisis de las formas acostumbradas en su mercado.

Atentamente,

■ Las cartas publicitarias

Hemos mencionado en la introducción del capítulo que la publicidad es la actividad quizá más importante del marketing.

Las cartas mencionadas en los capítulos anteriores tenían el objetivo de comunicar información o inducir determinada acción por parte del lector. Las que aquí se verán también tienen por objetivo de lograr una respuesta, pero se diferencian de las anteriores por las circunstancias que rodean la acción que se desea inducir.

En este tipo de cartas es muy importante emplear argumentos convincentes.

Si quiere convencerle, el orden de la exposición de ideas recomendado es el siguiente:

1. atraer la atención del lector
2. presentar la idea de forma interesante
3. exponer las ventajas del producto de modo que resulten evidentes o fácilmente demostrables
4. terminar animando al lector a que lleve a cabo lo que ha decidido.

■ Principios para la redacción

Como en toda la correspondencia comercial, en las cartas de venta se deben respetar los mismos principios. Se seguirán asimismo otras normas, que se especifican seguidamente:

Vážený pánové,

zajímá nás celkový vývoj hospodářské situace nových členů v EU. Prosíme o podrobnou informaci na českém trhu, zejména o těch odvětvích, která ovlivňují obchod s naším zbožím.

Děkujeme Vám za spolupráci.

S přátelským pozdravem

* * *

Pánové,

v zájmu seznámení jak odborných kruhů, tak i široké veřejnosti s naším zbožím a na podporu jeho prodeje je nutno, abychom věnovali větší pozornost propagaci.

Právě připravujeme náš nový propagační plán na rok ...

Prosíme proto, abyste pro naše propagační oddělení opatřili podrobné informace o formách propagace, které používá konkurence.

Rádi bychom znali Váš názor a dostali rozbor obvyklého způsobu propagace na Vašem trhu.

S pozdravem

■ Reklamní dopisy

V úvodu kapitoly jsme se zmínili o reklamě, která je snad nejdůležitější činností v rámci marketingu.

Dopisy, které jste se učili psát v předchozích kapitolách, měly za cíl sdělovat informace a vyvolat jistou aktivitu ze strany čtenáře. Následující dopisy, s kterými se setkáte, mají také za cíl získat odpověď, ale liší se od předchozích okolnostmi doprovázejícími aktivitu, kterou chceme vyvolat.

V tomto druhu dopisů je velmi důležité užívat přesvědčivých argumentů.

Chceme-li ho přesvědčit, doporučuje se následující uspořádání:

1. upoutat pozornost čtenáře,
2. prezentovat myšlenku zajímavou formou,
3. objasnit přednosti výrobku evidentním a snadno prokazatelným způsobem,
4. ukončit dopis povzbuzeními čtenáře, aby uskutečnil své rozhodnutí.

■ Zásady stylizace

Tak jako ve veškeré obchodní korespondenci, i v dopisech nabízejících prodej se musí respektovat stejné principy. Řídí se i jinými normami, které dále specifikujeme:

1. Las cartas de ventas son más largas que las de otro tipo.
2. Dar detalles específicos.
- 3 Centrar el mensaje en el lector y no en el producto.
4. Basarse en un argumento principal.

■ **Elaboración del mensaje**

Como ya se ha dicho, la norma básica es atraer en primer lugar la atención del lector, presentar el producto y sus ventajas y animar al destinatario para que lleve a cabo lo que se espera de él.

■ **Ofertas de productos y ventas por correspondencia**

Para completar nuestra pequeña característica de las cartas publicitarias dedicamos atención a las ofertas de productos por correspondencia, con las cartas relacionadas con éstos.

Podríamos dividir este tipo de cartas en dos subgrupos:

1. En el primer subgrupo incluiremos todas las cartas que las empresas comerciales e industriales escriben a sus clientes para ofrecerles algún nuevo artículo, hacerles alguna oferta especial, etc. La mayoría de veces, la carta va acompañada de un folleto explicativo de las ventajas y características del producto.

Las cartas “modelo” del primer subgrupo se encuentran en los capítulos anteriores (demanda, oferta, informes y circulares comerciales, etc.).

Tales cartas pueden redactarse para uno o varios clientes, o para todos.

2. Las cartas del segundo subgrupo van dirigidas a personas o empresas con las que no se tienen relaciones comerciales. La propaganda puede hacerse por medio de una carta aislada, o bien por una serie de cartas.

