

SAT.HU

MAGAZIN

I. ÉVFOLYAM 2. SZÁM



kép forrása: ses-astra

**Beszéljünk nyíltan:
a kártyamegosztásról »**

**Öt azonnal használható tipp arra,
hogyan növeljük a nyári forgalmunkat »**

**Cégvezetés:
szörnyű igazságok a könyvelőkről »**

**Optibox vs. Echosmart:
HD készülékek párbaja »**

2009
augusztus

T a r t a l o m j e g y z é k

3. Várjuk az őszt, vagy gondolkodjunk?

Öt azonnal használható tipp arra, hogyan növeljük a nyári forgalmunkat.

4. Hírmorzsák

5. Vállalati Riport

Forgat-Sat: „Minden, ami antenna”

7. Magyar fejlesztés

SATFIX: „Egy világújdonság megvalósítására alkalmas vállalkozás”

10. Készülékek Harca

Optibox HD2CICX PVR vs. Echosmart DSBHD-7109

13. Beszéljünk nyíltan

.... a kártyamegosztásról!

16. Marketing Mestrefogások

Aratás uborkaszezonban

19. Cégvezetés

Steca néni dunsztosüvegei

20. Cégvezetés

„Nincs elég tűz a szemében!”

22. Tudtad?

73 éves a koax kábel

23. Új technológia

Az optikai kimenetes LNB

26. Retro

Egy korai Amstrad és a Drake legnépszerűbb műholdvevője

28. Kultúrális Ez+Az

Impesszum

Sat.hu magazin - 2009. június
kiadja: P-Sat Hungary Kft.
1107 Budapest Fogadó utca 3.
ügyvezető igazgató: Posta Tibor
e-mail: postatib@sat.hu
telefon: 433-4285
főszerkesztő: Fülöp Dorka
email: szerkesztoseg@sat.hu
design: Lion Productions Kft.

A SAT.hu magazinban található írások a P-Sat Hungary Kft. szellemi tulajdonát képezik. Előzetes hozzájárulás nélkül bármely részének másolása, módosított újraközlése, értékesítése tilos.

Várjuk az őszt, vagy gondolkodjunk?

Öt azonnal használható tipp arra, hogyan növeljük a nyári forgalmunkat.



Posta Tibor

Az év legmelegebb hónapjaiban néhány kereskedőnek lepad a forgalma, mondván a nyaralások miatt kevesebbet tévénnek az emberek, emiatt kevesebb antennát, műholdvevőt szereltettek. Természetesen lehet várni az őszt, és a szebb napokat, de ma már más világban élünk, nem elég azt csinálni, amit 10-20 éve, elébe kell mennünk a dolgoknak, ha nem akarjuk, hogy más kenyérkereset után kelljen néznünk!

Íme néhány ötlet, ami azonnal segít a nagyobb forgalom generálásában.

1. MiniDig TV - igaz félév csúszással, de már értékelhető kínálat van jelen az Antenna Hungária a földi digitális platformon (M1HD, M2HD, DunaHD, Autonómia, RTL, TV2, és a két kódolt: Hírtv, ATV) A december óta csökkenő földi set-top box eladások májusra irányt váltottak és júniusra elérték a decemberi szintet, és az eladott készülékek száma tovább növekszik. Aki még nem tette, itt az ideje, hogy bekapcsolódjon az értékesítésbe. A matricás készülékek mellett, a jó minőségű UHF antennák (nem a gagyi erősítőes lepke) iránt is jelentősen megnőtt a kereslet.

A tapasztalt szerelők tudják, hogy az AH tetőantennára optimalizálja a vételt, ezért a legtöbb helyen nem elég a szobaantenna, hanem szükség van a nagy teljesítményű minőségi antennákra. Sőt, ha jó munkát akarnak kiadni a kezeik közül, akkor érdemes újrakábelezni a rendszert. Érdemes felkészülni a keleti ország részben is, hiszen ősztől indul a tokaji adó és a verebek azt csiripelik, hogy a kékesi sem várja meg a jövő évet.

2. olcso.tv - sokan nagy reményekkel írták alá a prepaid kártyák forgalmazására az enyhén szólva is rosszul megfogalmazott és ellentmondásos szerződést, de a kötelezően megvásárolt kártyák még mindig a fiókban csücsülnek. Sajnos el kell osztassak egy hiú ábrándot, a kártyák nem fogják magukat eladni. Arra is felesleges várni, hogy a szolgáltatást központilag reklámozza a szolgáltató, hiszen pontosan arra számítanak, hogy a forgalmazói pontokon elvégzik ezt helyettük, hiszen benne áll a pénzük a kártyákban (amin ráadásul egy fillér haszon sincs). Aki nem akarja könyvjelzőnek használni az olcso.tv kártyákat, vagy esetleg keresni is szeretne a bolton, akkor bizony hirdetni kell a szolgáltatást, be kell tudni mutatni a potenciális érdeklődőknek. Ha még nincs, akkor bizony be kell ruházni egy HD képes TV-re és néhány set-top boxra, mivel már mindenki tudja, hogy befektetés nélkül nincs üzlet.

3. Antenna a nyaralókba - óriási tévedés, hogy az emberek nyaraláskor nem akarnak TV-t nézni! Lehet, hogy napközben a vízparton pihennek, de este vagy esős időben szívesen kapcsolják be a TV-t. Ha otthon van valamilyen DTH előfizetésük, akkor vihetik magukkal a készüléket, de egy parabola antennára akkor is szükségük lesz. Ha pedig kábelesek, akkor szintén lehet kínálni a MiniDig TV vevőket egy jó antennával. Egyszerűen csak ajánlani kell, és elmondani az ügyfeleknek, hogy milyen egyszerű.

4. Kemping szett - még mindig az utazással és nyaralással kapcsolatos tipp, hogy pontosan ebben az időszakban a legnépszerűbbek az úgynevezett kemping szettek, amelyek egy praktikus műanyag kofferben kerülnek forgalomba és a beltéri egység kivételével minden szükséges dolgot tartalmaznak, amelyek a műholdvételhez kellenek. A vevő pedig lehet akár valamelyik szolgáltató által biztosított készülék, a vevő pedig lehet akár valamelyik szolgáltató által biztosított készülék, de akár egy FTA vevő is. A másik nagy felfedező piaca a kemping készletnek a kamionosok, náluk télen-nyáron népszerű. Ha még nincs az üzletben ilyen, ideje beszerezni és mutogatni.

5. Marketing - mint ahogyan a bevezetőben is írtam, ma már más szelek fújnak és hirdetés nélkül visszaesik a forgalom. De nehogy ilyen hirdetést adj fel, hogy „antennaszerezés, műholdvevő telepítés” mert előre mondom, kidobott pénz lesz. Azt a hibát se kövesd el, hogy az árakkal akciózol, mert kevesebbet keresel. Legyél egy kicsit kreatív, megéri. pld. „díjmentes antennarendszer átvizsgálás és tanácsadás” Ha már ott vagy valakinél, és átnézted a rendszerét akkor tuti könnyebben eladsz neki bármit és még örül is neki, hogy szakembertől kap segítséget.

Ez a néhány tipp pár perc ötletelés eredménye. Szánj rá Te is egy órát és gondold végig, miket újíthatsz, az üzleteden, biztos vagyok benne, egy ennél sokkal jobb dolgok is eszedbe jutnak majd, s a forgalom növekedés sem marad el. Ha kitaláltál valami jót, oszd meg velem, (írd meg a postatib@sat.hu címre), hogy közkinccsé tehessem, hiszen a műholdas szakma közös ügyünk, dolgozzunk egymást segítve.

Hírmorzsák



Dmitry Medvedev orosz elnök megállapodást írt alá, melynek értelmében analógról MPEG-4-es digitális sugárzásra vált az ország, és az átállítás befejeztével a nézők 8 televíziós és 3 rádiócsatornát érhetnek majd el ingyenesen. Ezek a Channel One, a Rossiya, a Vesti 24, az NTV, a Kultura, a Sports és a Petersburg — Channel 5 lesznek, kiegészülve egy új, a tervek szerint 2011 január elsején induló gyermekeknek és fiataloknak szánt adóval. (broadbandtvnews.com) •



Talán a diszkógömbök inspirálták az LG Electronics szakembereit, mikor megalkották két legújabb LCD modelljüket, az 55LH95 és 55LH93 wireless HDTV-k ultravékonyak, LED-háttérvilágítású 55-ös képátlójú képernyővel •

A spanyol televíziós vállalatok elég erősen megérzik a gazdasági válságot. A szolgáltatások minősége egyre silányabb, az illetékesek és a csatornák vezetősége egyre kevesebb pénzt költ a produkciókra, írja egy helyi felmérés (Barlovento Comunicación tanácsadó). A megkérdezettek legnagyobb része egyetértett azzal, hogy a képernyőkön is jól látható a minőség visszaesése és helyzet egyre rosszabb lesz. A kereskedelmi TV-k idén 14%-kal csökkentik a szórakoztató és hírműsorok, és másik 14%-kal a sorozatok költségvetését. A felmérés szerint a köztévék 16%-kal költhetnek majd kevesebbet a szórakoztatásra, 24%-kal a hír és aktuális témákat boncolgató műsorokra. (rapidtvnews.com) •



Indiában kiemelkedően megugrott a DTH előfizetések száma az elmúlt öt év során. Az RNCOS riportjában leírja, hogy 2008-ban az indiai direct-to-home előfizetők száma elérte a 12 millió főt is. Persze az igazsághoz hozzátartozik, hogy az időben 130 millió tv készülékkal rendelkező háztartást tartottak nyilván az országban, így még ez is alacsony elterjedtségnek minősül, de további bizakodásra ad okot. 2009 és 2012 között 30%-os volt emelkedés. A piac játékosai, mint a Dish TV vagy a Tata Sky is nagyban hozzájárultak az eredményhez, csökkentették az alapsomagok árát, különböző megfizethető szolgáltatásokat kínálnak, ingyenes előfizetést, és több hónapig alacsony díjakat ígérnek az új vevőknek. (india-stockmarket.com) •



A TV2 továbbra is együttműködik az NBC Universallal, aminek következtében a nézők olyan filmeket láthatnak majd a csatornán, mint a Mamma mia!, a Miami Vice vagy a Bourne-ultimátum. Utóbbira valószínűleg sokan lesznek kíváncsiak, mert az eddig a TV2-n vetített Universal filmek közül a Bourne-rejtély volt a legnézettebb. •

DAB-program, Magyarországon még gyermekcipőben jár, és külföldön máris a végét jósolják. A digitális rádióról van szó, amely Angliában már tavaly azon vitatkoztak, hogy anyagilag veszteséges-e, és a GCap Media be is jelentette, hogy eladja digitális platformját. Most Németországban is kérdésessé vált a szabvány alkalmazásának értelme. Az emberek nem rendelkeznek megfelelő vevőkkel, az elterjesztésébe befektetett pénz elúszott, a VPRT (magán rádió és televízió adókat tömörítő szervezet) szerint értelmetlen a program folytatása. (welt.de, guardian.co.uk) •

FORGAT-SAT KFT.

„Minden, ami antenna”



A céget jelenlegi felállásában 1992-ben alapította Erdős Tamás és felesége, de '89 óta létezik az antennaszerelő-társadalom szerves részeként. A budapesti székhelyű vállalkozás jelmondata: „minden, ami antenna” kiválóan érzékelteti fő tevékenységi körét. A négy belső dolgozót foglalkoztató cég mindennapjairól a vezető, Erdős Tamás mesélt a SAT.hu magazinnak.

A Forgat-Sat egyéni vállalkozásként indult, az antennaszerelés tevékenységi körébe hamar bevették a forgatós antennákat is, innen pedig már egyértelműen adta magát a családi vállalkozás neve is. A kezdetekben szó sem volt a piaci viszonyok elemzéséről, az antennaszerelés hobbi és szerelem volt a tulajdonos számára.



Erdős Tamás íróasztalánál



Bihari Tamás munka közben

Egy kisebb kitérő után, melyet a kábel tv-kiépítés mezején tett a csapat, 1999-ben megnyitotta üzletét. Az antennaszerelés mellé aztán a kereskedelmi oldal is csatlakozott, mára már nagyjából 50-50%-ban oszlik meg a két tevékenységi terület. Kezdetben hazaiak voltak a fő és kizárólagos beszállítók, jelenleg a partnerek fele külföldi.

Célközönsége igen sokrétű, kiskereskedők, viszonteladók, szolgáltatók, szerelők és otthoni felhasználók egyaránt alkotják. „A Gibertini antennák jelentik a vállalat profiljának egyik fő csapásirányát, de a MegaSat-ot is érdemes kiemelni, amelynek termékeit Magyarországon mi kezdtük el bevezetni” — meséli vendéglátónk, és hozzáteszi, hogy „a kezdetek óta folyamatosan keressük az innovatív megoldásokat, sokat gondolkodunk azon, mit lenne érdemes hazánkba is behozni és elterjeszteni.”

A cég nevéhez köthető például a Smart digiméter műszer és a Vantage HD vevő hazai megismertetése is. Az első között gyártottak WIFI antennákat. A cégvezető szerint az antennaszakma megugrása sokszor egy-egy világméretű eseményhez köthető, mint egy háború, egy foci VB vagy épp tavaly nyáron az Olimpia volt. „Az Olimpia ideje alatt egyértelműen megfigyelhető volt a HD technika megugrása, amit mi a Vantage széria keresettségén jól érzékelünk”- tette hozzá.

„Büszkén merem mondani, hogy kemping szettekben nálunk van a legnagyobb választék az országban!” -ami iránt most a nyár beköszöntével minden bizonnyal megnő a kereslet



Üzlet az Erzsébet királyné útján



Tamások munkában

Az év hátralévő részében szeretnék megerősíteni pozíciójukat elsősorban a hazai piacon, és fejleszteni a webshop-ot. A tervek között szerepel az idei évben is részt venni a BNV-én ahol évek óta képviselteti magát a cég. Valamilyen újdonsággal is készülnek, de konkrétumokat Erdős Tamás egyelőre nem árult el. Annyit mondott, minden bizonnyal a sat.hu is beszámol majd róla.



Mit szólsz ehhez a jó kis készülékhez?

A Forgat-Sat a kempinges találkozók gyakori szereplője.

A kempinges sikerek mellett szívesen említi a tulajdonos a Gyermelyi térsztagyár belső kommunikációjának kiépítését, valamint a nógrádgárdonyi Majláth-kastély komplett digitális antennarendszerének létrehozását, melyet pár hete adtak át. A vállalkozás több nemzeti projektnek beszállítója, valamint budapesti és Budapest környéki hotelek, apartman házak antennarendszerének kiépítésével is foglalkozik.

SATFIX

„Egy világújdonság megvalósítására alkalmas vállalkozás”

**Halló, tudna nekem segíteni?
Múlt héten vásároltam egy
parabolatükröt, az üzletben
azt mondták, hogy minőségit
választottam, azonban mégsem
jó a vétel!**

A beszélgetés minden nap számtalanszor lejálik a SAT-FIX irodájában, amelynek vezetője, Almási Bálint úgy döntött, nemcsak az antennák, az LNB-k és világújdonságának, az LNB-tartóknak az eladásban, hanem az összeszerelésben és a problémamegoldásban is segítséget nyújt a parabola-tulajdonosoknak.

Almási Bálint, a vállalkozás vezetője, az ötletgazda negyven éve dolgozik a televíziós vételtechnika világában, amiből közel húszat a Magyar Televízió-nál töltött. Családi vállalkozását, a SATFIX-et öt éve alapította, fiai legfőbb kollégái is egyben, Almási Balázs és Almási Ádám.

A SAT-FIX LNB-tartók feltalálójának munkáját egy külsős mérnök szakgárda is segíti, akik a műholdvevők és szoftvereik, továbbá a Disecq kapcsolók programozásért felelnek. A SAT-FIX telephelye BUDAÖRS, itt működik a fejlesztőpont, itt folynak a bemérések és a nullszériák kipróbálásának is ez a helyszíne.

A fejlesztés ötletadója maga a technika volt. „A kezdetleges, de drága forgatómotorok pótlására született az ötlet. Már létezett a két LNB-vel ellátott parabolatükrök az ASTRA és HOT-BIRD vételére, ezt kellett meghaladni és tökéletesíteni. Ez a rendszer több vaslemezről és csavarból állt, minden irányból állíthatóan, így növelve a beállítás pontatlanságát. Persze a hozzáértők igen jól be tudták állítani ezt a rendszert is” —meséli Almási.

A vállalkozás fő profilja a négy-hat és



Almási Bálint és találmánya



már nyolc LNB-t tartó szerkezet fejlesztése, kivitelezése, szállítása és külön kérésre szerelésre is. Az LNB-tartók anyaga alumínium. Az elsődleges szempontok egyike a rozsdamentesség, a hosszú élettartam. Jelentős szerepet kap a teherbírás is, így képesek akár több (5-6) quad LNB tartására.

Mitől egyedülálló világújdonság ez?

„Minden más fejtartó sok-sok csavarból, lemezből és műanyagból szerelhető össze. Ezek azután minden kötés helyen könnyen elmozdulhatnak, repedhetnek és törhetnek. A SATFIX tartók egy darabból készülnek, fixen kialakít-

tott műholdhelyekkel(leszámítva az LNB-t tartó bilincseket).”- magyarázza az ötletgazda, és hozzáteszi, legfőbb erényük a pontosság. A kereskedelembe kapható parabolatükrök nagy részéhez Almásiék már kifejlesztettek LNB tartót. Hat-nyolc parabolatükrőkhöz, közel 80 féle tartóból lehet választani a venni kívánt műholdak szerinti kialakításban.

„Hihetetlen eltökéltségűek azok az emberek, akik a többfejes műholdvételt választják”, így a telefonos antenaszerelési tanácsadás bevezetésével nemcsak a SAT-FIX nyújt nekik

segítséget, hanem észrevételeikkel a telefonálók is előmozdítják a fejlesztést. A többfejes műholdvételek két változata van, a multifókuszos és az ovál és kerektükrös megoldás. Almásiék mindkettővel találkoznak nap mint nap.

A multifókuszos megoldással kezdi az elbeszélést interjúalanyunk, és megtudjuk, hogy 4-5 éve jelent meg Magyarországon a vízszintesen ovális parabolatükrök. Azóta megismerte az ország, és igen elterjedté vált. Annyira megtetszett a gyártóknak is, hogy több országban is iparszerű másolásába kezdtek. Ezek a másolatok elérkeztek hozzánk is, és alaposan megkeverték az állóvizet és a véleményeket.



„A SAT-FIX-nél hetente találkoztunk ezekkel a másolatokkal és vevőinkkel, akik hetek óta képtelenek beállítani kielégítő vételre. Négy-öt féle parabolatükrünk van és ezek mindegyike csak a külső átmérőjében és a tartozékként kapott fejeket tartó ívben azonos. Mindegyik mélysége más és más, ettől persze a fókuszpontok is eltérőek, tehát csak egy-két műhold jele látható. Beállíthatatlan. Ekkor is van persze segítség”.

A SATFIX egyedi fejtartókat tud gyár-

tani, bármilyen tükrökre. Almási Bálint tanácsa, hogy csak a nagyobb, országosan ismert forgalmazóknál vásároljuk meg ezt a technikát és lehetőleg ne csak a parabolát, de az LNB-eket és a kapcsolót is!

Mielőtt az ovál és többfejes parabolatükrökre rátérnénk, ejtsünk néhány szót az eddig sehol nem látott fotóról, melyet a SATFIX készített, és a GIB 125 parabolatükrök fókuszpontja szemléltet meg rajta. „Ilyen karakterisztikájú és hasonló márkájú tükrök vételére töreked-

jünk. Ez többfejes megoldás esetében is csak egyszeri beruházás, sok évre. E tükrök gyártói is kínálnak fejtartókat, legfeljebb négy LNB-ig. Ezeknél minden fejet külön-külön kell beállítani, igazán jól csak szerelő és műszer segítségével.

A SATFIX fejtartói akár hat LNB alkalmazását is lehetővé teszik, így esetenként 6-8 műhold vételét is biztosítják és amatőrök is boldogulnak beállításával.” —közli a feltaláló.

A jövőre is kitér a vállalat vezetője, „Egy következő alkalommal bemutatjuk és magunk is kíváncsian várjuk az ún. multifókuszos parabolatükrök fókuszpontjának karakterisztikáját.

Tényleg MULTIFÓKUSZOS? Majd meglátjuk! Ha lesz érdeklődés, akkor a képek elkészítésének technikáját is közzé tesszük, ennek pedig igen nagy pénztárcakímélő hasznát is látjuk, például egy deformálódott tükrök vizsgálataánál, vagy új forgalmazású parabolatükrök tesztelésénél”. A multifókuszos parabolatükrök fókuszpontjának fotóját mi is érdeklődéssel várjuk.

Kiváló kép-és hangminőség



OPTIBOX T1000 HDCX
MinDigTV vevő

- Ez a **FÖLDI DIGITÁLIS** vevő alkalmas a HD-s csatornák vételére is, ennek megfelelően a hagyományos (SD) csatornák minőségéhez képest, ötször élesebb képet produkál egy arra alkalmas TV-n.
- Egyszerű, könnyen kiismerhető, felhasználóbarát menürendszere van
- **EXTRA** szolgáltatások:
 - elektronikus műsorújsággal (EPG) és beépített Teletexttel rendelkezik
 - szülői zárral védheti gyermekeit az esetleges nem kívánt tartalomtól
- Alacsony áramfogyasztás
- Csatlakozási lehetőség minden igényre
- Beépített kártyaolvasó az előfizetési csatornák vételéhez (ATV, HÍRTV)
- A készülék megbízhatóságát jelzi, hogy két év teljes körű garanciát vállalunk rá



Magyarországi forgalmazó:

P-Sat Hungary Kft. 1107 Budapest Fogadó u. 3. Tel: 433-4285 web: partner.sat.hu

OPTIBOX HD2CICX PVR vs. ECHOSMART DSBHD-7109

Az összehasonlító tesztünkben ismét az Optibox és az Echosmart család egy-egy tagjának tudását vetjük össze, de ezúttal nem az SD modellekre, hanem a nagy felbontású készülékekre koncentrálunk. Az Echosmart márka egyelőre csak egy HD beltérivel bír, így az Optibox családból is egy hasonló kategóriájú készüléket igyekeztünk választani. Végül a HD2CICX PVR lett tesztünkben a vetélytársa.



Optibox hátlapja



Echosmart hátlapja

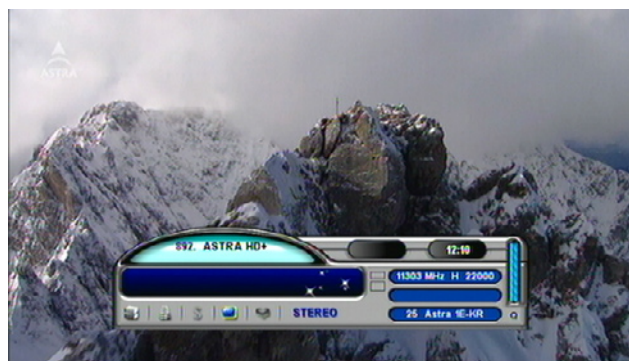
Külsőre egyik készülék sem mondható aprónak, viszont már a színükön látszik, hogy mekkora kontraszt van a kettő között... Mindkét vevő alfanumerikus VFD kijelzővel rendelkezik, mely megkönnyíti a használatukat, ezen felül az előlapok mindkét típuson a megszokott gombokat tartalmazzák.

A lehajtható fedél alatt viszont már meglátszik a különbség. Az HD2CICX PVR előlapját lehajtva a nevében is szereplő kártyaolvasót, és a két modulfogadót találhatjuk. A 7109 fedelét lehajtva szintén megtalálhatjuk az egy kártyaolvasót, mellette viszont már csak egy modul fogadót láthatunk.

Emellett itt található a készülék USB csatlakozója is, mely vetélytársánál a hátlapon kapott helyet. Áttérve a hátlapra, az USB csatlakozón kívül az egyetlen lényeges különbség, hogy a HD2CICX két Scarttal rendelkezik, vetélytársa pedig csak egygyel.



Optibox készülék menüje

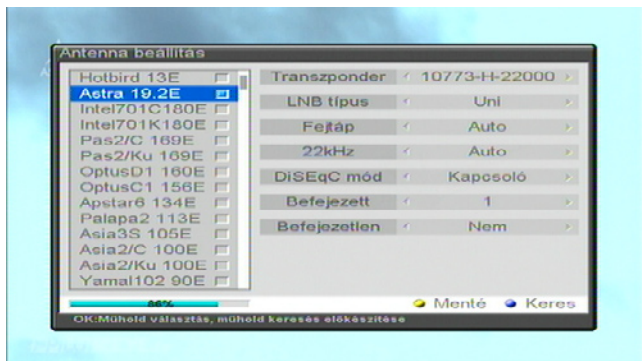


Echosmart menüje

Azonban inkább térjünk át a működésre... A két típus indulási ideje közel sem egyforma. Az Optibox 13 másodperc alatt indul el áramtalanítás után, ezzel szemben az Echosmart esetében 33 másodperc telt el, az áram alá helyezése és az első képkocka megjelenése közt.

Az első indításkor a két készüléken teljesen eltérő kép fogadott minket. Az Optibox egy telepítési segédvel kezd első indulásakor. Az Echosmart-on pedig csak egy üzenetet láthattunk, mely annyit mond, „No channel”.

Itt meg is ragadtuk az alkalmat, hogy megpróbáljuk magyarra állítani a nyelvet, sajnos kevés sikerrel. A nyolc OSD nyelv közt ugyanis magyar nem található. A HD2CICX PVR telepítési segédjének utolsó lépéseként lehetőség nyílik egy műhold lehangolására.