■ **Carta publicitaria de una firma**

Estimados señores :

Somos una firma de primera línea en ... (lugar) y, como tal, nos gustaría iniciar negocios en ... también.

Nuestros productos no son todavía conocidos en su país. Quisiéramos conquistar su mercado con nuestra calidad.

Fabricamos productos alimenticios que son mercancía de consumo cotidiano.

Nuestros productos son de la mejor calidad y actualmente se venden con gran facilidad en ... países europeos.

En el mercado de nuestros productos hay una fuerte competencia. Sin embargo, como nuestros productos tienen magníficas características, las expectativas de ventas son buenas.

El resultado de una investigación del mercado, a largo plazo, nos ha convencido de una salida asegurada de nuestras mercancías.

Para que ustedes puedan formarse un juicio más preciso de nuestro trabajo, les enumeramos a continuación algunos de nuestros artículos: ...

1. dopisy nabízející prodej jsou delší než dopisy jiného druhu,
2. musí poskytnout specifické detaily,
3. musí se soustředit v dopise na čtenáře a ne na výrobek,
4. musí se opírat o jeden hlavní, základní argument.

■ Vypracování sdělení

Jak již bylo řečeno, základním pravidlem je přitáhnout především pozornost čtenáře, představit výrobek a jeho přednosti, povzbudit adresáta, aby splnil, co se od něho očekává.

■ Nabídka výrobků a zásilkový prodej

Abychom doplnili naši malou charakteristiku týkající se reklamních dopisů, věnujeme pozornost zásilkovému obchodu a dopisům, které se k nim vztahují.

Tento druh dopisů můžeme rozdělit do dvou podskupin:

1. Podskupina zahrnuje všechny dopisy, které píše obchodní a průmyslové podniky klientům, aby jim nabídly nějaký nový výrobek, udělaly speciální nabídku apod. Většinou tento dopis doprovází prospekt vysvětlující všechny přednosti a vlastnosti nabízeného produktu.

Vzorové dopisy této podskupiny jsou již v předchozích kapitolách (nabídka, obchodní dokumenty a oběžníky atd.).

Tyto dopisy se píše pro jednoho nebo více zákazníků, nebo také pro všechny.

2. Podskupina je zaměřena na osoby a podniky, s nimiž se neudržují obchodní styky.

Propagaci je možné udělat jedním samostatným dopisem nebo také několika dopisy.

■ Reklamní dopis výrobce

Vážený pánové,

jsme zde v (místo) ... prvořadou firmou a rádi bychom navázali obchodní vztahy i v ... (místo).

Naše výrobky nejsou ve Vaší zemi ještě známy. Naším záměrem je dobýt trh naší kvalitou.

Naše firma vyrábí potravinářské výrobky, které jsou zbožím denní spotřeby.

Tyto výrobky jsou nejlepší kvality a v současnosti se velmi snadno prodávají v mnoha evropských zemích.

Na trhu s těmito výrobky je silná konkurence, ale jelikož naše výrobky i skvěle vypadají, mají dobré vyhlídky odbytu.

Výsledek průzkumu trhu o dlouhodobých perspektivách nás přesvědčil o zajištěném odbytu našeho zboží.

Pro vytvoření přesnějšího úsudku o naší práci dále uvádíme některé z našich výrobků: ...

Nos permitimos llamarles la atención sobre la próxima Feria de ..., en la que estaremos representados con numerosos artículos.

Desde el ... hemos acogido en nuestro programa de fabricación una serie de nuevos artículos para diabéticos. Nos permitimos enviarles un catálogo.

Adjunto les enviamos el catálogo del nuevo trimestre también. Esperamos que en él encuentren artículos interesantes.

Nos complacerá que la mercancía en nuestros catálogos les interese.

Esperamos tener el gusto de contarles entre nuestros clientes.

Atentamente,

Anexo: material publicitario

■ Carta de oferta de un producto a nuevos clientes

Estimados señores:

Quisiéramos informarles sobre nuestro programa de producción que podría ser de su interés.

Nuestra mercancía está fabricada conforme a los métodos más modernos y ha sido premiada varias veces en las exposiciones y ferias extranjeras.

Nuestros productos encuentran buena salida tanto en el mercado checo como en los mercados de los países centroeuropeos.

Si lo desean les enviaremos nuestro muestrario.