Neki is láttunk a két készülék sebességének összehasonlításának. A 7109-es készülék menüjében az SD-s készülékben megszokott menüben található a keresés. A menüre azonban majd később még visszatérünk.

Az Astra műholdat lehangolva a két készülék a fenti eredményekkel végzett. Optibox: 885 TV valamint 242 Rádió csatorna, Echosmart: TV: 890, Rádió: 238 csatorna. A két készülék transzponder listája tehát kb. egyformán napra kész.

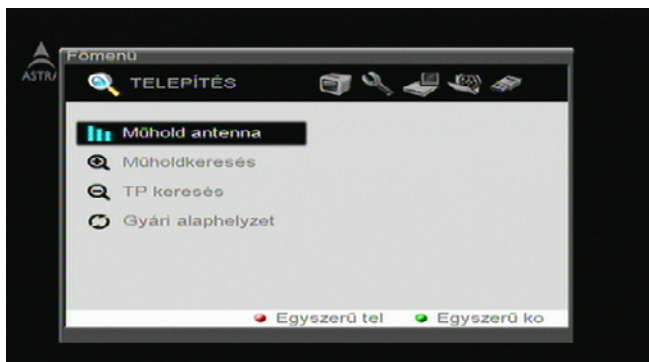
Az igazi különbség inkább a sebességben látszott meg, az Optibox ugyanis 3:47 másodperc alatt hangolta le a teljes műholdat, az Echo pedig 5:02 másodperc alatt.



Visszatérve a menühöz... A két beltéri menürendszere és annak kinézete merőben eltér egymástól. Az Optibox egy visszafogott szürke egyszínű, viszont könnyen átlátható és meglepően gyors OSD-vel rendelkezik.

Ellenfele sokkal színesebb animált menüvel szolgál, amit különböző animációkkal és szimbólumokkal igyekeztek érdekesebbé tenni. S épp ezek miatt jó példa ez az OSD a sokunk által ismert mondásra, „Jóból is megárt a sok”.

A sok villogó ide-oda mozgó animációtól már a feje is megfájdulhat az embernek, főleg a navigáció sebessége miatt. Emellett olyan apróságokon is fennakadt a szemünk, mint a jelszintmérő tetején mosolygó smiley...

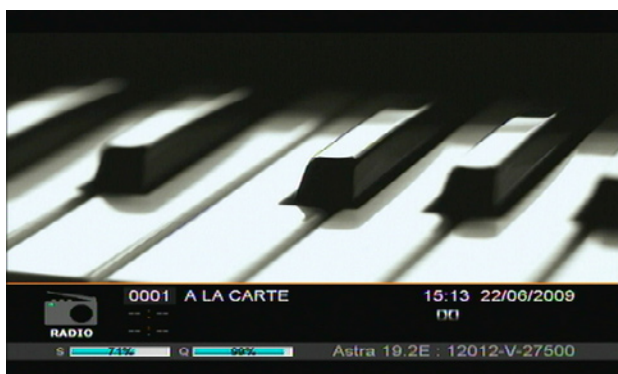


Na, de lássuk inkább a szolgáltatásokat. Az alapvető funkciókra, mint EPG, csatornalista, csatornalista szerkesztő, ezúttal nem térünk ki külön, itt ugyanis a megszokott lehetőségeken kívül sok extrát nem találtunk.

Az USB menüpontok azonban több érdekességgel is szolgálhatnak.

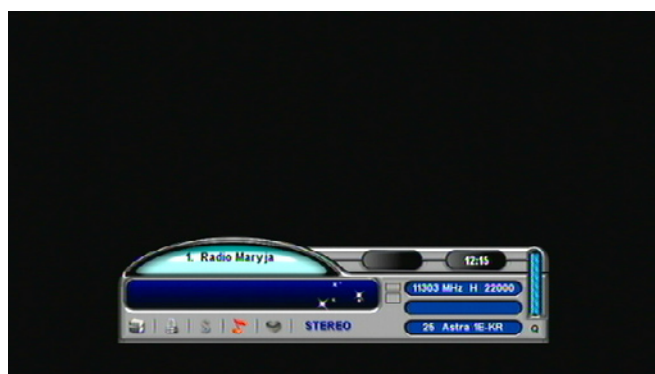
Legelőször a PVR funkcióról... Az alapvető PVR lehetőségek mindkét készüléken elérhetőek. Illetve majdnem minden.

Az időeltolások felvételt ugyanis hiába nyomtuk a T/S gombot, nem sikerült elindítani az Echosmart-on... Emellett viszont mindkét készülék képes nagyfelbontású adások rögzítésére, majd azok visszajátszására is.

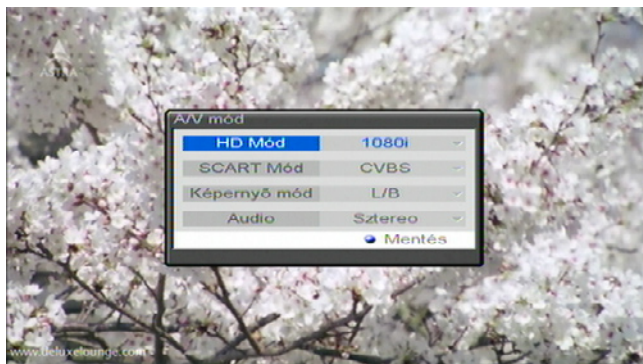


Természetesen hasonlóan elérhetőek a képnézegető, valamint zene lejátszó funkciók is, és mindkét készülékkel van lehetőség lementeni a csatorna-listát is.

Ezt kiegészítve az Optibox HD2CICX akár a szoftvert, és csatornalistát is képes lementeni egy file-ba, így megkönnyítve az új készülékek frissítését és beállítását.

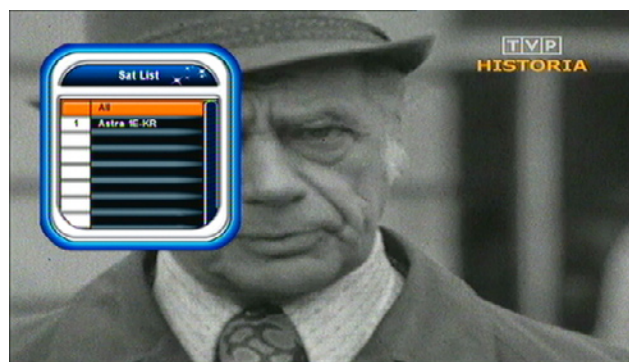


Emellett meglepő módon, mind két készülék támogatja a több partícióval rendelkező lemezeket, és a formázást. Extra funkcióként ezen felül az Echosmart három játékkal szolgál...



Kép és hangminőség szempontjából mindkét készülék jól teljesített. A dekódolás sebessége lényegében megegyezik, mindkettő támogatja az AC3 (Dolby Digital) hangot, amit gond nélkül ki is adnak az optikai S/PDIF kimeneten. A hang tesztelésakor azonban belefutottunk az Echo HD egyik legnagyobb hibájába,

az instabilitásba. Ugyanis nem egyszer előfordult, hogy különböző csatornákon is, egy hangerőváltástól lefagyott a készülék, és semmilyen felhasználói beavatkozásra nem reagált. A két típus mellé tartozékként a távirányító mellett egy-egy pár elem, valamint a felhasználói kézikönyv kapott helyet. Utóbbi viszont csak az Optibox mellett magyar nyelvű.



Az igazsághoz hozzátartozik, hogy az Optibox néhány hónap előnnyel rendelkezik az Echosmart-al szemben, és várhatóan az újabb szoftververziókban orvosolják az Echo mostani hiányosságait.

Gábor Dániel

... a kártyamegosztásról!

A kártyamegosztás körül sok a tisztázatlan kérdés. Elsőként műszaki oldalát tekintve a témakörnek elmondhatjuk, hogy az elnevezés azt a gyakorlatot takarja, mikor egy vevőkészülék helyett több csatlakozik egy bizonyos előfizetői kártyához, bármilyen technikai megoldással, és kéri le bizonyos időközönként a kártyától, a használatához szükséges aktuális jelszót.

A sokakban először felmerülő kérdés az, hogy legális-e egyáltalán a megosztani a kártyát több készülék között? Ebből egyenes következik, hogy amennyiben igen, milyen esetekben, ha nem, mi ennek a magyarázata.

Megkérdeztük a magyar DTH szolgáltatók véleményét, és az általuk használt szabályokat a cardsharingre vonatkozóan.

Az kérdés nélkül is világos, hogy a kártyamegosztás illegális, abban az esetben, amikor többen fognak össze annak érdekében, hogy a költségeket megosztva közösen használják az előfizetői kártyákat. Nem egészen tisztázott azonban az a helyzet, amikor az előfizető a saját lakásán belül szeretné több készülékhez is használni a hivatalos kártyáját.

Azt már az elején leszögezhetjük, hogy a kérdéskör cseppet sem egyszerű, és nem csak a készülékek forgalmazói, vagy az otthoni felhasználók számára zavaros a történet, gyakran a szolgáltatók számára sem egyértelmű.

A Digi TV saját véleménye szerint abban a szerencsés helyzetben van, hogy nem kell szembenéznie az otthoni kártyamegosztás problémájával, ugyanis a kódolás, amit ezekhez

használnak egyelőre maximális biztonságot nyújt. **Lágler Ferdinánd** az EM-KTV Kft. projektmenedzsere elmondta, hogy nem tudnak olyan készülékről a piacon, mely a Nagravision kódolását kártyát meg tudná osztani, és éppen ezért nem is találkoztak még ezzel a problémával.

A UPC már koránt sincs ugyanebben a helyzetben. **Kökény János**, a UPC Direct üzemeltetési vezetője meg is jegyezte, hogy véleménye szerint pld. a DigiTV esetében azért nincs értelme kártyamegosztásról beszélni, mivel igaz, hogy a Digi kártyája csak a szolgáltató által adott készülékben működik, de a kártyák nem biztonságosak, a rend-szerűk olyan szinten van feltörve, hogy nincs szükség kártyamegosztásra, bárki egy pár ezer forintos készülékkel előfizetés és kártya nélkül tudja nézni a műsorokat.

„A tiltott gyümölcsnek finomabb íze van. Sokan inkább kifizetik egy havidíj két-háromszorosát is egy beltéri egységért, ha a megoldás tiltott lehet. Még akkor is, ha azzal a beltéri egységgel néhány hónapon belül már nem lehet nézni a kódolt, magyar műsorokat. Ez igaz a kártyamegosztásra is. Több tízezer forintos kutyukba ruháznak be emberek, miközben a UPC 500 Ft-ért ad havonta második beltérít” —mondta Kökény János.

Az alaphelyzet - magyarázta - az, hogy a UPC ugyan megveszi a kártyákat a gyártótól, de a rajta lévő szoftver nem az ő tulajdona. A vásárlás után is minden hónapban használati díjat kell fizetnie minden egyes kártya után. Így

érthető, hogy a kártya gyártóján áll, de inkább bukkik az otthoni kártyamegosztás engedélyezése. Nem véletlenül tiltják, hogy kártyáikat több vevővel is lehessen használni, akár egy háztartáson belül is.

Arra a kérdésre, hogy mi a helyzet az egy háztartáson belüli kártyamegosztással kapcsolatban a UPC Direct üzemeltetési vezetője hozzátette, hogy „a szolgáltató nem tud, és nem is akar azért felelősséget vállalni, hogy a kártya valóban egy háztartáson belül kerül-e megosztásra vagy sem, mivel nem tudja ellenőrizni. Emiatt semmiképp sem engedélyezheti azt. De nem is teheti, hiszen a kártya, és a kártyán levő szoftver nem az ő tulajdona.

Azt is megjegyezte, ha létezik olyan kártyamegosztó készülék, amely rendelkezik a kártya gyártójának engedélyével, tehát pl. rá van írva, hogy >>fully cryptoworks licensed<<. Ezt elvileg lehetne legálisan használni, ő azonban ilyen készülékről nem tud. Ezen túlmenően a UPC ügyfelei számára a kártyamegosztás illegális tevékenységnek minősül.

Létjogosultságát pedig, szerinte már évekkel ezelőtt elveszítette a dolog, ugyanis „ma már egyszerűen anyagiilag sem éri meg az otthoni kártyamegosztással foglalkozni, mivel rendkívül kedvező áron, plusz párszáz forintért lehet második, akár harmadik készülékhez jutni a UPC-nél. Ezer forint felár ellenében ügyfelek egy háttértárolóval egybeépített beltéri egységet is kaphatnak pluszban, mellyel bármikor rögzíthetnek egy műsort, miközben egy másikat néznek, vagy akár vissza

is játszhatják az élő műsort, miközben a második, harmadik beltéri egységen a lakás többi szobájában mindenki azt néz, amit szeretne, egymástól függetlenül.”

Megtudtuk, hogy a kártyamegosztás nem összekeverendő a Cardsharing-gel. A Cardsharing egy más kérdés. Kökény János, aki évekig a UPC Direct európai antipiracy tevékenységét koordinálta elmondta, hogy ezt a fajta tevékenységet tűzzel-vassal üldözik, hiszen ez minden műsorszolgáltatót és műholdas szolgáltatót megkárosít. Nem szabad a két technológiát összekeverni.

Az egyikben (kártyamegosztás) egy, a beltéri egységben levő kártya engedélyező jeleit osztjuk több felé vezetéken, vagy WiFi-n keresztül a lakáson, vagy pár száz méteren belül, míg a másik esetben (Cardsharing), egy szerverbe behelyezett kártyáról Interneten keresztül kéri le, akár az ország, vagy a vételkörzet határán belül rácsatlakoztatott beltéri egységek a kódokat. Kökény János azt is elmondta, hogy jelenleg is több ügyészégi vizsgálat folyik az általuk felderített Cardsharing szervereket üzemeltetőkkel szemben.

Az **Antenna Digital** lakossági szolgáltatásmenedzsment vezetője, **Vámos Péter** először a szolgáltató oldaláról közelítette meg a kérdést. „Ha a műszaki megoldást vesszük alapul, nálunk nincs ilyen. Mikor a beruházás elindult vizsgáltuk az „egy háztartás több TV”, illetve a műsorok rögzítési lehetőségének kérdésköreit is. A kártyamegosztás akkor még nem volt elérhető a megoldás, így annak műszaki és jogi hátterét nem vizsgáltuk, azonban az kijelenthető, hogy a szolgáltatóknak olyan megoldást kell találniuk, amely rugalmasan tudja kielégíteni a különböző előfizetői igényeket.

Ha egy műszaki megoldás csak bizonyos, korlátozott számú esetben alkalmazható, akkor az csak a logisztikát bonyolítja. Az Antenna Digitalnál végül is a két tuner-es dekóderek beszerzése mellett döntöttünk, bár ha több különálló helyiségről van szó, ez a megoldás nem kényelmes. A több szobás megoldást több dekóder kiadásával oldjuk meg. Lényeges, hogy csak meglévő televízió mellé adjuk ki a további készülékeket és kártyákat, a szerelőinknek erre oda kell figyelniük, valamint a szolgáltatás csak a megadott címen vehető igénybe.”

Kérdésünkre, hogy mennyien veszik igénybe a plusz dekóderek telepítését, elárulta,

hogy 50%-a az ügyfeleknek, „ pontosabban mondva másfélszer annyi dekóder van kint, mint ahány ügyfelünk van”.

Előfizetői oldalról vizsgálva a kérdést Kökény Jánoshoz hasonlóan ő is úgy véli, hogy az Antenna Digital előfizetőinek egyszerűen nem éri meg a kártyamegosztásba fektetni, ugyanis akár plusz kétszáz forintért is hozzájuthatnak a további készülékekhez. „Arról nem is beszélve, hogy a rendszerünk jellegzetessége, hogy műholdas frekvencián dolgozunk, de kábeles kódolást, azaz DVB-C-s rendszert használunk. A DVB-C-s dobozok nagy frekvenciastabilitást igényelnek, amit a régi fejek nem tudnak biztosítani, ezért egy standard DVB-C-s doboz, egy nem fejlesztett fej nem tud stabilan, megbízhatóan működni. Hat-nyolc speciálisan fejlesztett szoftver elem csak az általunk kiadott dobozban található meg, így bizonytalansághoz vezethet más set-top box használata, és egyben egyes digitális

szolgáltatások (EPG, nyelvválasztás stb.) használhatósága is csökkenhet.

Az olyan visszajelzések száma, hogy egyesek saját set-top-boxukat szeretnék használni, vagy televíziójuk beépített dekóderét, minimális.

Vámos Péter fontos kérdésnek tartja még a jogi kérdések tisztázását is, amelyek alatt nem csak a titkosító rendszer szerződésben rögzített biztonsági megkötéseire, hanem a szerzői jogi kérdésekre is gondol.

A T-Home és a Hello HD illetékesei többszöri megkeresésünk után sem kívántak nyilatkozni a témában.



Televés

Európa vezető antennagyártója

A Televés a legmagasabb igényeket is kielégítő minőségben gyárt többek között:

- kültéri és beltéri rádió és TV antennákat *
- parabola antennákat *
- antennaerősítőket *
- kábeltvé fejállomás építőelemeket *
- jel szétosztó eszközöket *
- mérőműszereket *

A Televés eszközök kimagasló műszaki és mechanikai paraméterekkel rendelkeznek, valamint esztétikus megjelenésűek.

Jó velük dolgozni!



H45 professzionális mérőműszer
profi szerelőknek.
DVB-S, DVB-S2, DVB-H,
DVB-T, DVB-C, GSM, Wifi, FM,
MPEG2, MPEG4 mérésekhez

Az NHH, a DVB-T méréseihez
Televés antennákat választott.



NEMZETI HÍRKÖZLÉSI HATÓSÁG

A Televés magyarországi disztribúciós partnere:
P-Sat Hungary Kft.
1107 Budapest Fogadó u. 3.
Tel: 06 1/405-4268 **WEB: partner.sat.hu**

A P-Sat Hungary Kft. új fejlesztési irányai

Folyamatosan azon gondolkodunk a cégünknel, hogy hogyan tudjuk a lehető legteljesebb szolgáltatásokkal segíteni a partnereinket.

A célunk az, hogy minél több sikeresen működő viszonteladónk legyen, akiket a lehető legteljesebb körű szolgáltatásokkal szolgálunk ki, minőségi, nagyon könnyen eladható, jó árrésű termékekkel úgy, hogy azokat határidőre és gyorsan megkapják, ezáltal képesek nyereséget termelni saját maguk számára.

Ennek érdekében már most is számos előnyt biztosítunk azoknak, akik bennünket választanak:

Díjmentes kiszállítás

A megrendelt termékeket az ország egész területén díjmentesen kiszállítjuk a viszonteladó partnereink részére. Rendszeres túrajáratokat indítunk az ország négy nagy régiójába, így biztosítjuk azt, hogy legalább két héten belül mindenhol megforduljunk. Már sok kereskedő él ezzel a lehetőséggel és úgy állítja össze a megrendelését, hogy tudja biztosítani a két hétre elegendő áru mennyiséget az üzletében. Természetesen adódhatnak olyan szituációk, amikor gyorsan kell valamilyen termék, mert az ügyfél nem tud várni, akkor az egyik nap délelőtti megrendelt áruval, másnap a GLS futárszolgálat kopogtat az üzletben. Ennek a költsége jelképes 2500 Ft

3 % külön árengedmény

Minden viszonteladó partnerünk, aki a telephelyünkön veszi át a megrendelt termékeket és készpénzzel, vagy előreutalással fizet, a számla végösszegéből 3% extra kedvezményt biztosítunk. A kedvezmény igénybevételenek egy apró feltétele van, hogy nem lehet lejárt kifizetetlen számlatarozás!

Zéró kockázat — 100% árgarancia

A viszonteladó partnereink részére

100%-os árgaranciát biztosítunk, ami azt jelenti a gyakorlatban, ha valamilyen termékünknek csökken az ára és a viszonteladónál még van még belőle eladatlan készlet, akkor, ha erről értesítést kapunk az árlista kiküldését követő egy héten belül, a keletkezett árkülönbözetet a következő vásárláskor jóváírjuk. Így bátran lehet rendelni, nincs kockázat, mert a meglévő készletet az árcsökkenés után még könnyebben lehet eladni.

+1 év garancia

Mint az köztudott, az általunk forgalmazott termékekre 2 év garanciát vállalunk. Ezen felül az összes Optibox, Opticum és Globo készülékre

+1 év garancia igényelhető. Ha a vásárlók beregisztrálnak a www.opticum.hu weboldalon, ezzel díjmentesen megnövelheti egy évvel a készülékére a garanciát. Ezzel a lehetőséggel plusz pontot szerezhet az eladó vásárlónál.

Ajánlott fogyasztói és szerelői ár

Az árlistánkban feltüntetjük az általunk is használt fogyasztói és szerelői árakat, amelyek támpontot adhatnak a termékek árazásakor. Az ajánlott szerelői és fogyasztói árral segítséget kívánunk nyújtani a megfelelő árstruktúra kialakításához.

Piacfigyelés

Folyamatosan figyeljük a piaci igényeket, valamint az elérhető újdonságokat. Ezen ismeretek birtokában úgy alakítjuk a termékkínálatunkat, hogy partnereink egy helyen megkaphassák a legkönnyebben eladható és legnagyobb profitot biztosító termékeket.

Közvetlen gyártói kapcsolatok

Az alább felsorolt termékeket közvetlenül a gyártóktól szerezzük be. Ennek az előnye mellett, hogy kedvező árat tudunk biztosítani, visszajelezhetünk a gyártónak a termékek fejlesztésével, hibajavításával kapcsolatban, ezáltal maximálisan figyelembe

veszik a magyarországi vásárlók igényeit. (pld. Globo, Opticum, Optibox, Technisat, Humax, Topfield, Televes, Inverto, Famaval, AB-IPBOX, Ikusi, Invacom)

Tervek a közeljövőre:

Szervizfejlesztés:

Az Opticum, Globo és Optibox készülékek minél jobb garanciális ügyintézése érdekében fejlesztésre került a szerviz. A korábbi raktár helyén lett kialakítva új, de ismerős munkatárssal.

Új készülékek a téli szezonra.

Optibox Pantera — Hihetetlen erős, Linuxos HDTV műholdvevő, a lehető legtöbb hasznos funkcióval felvértezve, verhetetlen áron.

Optibox Aligator — az igazi kételtű,

Linuxos HDTV combo boks, igen, a MindigTV-re is jó lesz!

Szeptemberben további meglepetésekkel jelentkezünk

Posta Tibor

HDTV

Opticum 9500 HDTV műholdvevő



Egy igazi nagygépy azoknak, akik mindig a LEGJOBBAT szeretnék

- A készülék vezérlőprocesszora 400 millió utasítást képes végrehajtani másodpercenként
- Az érzékeny tuner a gyenge adásokat is képes venni
- A fejlett DiSEqC parancsok révén kitűnően kezeli a többfejes vagy forgató antennákat
- A kép a képben funkcióval egyszerre két adót is meg tud jeleníteni
- Az USB-hez csatlakoztatott pendrive-ra vagy merevlemezre minőségromlás nélkül tudja rögzíteni a műsorokat, miközben nézhet egy másik adót. Sőt, két HD-s csatorna egyidejű rögzítésére is képes
- Beépített kártyaolvasói és modulfogadói több kódolt csomag vételét teszik lehetővé
- Nyitott a külvilágra: az Ethernet csatlakozó számos lehetőséget rejt más készülékekkel való együttműködésre, és Internetes alkalmazásokra

www.opticum.hu

NAGYKER. ÉRTÉKESÍTÉS: P-SAT HUNGARY KFT.



Információ: 06/1 433-4285

Aratás uborkaszezonban



Pálincás Róbert
www.marketingzseni.hu/sat

Mit tanulhatunk egy New York-i utcai árustól?

Ha jártál már New Yorkban, lehet, hogy láttál már olyan utcai árust, aki arra volt berendezkedve, hogy az év 365 napján profitot termeljen. Süt a nap? Elő a napszemüveggel, pólókkal és baseball sapkákkal! Esik az eső? Esernyő minden méretben. Hóesésben sapkák, sálak, fülvédők, Szilveszter előtt tűzijátékok, a legkülönbözőbb zajkeltő eszközök, konfetti és szerpentin spray. És a Te céged? Ha januártól decemberig ugyanazt kínálsz, és meg vagy elégedve az eredménnyel, akkor ez a cikk nem Neked szól. Ha vannak uborkaszezonok a tevékenységedben, akkor viszont érdemes tovább olvasnod, hogy megtudd, mit tehetsz, hogy ilyenkor is jól menjen az üzlet.

De hát mi egy komoly cég vagyunk!

Persze nem azt javaslom, hogy ha kánakokat árulsz, akkor nyáron térj át a fürdőruhákra és gumicsónakokra (habár lehet, hogy nem is lenne olyan rossz ötlet...). Mit tehetsz úgy, hogy a céged imázsa is megmaradjon és a forgalom se csökkenjen nagyon le az "uborkaszezonban"?

Négy kérdés

1. Mire van szüksége az ügyfeleidnek, amikor arra, amit Te kínálsz, éppen nincsen?

Ez a legfontosabb. A legegyszerűbb ugyanis eladni olyanoknak, akik már ismernek, bíznak Benned, és egyszerűen el tudod érni őket: a meglévő vevőidnek. Ennek feltétele, hogy legyen valamilyen használható ügyfélnyilvántartásod. Rossz példa a kisbolt (nem rögzítik a vevők adatait) jó példa a bank (még a lábméretedet is nyilvántartásba veszik, amikor bankszámlát nyitasz vagy kölcsönt veszel fel). Ha tudod, mit vennének meg az ügyfeleid az évnek abban az időszakában, amikor a jelenlegi termékedet, szolgáltatásodat nem, és el tudod őket érni (mert van nyilvántartásod), akkor készen állsz az uborkaszezon elleni harcra.