Estamos a su disposición para facilitarles otros informes.

Atentamente,

■ Carta de oferta de un producto a los clientes habituales

Señores:

Hemos recibido un envío de cerveza checa y tenemos el gusto de remitirles detalles de la mercancía en los que se indican cantidades, características y precios.

Como las marcas y tipos son de sobra conocidos por ustedes, es innecesario indicarles que se trata de las mejores cervezas que se pueden encontrar en el mercado mundial.

Hemos hecho la oferta a nuestros clientes más antiguos, y como es seguro que la mayoría estarán interesados en adquirir parte de los géneros recibidos, agradeceremos nos pasen su pedido con toda urgencia por correo electrónico.

Esperando sus prontas noticias, les saludamos atentamente.

Anexo: relación de existencias.

Dovolujeme si Vás upozornit na příští veletrh ..., na kterém budeme zastoupeni početným zbožím. Od (datum) ... jsme zařadili do našeho prodejního programu mnoho nových výrobků pro diabetiky. Zasiláme Vám katalog.

Přílohou zasiláme také katalog na novou sezonu. Doufáme, že v něm najdete zajímavé zboží.

Budeme rádi, když Vás zboží v těchto katalogích zaujme.

Doufáme, že budeme mít to potěšení přivítat Vás mezi našimi klienty.

S pozdravem

Příloha: reklamní materiál

■ Nabídka výrobků novým zákazníkům

Vážení pánové,

rádi bychom Vás seznámili s naším výrobním programem, který by Vás mohl zajímat.

Naše zboží vyráběné podle nejmodernějších metod bylo několikrát oceněno na zahraničních výstavách a veletrzích.

Naše výrobky jsou dobře prodejné jak na českém, tak i středoevropském trhu.

Na přání Vám pošleme náš vzorkovník.

Jsmo Vám k dispozici k poskytnutí jakýchkoli dalších informací.

S pozdravem

■ Nabídka výrobku stálým zákazníkům

Vážení pánové,

dostali jsme zásilku českého piva a s potěšením Vám posíláme podrobnosti o zboží, v nichž uvádíme množství, vlastnosti a ceny.

Protože značky a druhy velmi dobře znáte, není nutné uvádět, že se jedná o nejlepší pivo, které můžete na světovém trhu najít.

Udělalí jsme nabídku našim nejstarším zákazníkům, a protože většina z nich bude mít zájem o koupi tohoto zboží, budeme rádi, když nám co nejrychleji pošlete objednávku elektronickou poštou.

Očekáváme Vaše brzké zprávy a zdravíme Vás.

Příloha: seznam zásob

■ Oferta de servicios:

Estimados señores,

Tenemos el gusto de ofrecerles nuestro servicio especial de asesoría: Servicio de Asesorías para Estudiantes de la Universidad de Ostrava.

Ofrecemos los servicios más amplios en el sector de asesoría en la República Checa.

Este servicio nuevo es un fruto de un convenio de colaboración entre la Universidad y el Ayuntamiento de Ostrava.

Las Asesorías son atendidas por profesionales de la máxima cualificación, que pretenden servir de ayuda a los estudiantes para resolver todo tipo de problemas o para tomar una decisión más acertada sobre asuntos.

Los destinatarios de las Asesorías son estudiantes entre 18 y 26 años.

En la Universidad también se atiende además de ellos a toda la Comunidad Univesitaria (estudiantes, profesorado, personal de Administración y Servicios), mayor de 30 años.

La utilización de las Asesorías es gratuita, anónima y personalizada; pudiendo realizarse consultas mediante entrevista personal, consulta telefónica o por correo electrónico.

Las consultas a la Asesoría para Estudiantes en la Universidad de Ostrava, se atenderán después de la prevista cita, que se solicitará en la Secretaría personalmente, por teléfono o por correo electrónico.

Más informaciones pueden encontrar en la página WEB: www.osu.cz.

Pueden solicitar sus consultas a través de las siguientes contactos:

Ostravská univerzita v Ostravě

Dvořákova 7

701 03 Ostrava

Tel: 597 026 239

Fax: 597 112 000

E-mail: infoases@osu.cz

ana.novotna@osu.cz

Para cualquier consulta quedamos a su disposición.

En espera que aprovechen nuestra oferta especial les saludamos atentamente.