Néhány kézenfekvő példa:

- Ha légkondicionálókat árulsz, télen fűtési rendszerek
- Ha ejtőernyős ugrást oktatsz, tanuld meg télre a síoktatást
- Ha napernyőket árulsz, télen hólapát és társai
- Fagylaltosnak télen forró csoki és forralt bor

(és egy rossz vicc): Decemberben instant karácsonyi kölcsön, januárban adósságrendező kölcsön

2. Hogyan tudom kiszolgálni ezt az igényt?

Természetesen megteheted azt, hogy elveszel egy új terméket, szolgáltatást a palettádra, ami akkor megy, amikor a mostaniaknak holt szezonja van.

Ez viszont költséges, befektetés-igényes lehet. Ha rögtön arra gondoltál, hogy mit kellene tenned, hogy az uborkaszezonban valami mást kínálj, és hogy ezt mibe kerülne megvalósítani, meg kell, hogy nyugtasalak: egyáltalán nem biztos, hogy a legjobb megoldás az, hogy Te szerzed be, gyártod, szolgáltatod ezeket a "más dolgokat".

Ha lehámozzuk a külsőségeket bármely cég tevékenységéről, akkor néhány alapvető funkció marad. Az eladás (beleértve a marketinget és az értékesítést) minden cég tevékenységének jelentős részét adja. A termék, szolgáltatás nyújtása egy másik nagy terület. Ki mondta, hogy ezeket nem lehet elválasztani egymástól?

Vettél mostanában "amerikai" Nike cipőt? Hol gyártották? Csak nem Kínában? "Finn" Nokia mobiltelefont? És azt hol gyártották? Esetleg Kínában? "Svéd" IKEA bútort? Rákérdezhetek...?

A nagyok már régen rájöttek, hogy egy cég termékének előállításához és a marketing különösebb probléma nélkül különválasztható. Ez még magában nem jelent Neked semmit, a lényeg itt van: mindkét rész külön-külön képes nyereséget termelni.

Ha kisebb a céged, akkor más módon, de Te is használhatod ezt a módszert (a termelés és a marketing különválasztását).

Az egyik, ritkán kihasznált lehetőség olyan partneri kapcsolatok kialakítása, ahol a két tevékenység ugyanannak a célcsoportnak szól, de nem konkurenciája egymásnak, hanem kiegészítik egymást. Egy ilyen partneri viszonyban az a fél, akinek éppen "hótszezonja" van, dolgozhat azon, hogy a partner termékeit, szolgáltatásait reklámozza és adja el saját "szunnyadó" ügyfeleinek, akár a saját márkanévvel "címkeztve", természetesen jutalékért.

Miért jó ez a megoldás? Szinte semmi befektetést nem igényel a részedről (a termék vagy szolgáltatás a partner dolga, Te csak a marketinggel foglalkozol). Az igazi tőke, amiből a Te nyereséged lesz, az a kapcsolataid (meglévő ügyfeleid) és a marketingbe fektetett munkád.

Hogyan lehetne például egy néhány fős, légkondicionálókkal foglalkozó cégben kihasználni a téli hótszezont anélkül, hogy át kellene alakítani a céget, új termékeket kellene beszerezni, stb.? Találj egy olyan partnercéget, aki fűtési rendszerekkel foglalkozik, de légkondicionálókkal nem.

Egyeztetek meg, hogy ősztől tavaszig segítesz eladni a termékeiket jutalékért. Ugyanúgy, ahogy a saját termékeidre, szolgáltatásaidra is tetted, dolgozz ki egy jó ütős marketing kampányt a meglévő ügyfeleid felé. Ha így szól a megállapodás, akkor a számlázást is rendezheted Te, a partner cég kiszállítja az árut, elvégzi a szolgáltatást, és megkapja Tőled a neki járó részt. Te pedig megtartod a jutalékot.

Természetesen ez csak egy verzió - csak a kreativitásod szab határt annak, hogy hányféle módon lehet egy ilyen gyümölcsöző, mindkét fél számára hasznos együttműködést létrehozni.

Ne hidd, hogy ez a fajta marketing, amikor nem Te gyártod a terméket vagy nyújtod a szolgáltatást, valami új vagy különleges dolog. Tulajdonképpen minden kereskedelmi cég ezt csinálja. Ha ezt teszed, akkor csak azt csinálsz, mint a Nike, a Nokia vagy az IKEA egész évben: ők Magyarországon csak a marketinggel foglalkoznak, a külföldi anyacég mással legyártatja a termékeket Kínában, ők csak megszervezik az értékesítést és a szállítást. Habár Te a fizikai termékeket látod, a teljes bevételük a marketing tevékenységükből származik, a termékek ára csak átfolyik rajtuk. Jó üzlet ez? Sokan meglepődnek, mikor először járnak egy világcég magyarországi irodájában.

Általában sokkal kevesebb embert találnak, mint amire számítanak. Gyakran egy maroknyi ember látja el a több tízezer főt foglalkoztató világcég helyi képviselőjét, és nagyon jól megélik belőle. A titkuk: marketinggel foglalkoznak. Az helyzet az, hogy legyártani sokkal könnyebb valamit, profi, sikeres marketinget csinálni neki. Miért? Az egyetemekről és főiskolákról tömegével kerülnek ki az olyan szakemberek, akik profi módon képesek egy terméket létrehozni, mert megtanulták azt a szakmát.

A marketingről ugyanezt nem lehet elmondani. A "hivatalosan" tanított marketing a multikra van szabva, és még arra sem tökéletes - a tankönyvek elavultak, sokszor elméletiek és túlbonyolítottak, a gyakorlat hiányzik az oktatásból, és az eredmények díjakat jelentenek és nem bevételt.



A jutalom" pedig a fix fizetési állás egy multinál. A Te helyzeted más - Te a saját zsebeden érzed, hogy jól csinálod a marketinget vagy sem.

A marketinget pedig azért érdemes jól csinálni, mert akár a Te céged nyújtja a terméket, szolgáltatást, akár csak közvetítesz (és a kereskedelemben ki nem...?) a marketing maga egy nagyon jól megfizetett tevékenység, ha jól csinálják. Gondolj bele: egy átlagos kereskedelmi cégben, ahol az árrés 30%, a költségeik (iroda, telephely, bérek és járulékok, telefonszámla stb.) az árrésnek gyakran a 70%-át is eléri. A nyereségük így ideális ebben sem lesz több mint a bevétel 9%-a. Ha Te plusz vevőket hozol nekik, és ez nekik semmibe sem kerül, még akkor is jól járnak, ha 15% jutalékot fizetnek Neked - a költségeik nem növekedtek, és az árrésből az övék maradt 15%. Mindenki jól jár. Észrevetted, hogy ebben az esetben Te is és ők is többet keresnek, mint amit ők egyedül kerestek volna? Hogyan lehetséges ez?

Az erőforrások okos kihasználásával: mindketten olyan kapacitásból hoztátok ki több bevételt, ami eddig is ott volt: az ő meglévő rendszere simán tud kezelni plusz 10-20% forgalmat ugyanannyiért, Te pedig az uborkaszezonban paragon heverő marketing kapacitásodat használtad profittermelésre.

3. Miért nem vesznek ilyet akkor?

Persze nem biztos, hogy mindig az első és legjobb megoldás hozzáadni valamit a profilodhoz. Sok esetben a hatékony marketing hiánya az, ami az uborkaszezont okozza!

. Mikor érdemes télikapót venni? Természetesen nyáron. Miért? Mert a cég, akinek a nyakán maradt az áru, sokszor akár fél áron is hajlandó odaadni Neked, mert ha nem adja el, nem csak benne ül a pénze, de még lehet, hogy a raktározásért is fizetnie kellene - még a hatalmas engedménnyel is jobban jár, mintha megtartaná jövő télíg, amikor még az is lehet, hogy már kiment a divatból.

Jogos tehát a kérdés: el lehet-e adni nyáron télikapót? El bizony! Csak ügyes marketing kérdése. Magyarázd el a vevődnek, hogy ahelyett, hogy megtartanád jövő télíg, Neked jobban megéri eladni most hatalmas engedménnyel, ő pedig igencsak jól jár. Hiszen az biztos, hogy tél jövőre is lesz, valamikor úgyis megvenné... Az emberek egyetlen okból nem vesznek valamit szezonon kívül: mert nem adtál nekik elég jó okot, hogy akkor is megvegyék. És ennek nem kell az árengedményben kimerülnie (az árengedmény csak egy marketing eszköz, nem old meg mindent, és nem mindig ez a legjobb módszer).

Egészen jó marketing kampányt lehetne csinálni például arra, hogy az új fűtési rendszerért (kazánt, csövek lefektetését, fűtőtesteket vagy padlófűtést, stb.) a nyár közepén szerelik be, amíg Te nyaralsz. (Te nem utálsz, ha szétszedik a lakásodat, miközben Te is benne próbálsz lakni...?) Itt például nem az árengedmény lenne a jó érv, hanem a kényelmesebb, kevesebb felfordulással járó, távollétedben elvégzett szerelés, ami extra szolgáltatás-- akár még felárat is kérhetnél érte! Karácsonyfadíszeket eladni júniusban? Nem probléma, csak egy jó koncepció kell hozzá: Te is kartondobozokban tartod egész évben a karácsonyfadíszeket? Vedd meg az egész kollekciót júniusban, és adunk hozzá egy praktikus, erős és szép tároló dobozt, amiben nem csak karácsonyig, de évekig tárolható őket biztonságosan, könnyen rendszerezhetően - tessék csak megnézni ezt a karácsonyfaízzó tároló hengert, amire feltekerve nem kell majd egy órát tölteni a gordiuszi csomógyűjtemény kibogozásával Karácsonykor!

4. Hogyan teremthetsz Te szezont valaminek?

Alapvetően minden területre igaz az, hogy a "szezonomat" csak részben okozzák "logikus" dolgok, a fennmaradó rész semmi más, mint a "mert így szoktuk". Amerikában nem létezik a névnap. Ezért Magyarországon kétszer annyi alkalom van virágot eladni: mindenkinek van születésnapja és névnapja is.

Ha már az ajándékozásnál járunk, ki ne hallott volna a Valentin-napról? Ezt a napot egyes országokban már a 15. században megünnepezték, koronként változó, de országonként is más-más szokásokkal.

Ugye Neked is a virág és képeslap jut eszedbe a Valentin-napról? Japánban más a helyzet: itt a Valentin-napot egy csoki-gyár "vezette be" 1958-ban. Megtanították a japánoknak, hogy ez egy fontos nap, és ilyenkor a nők csokoládét ajándékoznak a férfiaknak (és nem fordítva). A Valentin-nap sikerén felbuzdulva a 60-as években egy másik japán édességyár bevezette a Fehér napot, amikor ("hogyan orvosolják az igazságtalanságot, hogy Valentin-napon csak a férfiak kapnak csokit") a férfiak ajándékoznak fehér csokit a hölgyeknek.

Ügyes marketing, nem? Két nap, amikor az egész ország csokit vesz. Hasonlóképpen, habár nekünk nem biztos, hogy az Anyák Napjáról egy gyertyafényes vacsora jut eszünkbe, az amerikai Étterem Szövetség ügyes marketinggel elérte azt, hogy az amerikaiak közül a legtöbben egy hangulatos éttermi vacsorával ünneplik az Anyák Napját - többen vacsoráznak ezen a napon étteremben, mint az év bármely más napján. Persze nem kell nemzeti ünnepet bejegyeztetned ahhoz, hogy hasonló módon az év egy napját kinevezhesd egy "fontos" napnak, amikor az ügyfeleid részévé válnak valaminek, ami fontos Neked, és nekik is jó (a fenti példák azért működtek olyan jól, mert széles körű egyetértésre találtak. A férfiaknak a nők, a nőknek a férfiak, és mindenkinek a saját édesanyja azelőtt is fontos volt, mielőtt valaki kitalálta volna, hogy ünnepejük meg őket, és hogy hogyan). Napjai vannak az energiatakarékosságnak, a környezetvédelemnek,

a sportnak és még ki tudja, hány jó és hasznos dolognak. Ha keresel, biztosan találsz egy olyan napot, amit "mintha Neked találtak volna ki". Állj az ügy mellé, használd ki a lehetőséget, hogy értéket adj, és ugyanakkor felhívod a figyelmet az alkalomhoz illő termékeidre, szolgáltatásaidra. Ha nincs olyan, ami megfelelne, bármikor kitalálhatod a "saját legendádat", egy érdekes sztorit, egy jó ügyet, amivel megmozdíthatsz másokat. A vegetáriánus fesztiváloktól a macskakiállításokig számtalan hasznos, népszerű rendezvény pontosan így jött létre. És ha okos marketinges vagy, természetesen ezeket az uborkaszezont kellős közepére időzítet...



És a január...?

"Januárban semmit sem lehet eladni" - halljuk a nagy igazságot lépten-nyomon, és cégek tömegei már jó előre rettegve készülnek a januárban várható "elkerülhetetlen" katasztrófára. Tényleg semmit nem lehet eladni januárban? Nos, nézzük: Te is biztosan fogsz venni januárban élelmiszereket, fűtést (gáz, áram, távhő, vagy ami Nálad van), vizet, papírt és borítékot, telefon- és internet szolgáltatást, lehet, hogy hólapátot, ha még addig nem vettél, talán téli gumit és még egy sor más dolgot. Ki adja el Neked ezeket? Senki. Úgy gondolod, hogy ezekre "szükséged van", akármilyen is legyen a bevétel. Hadd kérdezzek valamit: el tudnál jutni az irodádba busszal vagy metróval? Nem azt kérdeztem, hogy tetszene-e, hanem azt, hogy meg tudnád-e oldani? Valószínűleg igen. Akkor tényleg "szükséged van" az autóra, vagy csak kényelmesebb autóval jární?

Ennyit erről. Legtöbben januárban is igenis költünk a saját kényelmünkre, januárban is olyan ételeket veszünk, amiket szeretünk, és nem korlátozzuk a bevásárlást kényérre és tejre. Egyszerűen csak ilyenkor inkább azokat a dolgokat vesszük meg,

amelyek úgy szerepelnek az elképzeléseink között, hogy "alapvető" vagy "létszükséglet", vagy "muszáj". És lehet, hogy megveszünk olyan dolgokat is, amelyek nem tartoznak a "létszükséglet" kategóriába (év eleji sítúra, januári árleszállításkor megvehető dolgok, stb.). Ezekre is megvannak az indokaink: "ilyenkor érek rá", "most olcsóbb", stb. Látod már a lényegét? A "januári marketing" (és bármilyen holt szezonban történő eladás) lényege az, hogy "januári érveket" kell felhozni a vásárlás mellett: "létszükséglet", "alapvető", "síelj a januári uborkaszezontban", "januárban olcsóbb", stb. Nem lehet nehéz például automata termosztátot eladni januárban: "csökkenti a drága energiaköltségeket".

Sport és zöldség

Hogyan függ össze az uborkaszezont és a jégkorong? Mindkettőben ugyanazt kell tenned, ha nyerni akarsz: előre gondolkodni. Ahogy minden idők egyik legnagyobb jégchokisa, Wayne Gretzky mondta egyszer, amikor a sikerének titkáról faggatták: "Én nem oda megyek a jégen, ahol a korong van, hanem oda, ahol lesz." Ha készületlenül ér az uborkaszezont, már javában benne vagy, mire megpróbálsz tenni valamit, akkor elkéstél. Az, hogy mennyivel kell előre "rákészülnöd", hogy kivédhesd a hatását, attól függ, hogy milyen gyorsan reagál a céged: ha nagyker céged van, hónapokkal előre készen kell lenned mindennel, ha közvetlenül értékesítesz az ügyfeleidnek és minden ügyfelednek megvan az email címe, akkor akár egy néhány nap alatt is javíthatsz valamit a helyzeten. Én a leggyorsabb cégben is minimum egy hónappal előre terveznék, de még ez is csak "tűzoltás". A legjobb jó korán felkészülni rá, amikor eljön az idő, csak megnyomni a kész anti-uborkaszezont kampányod indítógombját, és ha besétál valaki és arról panaszkodik, hogy milyen rosszul mennek a dolgok ilyenkor, Te csak csodálkozva nézel rá - "Milyen uborkaszezont...?" Ugyanúgy, mint a New York-i utcai árus, egy kis előre gondolkodással, kreativitással, ügyes marketinggel profitot termelhetsz az év 365 napján.

Sok sikert!

Pálincás Róbert

Steca néni dunsztosüvegei

Avagy szörnyű igazságok a könyvelőkről.

- *Mikor értem meg végre azt, amit a könyvelőm beszél?*
- *A könyvelőm szerint nyereségek vagyunk, de akkor hol van az a pénz?*
- *Miért olyan bonyolult az egész könyvelés?*

Kedves Cégvezető Barátom!

Ha lehet, ne mutassa meg ezt a cikket a könyvelőjének, mert biztos nem lesz boldog tőle. Ugyanis szörnyű igazságokat fogok írni a könyvelésről. Akkor lássuk.

A könyvelőjét ugyan Ön fizeti, de nem Önnek dolgozik, hanem az államnak. A könyvelő egy olyan virtuális világot hoz létre, ami az ön számára használhatatlan, viszont kiszolgálja az állam elnyomását. (Erről persze nem a könyvelő tehet.) A könyvelés a cégvezető szempontjából nem egy épelméjű dolog, ahogy ezt már valószínűleg gyanította is. Nézzük miért.

Mondjuk az Ön cége kibocsát egy számlát 50 millió forintból. Az Ön könyvelője azonnal azt állítja erre, hogy „árbevétel”. Szemen-szedett hazugság! Egy kanyi bűdös vasat sem kapott, csak egy darab papírt küldött el egy másik cégnek. De emiatt hamarosan be kell fizetnie 10 millió forintnyi ÁFA-t.

Aztán persze, mivel ez „árbevétel”, ezért a cége „nyereséges”. Meg kell fizetnie a nyereségadót. Lehet, hogy soha nem fizetik ki Önnek azt a számlát. Ön pedig szépen csődbe megy. Nézzük a másik oldalt. Az Ön számláját megkapta egy cég. A könyvelőjük boldog, és azt mondja: „költség”.

Nézzük a másik oldalt. Az Ön számláját megkapta egy cég. A könyvelőjük boldog, és azt mondja: „költség”. Semmit sem fizettek, lehet, hogy soha nem is fognak, ez mégis „költség”.



Piroska Gyula

Ezzel csökkenti annak a cégnek az adóalapját, és az a cég „veszteséges” lesz, nem kell nyereségadót fizetnie. Ha elég ügyes, megszerzi az államtól a 10 millió forintnyi ÁFA-t is. Él, mint Marci a Hevesen az Önnek ki nem fizetett pénzből, és még adót sem fizet, meg még kap pluszban 10 milliót.

Na, ha mindez egy épelméjű dolog, akkor én vagyok a dalai láma. Persze van még néhány csavar a dologban. Például, ha Ön csinál egy nagyobb beruházást, akkor az állam bácsi, nem engedi, hogy Ön azt elszámolja költségnek. Nem! Évente apránként amortizálhatja, és minden évben egy részét számolhatja csak el. Igaz, hogy jól kiköltekezte magát, és nincs pénze, de azért csak fizessen nyereségadót.

Csak a könyvelés adataiból vezetni a céget veszélyes dolog, mert egy virtuális, mesterséges világ.

Csak a könyvelés adataiból vezetni a céget veszélyes dolog, mert egy virtuális, mesterséges világ. Nem arra találták ki, hogy Önt a cégvezetésben segítse, hanem az állam támogatására, hogy beszédhesse az adót.

Például a könyvelő egy kategóriának veszi az A4-es papírt, az asztallapot, és a benzint. Ez neki mind egy kategória: „anyag”. Na, próbáljon meg Ön ebből épelméjűen pénzügyi tervezést készíteni.

Ráadásul a könyvelés egy utánkövető dolog.

Miután megtörténtek a gazdasági események, utána könyveli le a könyvelő őket. Ezért nehéz az ő adataiból Önnek gondolkodni.

Olyan ez, mintha Ön lenne a repülőgép pilótája, mint cégvezető, és a könyvelője lenne a navigátora. És ez a navigátor mindig pontosan meg tudná mondani, hogy ezelőtt másfél órával hol jártunk. De hogy előttünk mi van, szabad a pálya, vagy a World Trade Centernek csapódunk mindjárt neki, na, azt ő nem látja. Sőt, a navigátorunk még arra is képes, hogy ha kell, azt mondja, hogy nem is ott jártunk ám, ahol jártunk.

Talán ismeri a következő viccet. Megkérdezik az átlagembert: „Mennyi kétszer kettő?” Azt feleli: „Négy.” Megkérdezik a matematikust: „Mennyi kétszer kettő?” Azt feleli: „Vannak bizonyos esetek, amikor nem négy.” Megkérdezik a könyvelőt: „Mennyi kétszer kettő?” Azt feleli: „Mennyi legyen?”

A könyvelés mesterséges világa mellé be kell vezetni a cégbe a sváb parasztszöveget, Steca néni gondolkodásmódját. Ő csak a kezében lévő készpénzzel gondolkodott, nem egy virtuális valósággal. Dunsztosüvegekben céltartalékokat képzett, és a család jól élt. Nem érdemes túlbonyolítani az egészet.

Ma a közgazdaságtan és az egész könyvelési terület mesterségesen össze van kuszálva, érthetlenné és átláthatatlanná van téve. Ön, mint cégvezető, így nem értheti a könyvelést. Ez persze komoly veszély a cége számára. Ez bizony elnyomás.

Az „Economy” szó az angolban azt jelenti, hogy „közgazdaságtan”. Tudta Ön, hogy ennek a szónak az eredeti jelentése az volt, hogy „egy háztartás vezetésének a tudománya”? Azt javaslom, ne bonyolítsa túl Ön se! Vezesse be cégébe Steca néni és Hanzli bácsi gondolkodásmódját!

Piroska Gyula
a cégvezetők barátja

Hogy ne érezze magát egyedül a cégvezető.
www.piroskagyulatrening.hu



„Nincs elég tűz a szemében!”

Mondta nekem egy ügyfelem, hogy egy teljesen alkalmas pénzügyi asszisztens jelöltet miért nem vesz fel. A dolog eléggé megdöbbenett, amíg néhány évvel ezelőtt végeztünk egy több száz cégre kiterjedő felmérést, és megértettem a dolgot, mert:

5 olyan cégvezető volt csupán, aki elmondása szerint magabiztosan és sikeresen végzi a munkaerő kiválasztást!

Éppen ezért szinte minden vezetőnek van valamilyen „speciális”, csak általa használt módszere a munkaerő kiválasztására, az állásinterjú technikákra, kezdve a jelölt családi hátteréből levont mélyenszántó következtetésektől, az önéletrajz formátumán, a testbeszédén, a grafológián, az asztrológián, az arcelemzésen át egészen a különböző „szadista tesztekig”.

Ahány ház, annyi szokás, és felmérni ezeket a módszereket legalább akkora munka, mint amit Kodály Zoltán a magyar népdalok gyűjtésekor végzett. A kérdés tehát az, van-e valami egyszerű módszer, amit egy túlterhelt, időhiánnyal küzdő vagy akár rossz emberismerettel rendelkező vezető is sikeresen tud alkalmazni? A válasz egy határozott IGEN, létezik ugyanis egy, amely mindig jól működik.

A teljesítményalapú munkaerő kiválasztás!

Dacára a sok tudományos módszernek, a pszichológusok által kifejlesztett rengeteg tesztnek, még a legnagyobb multcégek felsővezetőinek kiválasztásánál is túl sokszor a szimpátián múlik a végső döntés. Természetesen a végső fordulóba általában a már szak-

mailag teljesen megfelelő 2-3 jelölt szokott eljutni, de túl gyakran nem a legjobb nyeri el a megpályázott állást, hanem a legszimpatikusabb.

Ennek egyszerű az oka. Az emberismerethez óriási tapasztalat kell, ez az, amit nem lehet csak iskolában vagy elméletben megtanulni. Ráadásul rengeteg egymásnak ellentmondó dolgot tanítanak ez ügyben, így teljes a zűrzavar. Amikor egy egyén megítélésénél rengeteg szempontot kell mérlegelnie, és szinte beleveszik ezek zűrzavarába, akkor a szimpátia az a biztos pont, amibe kapaszkodni tud.

Szerencsére van más biztos pont is embertársai megítélésében a szimpátián kívül, ez pedig a teljesítmény, a produktum. Ehhez igaz extrém, de jó példák azok a szakmák, ahol valaki élete múlik azon, hogy jól végezzék a munkájukat, pl. mentőorvosok, tűzoltók.

Ha valamelyik hozzátartozója életét megmenti egy mentőorvos, akkor ő biztosan szimpatikus lesz az ön számára, míg ha egy társasági összefüggésben találkoznak, akkor lehet, hogy ellenszenves embernek fogja őt találni. Ráadásul ez fordítva is igaz. A társaságban rendkívül szimpatikus emberről gyakran kiderül, hogy egy nagy nulla az életben, vagy a munkájában.

„Ön dönti el, hogy új munkatárs felvételénél barátot, kellemes társasági embert akar felvenni a

cégébe vagy valódi teljesítményt nyújtó, „kőkemény” munkatársat?

Ha az előbbi, akkor döntsön bátran a szimpátia alapján!”