■ Nabídka služeb

Vážení pánové,

máme potěšení Vám nabídnout naši zvláštní poradenskou službu: Poradenství pro studenty Ostravské univerzity.

Nabízíme nejrozsaáhlejší poradenské služby v České republice.

Tato nová služba je výsledkem smlouvy o spolupráci mezi univerzitou a Magistrátem města Ostravy.

Poradenství se věnují kvalifikovaní profesionálové, kteří se snaží být studentům nápomocni při řešení veškerých problémů nebo najít nejadekvátnější rozhodnutí u všech záležitostí.

Poradenství je určeno studentům ve věku 18 až 26 let.

Cílovou skupinou je kromě nich také celá univerzitní obec (studenti, vyučující, administrativní pracovníci, zaměstnanci služeb) starší 30 let.

Využívání poradenských služeb je zdarma, anonymní a adresné. Konzultovat můžete formou osobního pohovoru, telefonicky nebo elektronickou poštou.

Konzultace Poradenství pro studenty Ostravské univerzity se realizují po předchozí domluvě, je nutné o ně požádat sekretariát osobně, telefonicky nebo e-mailem.

Více informací najdete na internetu: www.osu.cz.

Pro domluvu konzultací můžete kontaktovat:

*Ostravská univerzita v Ostravě
Dvořákova 7
701 03 Ostrava*

Tel.: 597 111 239

Fax: 597 111 000

E-mail: infoases@osu.cz

ana.novotna@osu.cz

Jsmo Vám k dispozici, abychom odpověděli na Vaše dotazy.

Věříme, že využijete naší zvláštní nabídky a srdečně Vás zdravíme.

■ Fraseología

Descripción de los productos

Nuestro producto es nuevo en el mercado.

Existen buenas posibilidades de venta.

Nuestras ... gozan de gran fama.

Descripción del mercado

El mercado tiene capacidad para recibir nuestro producto.

El artículo tiene buenas posibilidades de venta.

El artículo ya es suficientemente conocido en el mercado de ese lugar.

Las condiciones del mercado son muy satisfactorias.

Las posibilidades de venta son especialmente buenas.

Para este artículo casi no existe competencia.

Con nuestros novedosos productos esperamos alcanzar grandes volúmenes de ventas.

Descripción de las medidas de publicidad

Hemos iniciado una gran campaña publicitaria sobre este artículo.

Los artículos son bien conocidos por haber sido objeto de una amplia publicidad.

Hacemos propaganda a nuestros productos entre nuestros clientes.

Una conocida agencia de publicidad se ha encargado de la propaganda del artículo.

Disponemos de un magnífico material publicitario.

■ Vocabulario

la campaña publicitaria	reklamní kampaň
la imagen de marca	image značky
el estudio de mercado	průzkum trhu
la venta al por menor	maloobchodní prodej
penetrar en un mercado	proniknout na trh
las relaciones públicas	vztahy s veřejností
el cliente eventual	možný zákazník
la tendencia del mercado	trend (na) trhu
el servicio postventa	zákaznický servis

■ Frazologie

Popis výrobků

Náš výrobek je na trhu nový.
Jsou dobré možnosti prodeje.
Naše ... se těší dobré pověsti.

Popis trhu

Trh je schopen přijmout naše výrobky.
Výrobek má dobré možnosti prodeje.
Výrobek je již dostatečně známý na zdejším trhu.
Podmínky trhu jsou velmi uspokojivé.
Podmínky prodeje jsou mimořádně dobré.
Tento výrobek nemá téměř konkurenci.
Doufáme, že s našimi originálními výrobky dosáhneme velkého objemu prodeje.

Reklama

Zahájili jsme velkou reklamní kampaň tohoto výrobku.
Výrobky jsou dosti známé, protože byly předmětem široké publicity.
Děláme propagaci našich produktů mezi našimi zákazníky.
Známa reklamní agentura se ujala propagace výrobku.
Disponujeme skvělým reklamním materiálem.

■ Slovní zásoba

la propaganda por correo	propagační materiál zaslaný poštou
distinguirse de la mayoría	lišit se od většiny
aprovechar las ofertas y descuentos	využívat nabídky a slevy
la venta a domicilio / domiciliaria	podomní obchod
la venta por correo	zásilkový prodej
la venta por teléfono	prodej po telefonu
el departamento de marketing	marketingové oddělení
el departamento de venta	oddělení prodeje