De ne szaladjunk előre, vegyük végig a személyzet kiválasztás helyes szempontjait:

A. Hajlandóság a produkálásra:

Más néven motivációként szoktam emlegetni. A leggyengébb motiváció a pénzmotiváció, amikor a pályázó sokszor már a telefonban a kereseti lehetőségekről érdeklődik, vagy az interjút ezzel kezdi. Nálam ez a „gyenge kezdés után teljes összeomlás” kategória.

Ez az a típusú ember, aki 20%-al jobb fizetésért azonnal átmegy a konkurenciához. Sajnos nagyon sok munkakörben a többség ilyen (egy 15 fős raktárat nem fog tudni feltölteni csupa kötelességtudó emberrel), arra figyeljen, hogy kulcsmunkakörökbe még véletlenül se kerüljön ilyen ember. A történelemből is tudjuk, hogy a leggyengébb haderők mindig a zsoldosok voltak.

„Mi a feladat?”

Az igazán jó hozzáállású pályázókat elsősorban a feladat érdekli, továbbá a jövőbeni fejlődési lehetőségek, kihívások. Őket nevezem feladatorientáltaknak. Az interjú alatt jellemzően sokat kérdeznek a feladatokról (és nem a ker-

eseti lehetőségekről, juttatásokról és egyéb személyes előnyökről) és jellemzően a nehézségektől, kihívásoktól kezdenek „felizgulni”. Nem lehet őket elrettenteni. Miután kellően megismerték a „nagy feladatot”, akkor kezdenek a fizetésről tárgyalni, habár ezt többnyire nem ők kezdeményezik.

Természetesen ez a két véglet, a pályázók többsége valahol e kettő között van.

A másik fontos szempont a munkamorál. Remélem a feladatait precízen, alaposan és igényesen elvégző munkaerőre vágyik, olyanra, akinek van saját belső késztetése, hogy milyen munkát ad ki a kezéből! Nem azért végzi el kiválóan a feladatait, mert valaki ott áll fölötte, és hajtja, hanem mert neki belső igénye van a minőségi munkavégzésre. Sajnos ezt a legnehezebb kideríteni egy interjú alatt, erre találták ki a tesztfeladatokat és a próbaidőt.

B. Képesség a produkálásra:

Ez lehetne a jelmondata e cikknek.

Ezen belül két olyan dolog van, amit nagyítóval célszerű vizsgálni:

- múltbeli teljesítmény,
- múltbeli szakmai tapasztalat.

Érdekes módon az elsővel foglalkoznak a munkaadók a legkevesebbet. Általában egy interjúban olyan kérdések hangzanak el, hogy „mit csinált az előző munkahelyén?”, nem pedig a „mit produkált az előző munkahelyén?”. Az önéletrajzukban a pályázók is azt fejtetik, hogy az egyes munkahelyükön, milyen munkakörben, milyen feladataik voltak.

A munkaadók meg azt feltételezik, ha a pályázó bolti eladással foglalkozott az előző munkahelyén, akkor valószínűleg ért is az eladáshoz.

Az a baj, hogy ez csak egy feltételezés és ritkán igaz!

Nagyon ritka az olyan pályázó, aki eredményekről ír, általában olyan, aki kiemelkedőt teljesített és nagyon büszke rá.

Pedig minden önéletrajznak erről kellene szólnia, minden interjúban a kérdések zömének erre kellene irányulnia:

- Ténylegesen mit teljesített ebben a munkakörben?
- Mennyire volt ez egyéni és mennyire csapatban elért teljesítmény?
- Hogyan érte el?
- Milyen eredményeire a legbüszkébb?

Ilyen kérdésekkel bombázza a pályázókat, és meglátja, sokan már itt el fognak vérezni! Ez azonban még mindig jobb, mint a próbaidőn, vagy akár még később.

„Madarat tolláról, embert teljesítményéről!”

Biztos, ami biztos alapon jó módszer a referencia ellenőrzés is. Sajnos ezen a téren azonban az a tapasztalatom, hogy nem minden esetben merik elárulni a referencia személyek, ha a pályázóval korábbi munkahelyén gondok voltak. Ezt egyrészt lehet érteni a beszélgetés hangulatán, nagy szünetek a kérdések megválaszolása előtt, sokat gondolkodik a referencia

személy, nehezen fogalmazza meg a válaszokat, másrészt a végén érdemes feltenni egy „kötelező kérdést”: - Újra alkalmazná-e a pályázót, ha jelentkezne önöknél?

Ha erre a kérdésre gyors egyértelmű választ kapsz, akkor igen, ha bizonytalan a válaszoló, nagy szünet után kapja csak a választ, akkor inkább nem a válasz, függetlenül attól, mit mondott a referencia személy.

A múltbeli szakmai tapasztalat már az önéletrajzok nagy részéből könnyen kiszűrhető. Ez főleg akkor fontos, ha olyan munkaerőt keres, akit nem nagyon akar betanítani, vagy olyat, aki olyan tudást, tapasztalatot hoz cégébe, amivel önök még nem rendelkeznek.

Ezt azonban ne vegye készpénznek, az interjú során gátlástalanul tesztelje le a szakmai tudását és mérje fel a korábbi munkahelyein produkált teljesítményét. A bolti eladóknál ez nem nehéz, hiszen ez egy jól mérhető munkakör.

„Forgalom beszél, kutya ugat!”
Végül, ha mindezek ellenére kétségei vannak, akkor inkább ne vegye fel!

Kelkó Tamás

www.kelkotamas.hu/sat

Töltse Ön is ingyenesen az „Emberelőny!” című, 45 oldalas ebookot!

73 éves a koax kábel



Az a 22 "csőből" álló koax kábel egyszerre 90.000 telefonbeszélgetést tudott továbbítani (1970)

1936-anszabadalmaztatatalálmányát, a koaxiális kábelt két amerikai villamosmérnök, Lloyd Espenschied és Herman A. Affel. A koax kábelt elsőként az AT&T vállalat használta TV jel továbbítására New York-ban. Mára a távközlés, a TV és rádió vétel egyik nélkülözhetetlen építő elemévé vált és a minősége döntően befolyásolja a vétel megbízhatóságát.

Jobbra: Lloyd Espenschied és Herman A. Affel a koax kábel feltalálói (1949)

Tippek a legalkalmasabb kábelek kiválasztására:

1. legyen megfelelően hajlékony, a könnyű befűzhetőség és szerelhetőség végett
2. biztosítson megfelelő árnyékolást minden környezetben, ezáltal akadályozza meg külső zavarok bekerülését a hálózatba
3. legyen kicsi a csillapítása, hogy a lehető legkevesebb aktív elemet kelljen alkalmazni a rendszerben, még akkor is, ha távolra kell vezetni a jelet
4. legyen ellenálló a Nap UV sugárzásával szemben, hogy biztosíthassa a zavartalan működést, hosszú időn keresztül kültéren is
5. legyen szerelhető a megszokott csatlakozókkal és szerszámokkal
6. előnyös, ha többféle kiserelésben is kapható (100m, 305m), így egyszerű vele a munka



A Japánt Hawai-val összekötő első Transzpacifik víz alatti kábel szerelése (1964)

A P-Sat Hungary Kft. kínálatában megtalálhatóak az említett szempontoknak megfelelő koax kábelek (réz, acél, feszítőszál, RG6 és RG59 fekete és fehér, 100 és 305 m-es kiserelésben, dual- és trishield). Az árak kialakításánál messzemenőig figyelembe vettük a hazai igényeket, és minőségi kompromisszumok nélkül biztosítjuk a versenyképes árat.

Információ és rendelés felvétel: Csépe Gábor értékesítési vezető (Tel: 20/914-7705, kabeltv@sat.hu). Info a termékekről: partner.sat.hu

Az optikai kimenetes LNB

Az optikai kimenetes LNB bevezetése kétségkívül mérföldkövet jelent majd a műholdas vétel történetében, az elkövetkező jó pár évre nézve biztosan, de lehet, hogy még évtizedekre nézve is.

Mi ilyen forradalmi az optikai kimenetes LNB-ben?



Elsőre azt hihetnénk, hogy ez egyike Luke Skywalker legújabb fegyvereinek, de valóságban a legzseniálisabb ötletek táborába tartozik, amit az elmúlt pár év során kitaláltak. Egy ötlet, ami szembenéz a műholdas televíziós vétel legnagyobb problémájával: a jelcsökkenéssel vagy jelvesztéssel a koax kábelben az LNB és a műholdvevő között, csakúgy, mint a több felhasználó felé történő jel-továbbítás problémáival.

Mi olyan különleges az optikai kimenetes LNB-vel kapcsolatban? Először is elevenítsük fel, hogyan működik egy hagyományos vevőfej: az LNB veszi a parabola antenna által összegyűjtött műholdjeleket és egy másik frekvenciasávra konvertálja őket, aztán a egy műholdvevő tunerre irányítja egy koax kábelben keresztül.

A koax kábel átviteli korlátai miatt a fejtől érkező jelek a 950 és 2150 MHz közötti frekvenciatartományba vannak szorítva, így trükközni kell annak érdekében, hogy egy műhold teljes frekvenciaspektruma elérhető legyen. Az első a jel polarizálása, legyen az vertikális vagy horizontális. A körkörös polarizált jelek (balra és jobbra forgó) is használtak, de jóval kevesebb esetben, itt most ezt nem részletezzük, mert jelenlegi témánkat tekintve a többi jelhez hasonlóan viselkednek.

A koax kábelben az LNB-hez továbbított 13 V vagy 18 V tápfeszültség mondja meg, hogy vertikális (13 V) vagy horizontális (18 V) jeleket küldjön le az LNB. A második a 22 kHz-es vezérlőjel, ami arra szolgál, hogy az alsó és felső sávok között kapcsoljon. Az alsó fedi le a műhold frekvenciaskálájának 10,7-től 11,75 GHz-ig, míg a felső a 11,75-től 12,75 GHz terjedő részét.

Ha az LNB „látja” a vevőtől érkező 22kHz-es vezérlőjelet, a felső sávú jeleket küld a koax kábelben keresztül a tunernek. Ha a 22kHz-es jel nincs jelen, az LNB az alsó sávot kapcsolja be. Végül négy lehetséges jelenet játszódhat le (vertikális vagy horizontális az alsó sávon, vertikális vagy horizontális a felső sávon), de egyszerre mindig csak egy változat van jelen.

Ha egy egyszerű antenna-rendszerrel beszélünk, egy felhasználó számára, akkor minden pompás. Amint azonban egynél több ember szeretne műholdas tévét nézni ugyanazt az antennát használva, jelentkeznek az első problémák.

Ha pl. „A” felhasználó műholdvevője a felső horizontális sávot használja, akkor ha csak simán el van osztva a fejkábel, a „B” felhasználó is csak ezt a sávot használhatja, jelentősen korlátozva ezzel a nézhető csatornák számát. A valóságban, egy ilyen összeállítás teljesen értelmetlen, a felhasználók egyikének sem jelentene szórakozást a TV-zés.

Máig ezt a problémát úgy hidaltuk át, hogy több egyedi kimenetes (max.8) LNB-t használtunk, így mindegyik vevő függetlenül működhetett a többitől, és használhatta a sávot/polarizációt, amire szüksége volt.



Ha több mint nyolc végfelhasználó csatlakozott, a multiswitchek is játékba szálltak. Ebben az esetben egy quattro LNB-t alkalmazunk, négy önálló kimenettel, ami lefedi a négy sáv/polarizáció kombinációt. Így a jelek annyi helyre jutnak el, amennyire csak szükséges.

Az egész azonban nem olyan egyszerű, amilyennek látszik. Minden koax kábel, amit a különböző multiswitchekhez használunk jeltovábbításra olyan jelgyengülést hoz magával, ami igazság szerint már nem elfogadható.

A jelromlás társítva 8-10 kimenettel legtöbb esetben még elhanyagolható. Azonban 20, 30 vagy 40 kimenettel

már jelentőségteljes problémává lép elő. Ez az a pont, ahol az optikai kimenetes LNB belép a képbe.

Egy az LNB-be beépített egység alakítja át a négy sáv/polarizáció kombinációt és az 1 és 5 GHz közötti tartományba konvertálja.

Ezel az RG jellel van modulálva a léz-

eres kimenet ahová már optikai kábel kapcsolódik.

A száloptika másik végén a fénynyaláb egy átalakító dobozba érkezik, amit GTU-nak (Gateway Termination Unit) nevezünk, és visszaalakul olyan jellé, ami felismerhető bármely sztenderd műholdvevő számára



Ezek a GTU-k twin, quattro és quad változatban kaphatók. Míg a twin és quad közvetlenül kapcsolódhat a vevőhöz, addig quattro-t a megszokott alkalmazásokhoz, multiswitch, kábelTV fejállomás használhatjuk.

A fentiekből látható, hogy egy optikai kábel szállíthatja a műhold teljes frekvenciaállományát, és mindössze egy 3mm vékony optikai szál szükségeltetik a jel továbbítására akár 10 km (!) távolságig.

Mióta a fénynyaláb tartalmazza egy műhold teljes frekvenciakészletét, módunk van arra, hogy annyi vevőt csatlakoztassunk, amennyi csak szükséges, egymástól függetlenül dolgozhatnak mind erről az egy száloptikás kábelről. Ha például egy nagy apartman házat szeretnénk műholdas jelekkel ellátni, az optikai kimenetes LNB hatalmas lehetőségeket rejt magában. Innentől kezdve elég lesz egy optikai kábelt kivezetni az LNB-ből egy központi elosztóhoz. Ezután szétosztható többszörös szál-optikás kábeleken, egyet-egyet irányítva az apartman épület minden egyes emeletére. Minden emeleten a kábel tovább osztható és bevezethető az egyes lakásokba.

A végfelhasználó így akár több vételi helyen is csatlakozhat a rendszerhez, például egy twin PVR tunerrel a nappaliban, egy másik vevővel a gyermekszobában és egy továbbival a hálóban. Ha hagyományos koax kábelt használunk volna, minden egyes lakás négy koax kábelt igényelne a multiswitchtől, hogy ugyanezt érhessek el.

Nem nehéz megérteni a hatalmas teljesítményt, amit az optikai kimenetes LNB nyújt. Egyszerűen megkönnyíti a nagyobb műholdvevő-rendszerek üzembe helyezését, valamint új lehetőségeket is tartogat az egyéni felhasználók számára.

Mind ismerjük ezt a problémát: pár éve tervezett és megépített műholdas rendszert a megrendelő az újonnan vásárolt ikertunerres készülékével szeretne használni, de nincs lehetőség új kábel befűzésére. Mostanáig vagy lebeszértük az ügyfelet a második tuner használatáról, vagy bekorlátoztuk egy sávra esetleg áthidaló megoldásként valamilyen kerülő úton húztunk oda kábelt.

A jövőben viszont elég lesz lecserélnünk a koaxot száloptikás kábelre, amivel egyszerre négy vagy több vevőt tudunk kiszolgálni egy időben és egymástól teljesen függetlenül.



Optikai splitter



Optikai kábel

Felszerelés

Az optikai kimenetes LNB valamelyest nagyobb a hagyományosnál és hosszabb is. Ez nem csoda, hiszen egy plusz elektronikát is tartalmaz, ami az optikai jellé alakításhoz szükséges. A fejen két csatlakozó van, az optikai kimenet a száloptikás kábel számára és egy „F” csatlakozó. Utóbbit nem jeltovábbításra használjuk, hanem ezen keresztül kapja a tápfeszültséget, mivel a száloptikás kábel nem szállít energiát. Jó okból választott az Invacom „F” csatlakozót. Lehetett volna valamilyen normál tápcsatlakozó is, de sok esetben a koax kábel már helyben van, így annak felhasználása nagyon megkönnyíti a régi rendszerek fejlesztését.

Egy másik fontos előnye a száloptikás technológiának, hogy teljesen védett mindenféle elektromágneses zavarokkal szemben. Az optikai kábelek bátran helyezhetők erős elektromos mezők közelébe bármilyen későbbi probléma nélkül.

Az optikai kimenetes LNB előnyei

A legnagyobb pluszt az jelenti, hogy a négy sáv/polarizáció kombináció egyetlen kábelben keresztül továbbítható egy időben. Ebből következik az is, hogy jel nagyon sok felé osztható szét úgy, hogy minden kimenet teljesen függetlenül működhet a többitől.

A másik nagy előny az extrém távolság, amely azzal a rendszerrel gond nélkül áthidalható bármilyen jelvesztés nélkül. A rendkívül alacsony jeltorzulás miatt sokkal jobban alkalmazhatók nagy távolságok esetében, mint a koax kábel.

A gyenge jeleknél is megmutatkozik az optikai rendszer előnye. Végül, de nem utolsó sorban az optikai rendszernek kisebb az anyagköltsége azoknál a nagy rendszereknél, ahol drága multi-switcheket használnak.

Kitekintés a jövőbe

Az Invacom számára az optikai kimenetes LNB bemutatása csak egy a sok nagy lépés közül. A jelenlegi állás szerint a jel az LNB-től az átalakító dobozig optikai kábelben halad, de a fennmaradó kis távolság a tunerig továbbra is koax kábelrel van lefedve. Ezért az Invacom már felvette a kapcsolatot a tuner gyártóival, azzal az ötlettel, hogy a száloptikás technológiát közvetlenül a vevőkben is megvalósíthassák.

Ez a felhasználó számára azt jelentené, hogy nem kellene átalakító készülék, és a jel digitálisan jutna a vevőbe.

Az optikai kimenetes LNB számos előnyével veszélyes versenytárs lehet a klasszikus koax kábeles rendszerek számára.



Egy nagyon korai Amstrad Fidelity-vevő

20 évvel ezelőtt dobták piacra az AMSTRAD Fidelity SRX 200-at, az SRX 100-as továbbfejlesztett változatát. Míg a 100-ast csak az előlapi nyomógomb-

pozícióból összesen 16 analóg csatornát tudott továbbítani.

1989 őszén elkezdték reklámozni a Sky Movies előfizetéses csatornáit is, amelyeket egy kiegészítő dekóder segítségével tudott megjeleníteni az SRX 200.



AMSTRAD Fidelity SRX 200 kifejezetten az ASTRA 1A vételére tervezve

bokkal lehetett kezelni, a 200-ashoz már infra távirányító is járt.

1989-et írunk. Az Amstrad vevője a vadonat új ASTRA 1A műhold vételére lett tervezve, amely a kelet 19,2°-os

1989. nyarán már szinte teljesen le volt kötve. 12 csatorna ingyen vehető volt, annak aki előzőleg 400 £-ot leperkált a készülékért és a kültéri szettért.

Az AMSTRAD műholdvevők Magyarországra akkor kerültek, miután 1991-ben az ASTRA 1B is szolgálatba állt és újabb 16 csatornával növelte a vehető adók számát. A ködös Albion polgárai már a második sat vevőjüket vásárolták, mi pedig megkaphattuk az ő levetett cuccaikat.

A Május 1. Ruhagyár udvarán gyűltek az ország minden részéből a szerelők és forgalmazók, hogy elcámpjenek pár darabot az akkor olcsón érkező "felújított" készülékekből.

Itthon még évekig működtek kifogástalanul az Amstradok, legfeljebb néhány kiszáradt kondenzátort kellett kicserélni bennük.



Nyomógombokkal is elérhetőek bizonyos funkciók



A 15 pólusú csatlakozó a külső dekóderhez pld. Sky Movie, vagy Filmnet volt jó

A 12 Astrán fogható csatorna:

- Sky Channel
- Sky News
- Eurosport
- Sky Movies
- ARTS
- Lifestyle
- Screensport
- Music Television
- BBC1
- BBC2
- ITV

A Drake legnépszerűbb műholdvevője



Az ESR 324 a Drake legnépszerűbb műholdvevője volt

A Robert Lloyd Drake által alapított RL Drake Co. termékei az egész világon jól ismertek a rádióamatőrök körében. Út-törő szerepet vállaltak a távközlési berendezések, elsősorban adók és vevők fejlesztésében.

Mr. Drake 1975-ben bekövetkezett halála után fia Peter W. Drake vette át az akkora már óriásivá nőtt Drake birodalom irányítását.

A fejlesztés és a gyártás előkészítése más termékeknél rendszerint 1-2 évet vett igénybe, de a Drake első műholdvevőjét record idő (8 hónap) alatt elkészült.

Az ESR 24 volt az első otthoni felhasználásra készített műholdvevő, amelynek amelynek prototípusát a nebraskai műholdas show-n mutatták

és saját márkanéve alatt adta tovább a felhasználóknak az ESR24-et többek között a Channel Master, Winegard, Conifer, és a National Microtech.

A piacon óriási robbanás következett be. Az RL Drake Co. 1984-ben 50.000-el 92.500 négyzetméterre növelte a gyárai területét, és meghozott egy sokak számára megdöbbentő döntést, befejezte a rádióamatőr berendezések gyártását. Minden figyelmével a még fiatal, de ígéretes műholdas piac felé fordult.

1984. januárjában dobták piacra a legnépszerűbb Drake műholdvevőt az ESR-324-et, amelyet egészen 1991-ig gyártottak.



Elegáns fém előlap esztergált gombokkal



A csatlakozókból ítélve inkább profi, mint consumer vevőre következettünk

Peter W. Drake 1981-ben úgy döntött, hogy belépnek az "otthoni műholdvevő" piacra. Ez azt jelentette, egy teljesen új termék fejlesztésébe kezdtek. Mivel nem volt tapasztalatuk ezen a téren rengeteg mérnöki órát fektettek a tervek elkészítésébe és a gyártás előkészítésére.

be nagyközönségnek melyet óriási érdeklődés övezett.

A műholdvevő sikerét látva, hamarosan más gyártók is lázas fejlesztésekbe kezdtek, de hogy a piaci igényeket ki tudják elégíteni EM termékeket vásároltak a Drake-től,

A készülék infra távirányítóval is rendelkezik és a kor követelményeinek megfelelően minden funkcióval és csatlakozási lehetőséggel rendelkezett.

Az eszközöket Kovács Menyhért (Debrecen) és Kovács Imre antennaszerelő (Debrecen) biztosította a rendelkezésünkre.



LaSat 0,9 dB-es LNB

Kultúrális Ez + Az

Borfesztiválok

A nyári időszak egyértelműen a borfesztiválok ideje, így ebben a hónapban lesz mit meglátogatnunk. Augusztus 19-én kezdődik a Rózsakő Fesztivál, Badacsonyan, a „hegy, víz, bor és szerelem” jegyében. A Pannonhalmi Jazz terasz augusztus 14-én és 17-én várja az érdeklődőket. A Gyöngyösi Szüretkezdő Fesztivál 22-én vezeti be a szüret időszakot, a győri Bor-, Borlovag és Gasztronómiai Fesztivál 27-én indul. Jó kóstolást!•



Főzőműsor férfiaknak

Agglegények és bármilyen oknál fogva főzni kényszerülő férfiak figyelem, ti vagytok a célközönsége a TV Paprika egyik újdonsült műsorának, melyben Hajós András avatja majd be a nézőket a főzés tudományába. A sorozat várhatóan ősszel indul majd. Afelől kétség sincs, hogy szórakozásban és zenében nem lesz hiány, de félünk azért, hogy a műsorvezető nem fog sztárséfként megszegyenítő ügyességgel mozogni a konyhában. Persze ezt kevés férfitól várják el otthon. A TV Paprika szerint az egyes részek végén Hajós dalban eleveníti majd fel a receptet. Nem túlzás ez egy kicsit? •



Kiállítás

Robert Capa bejárja Magyarországot. A zseniális magyar fotóriporter felvételeit először július 2-tól Budapesten a Ludwig Múzeumban, majd tíz vidéki nagyvárosban tekintheti meg a nagydíjazott. A Friedman Endre Ernő néven született őstehetséget szerte a világban minden idők legnagyobb haditudósító fotósai között tartják számon. •



Könyv

Dr. Csernus Imre nagy port kavart regényét, A Nő-t most egy újabb sikeres darab követi. Ezúttal ki mást is állíthatna pellengérré a pszichológus, mint a férfiakat. A fő kérdés, mitől érzi magát férfinek a férfi? •



A SZERELŐK KEDVENCE

A SZERELŐK KEDVENCE

Optibox PLUS PVR Ready műholdvevő

GYORS ÉS EGYSZERŰ TELEPÍTÉS!

**A BEÁLLÍTÁSOK ÉS CSATORNALISTÁK
SZÁMÍTÓGÉP NÉLKÜL,
PENDRIVE-RA KIMENTHETŐK ÉS RÁTÖLTHETŐK**



- Egyidejű felvétel és lejátszás, vagy Time Shifting funkció
- USB csatlakozója révén minőségromlás nélküli felvétel Pendrive-ra, vagy külső merevlemezre
- 8 karakteres kijelző a csatornanev megjelenítéshez
- **HIHETETLEN GYORS MŰKÖDÉS**
- Extravagáns, 65.535 színű animált menü
- MP3 lejátszás, képnézegetés
- 10.000 programhely
- EPG-ben beállítható felvétel időzítés
- Érzékeny tuner a gyengén vehető adókhoz
- Összetett műholdkeresési funkciók
- Részletes magyar használati útmutató
- Esztétikus, kézreálló távirányító
- Gyermekezár, ébresztés és elalvás funkció
- Szoftverfrissítés számítógép nélkül

KIVÁLÓ ÁR/TELJESÍTMÉNY

2 év

GARANCIA



www.sat.hu

Forgalmazó: P-Sat Hungary Kft
1107 Budapest Fogadó u. 3 tel: 1/433-4285
4220 Hajdúböszörmény Baltazár D. u. 83. Tel: 52/561-703