



## BE KELL SZEREZNI MINDEN PUBLIKUS ADATOT A CÉGRŐL!

Az elsődleges szempont a megbízhatóság, de hogyan lehet ezt ellenőrizni? Hogyan lehet erről adatokat kapni? És egyáltalán: milyen adatokkal képes egy beszállító alátámasztani azt, hogy érdemes benne megbízni? Általános tapasztalat (nem csak ebben a szakmában), hogy a hosszabb ideje a piacon működő és prosperáló cégek megbízhatóak. Logikus a következtetés, mert hiszen:

- megfelelő minőségű termékeket kínálnak;
- megfelelő minőségű szolgáltatást nyújtanak;
- és ezért lehetnek a piacon hosszabb ideje;
- ezért van megfelelő számú vevőjük, akik bíznak bennük,
- akik kellő számú megrendeléssel életben tartják a céget.

Tehát első körben „káderezzük le” a potenciális beszállítói kört.

Be kell szerezni minden publikus adatot a cégről. Lehetőleg a következő kérdésekre pontos választ kell kapni:

- Mióta létezik a cég? (Forrás: különböző adatbázisok) Egy cég csak akkor tud hosszú ideig létezni ezen a piacon, ha megbízható szolgáltatásokat nyújt.
- Milyen gyakorisággal változott a cég neve, telephelye, adószáma, tulajdonosi köre? A túl sűrű cserebere nem sok jót jelent: ki tudja, jövőre hol lesznek, kik lesznek, mit adnak, kivel kell együttműködnünk!
- A cég mérleg-adatai: tartósan veszteséges céggel nem érdemes együtt dolgozni, mert gyorsan eltűnhet a cég - a beígért és kifizetett szolgáltatásokkal együtt.
- E-mail cím: általában a cégek nem dolgoznak ingyenes e-mail rendszerrel.
- Van-e kiállítóterme és milyen? Ha van, akkor áldoz is arra, hogy a leendő vevői meggyőződhetnek a kínált termékek minőségéről - ne csak katalógusból mutassák be a kínálatukat.
- Milyen gyorsan kap választ egy árajánlatkérésre? Egy-két készülék esetén 24 órán belül meg kell kapnia az árajánlatot.

De a legbonyolultabb munka elkészítése sem igényelhet néhány napnál több időt. És ez megmutatja azt is, hogy a későbbiekben mennyire gyorsan fognak reagálni egy-egy kérdésére, kérésére, problémáinak megoldására.

- Ha visszahívást kér, mennyi időn belül és ki hívja vissza telefonon? Az ideális az, ha néhány percen belül visszahívja az illetékes munkatárs. Bármennyire is elfoglalt valaki, egy 2 perces „időpont-egyeztető” telefonra mindig időt kell szakítani.

Semmiképpen nem jelent jót, ha az adott cégnél túl sűrűn változnak a munkatársak.

Ezt a szakmát - mármint a vendéglátó-ipari konyhatechnológiai készülékek értékesítését - nem tanítják semmilyen iskolában. Ezt csak hosszú évek szakmában eltöltött munkájával lehet megtanulni. A túl sűrű munkatárs-váltás megkérdőjelezheti a szaktudást.



**„Természetesen” minden cég ért a vendéglátáshoz - mi más is mondhatna magáról, ha már ebben a szakmában dolgozik? És a szakértelmet leellenőrizni - na, azt nem könnyű.**

## **Javaslatunk:**

- A valós árajánlatkérés előtt telefonon kérjen tanácsot egy olyan kérdésben - kérdéskörben, amihez (tapasztalatai szerint) Ön is ért, amihez a legtöbb információja van. Kérjen tanácsot! Járják körül a téma minden csínját-bínját.

A kapott válaszokból a beszélgetésük végére jó eséllyel meg tudja majd ítélni, hogy valóban szakértő céggel van-e dolga, vagy sem. Ha Ön pl. a mosogatás témakörében jártas, és a beszélgetésük során nem kérdeznek rá a mosogatandó poharak magasságára, akkor gyanakodjon: nem biztos, hogy jó helyen jár.

**„Egy szakértő mindig először az Ön problémáját akarja megérteni, és csak annak ismeretében, ad majd megoldási javaslatot!”**

Ne vezesse félre, ha a telefon másik végén azt mondják, hogy „ehhez az X.Y. munkatársam ért a legjobban, engedje meg, hogy visszahívja!” Sőt! Az ehhez hasonló „mondatok” éppen azt jelentik, hogy nem kókler társasággal találkozott!

- Egy szakértő mindig először az Ön problémáját akarja megérteni, és csak annak ismeretében, azután ad majd csak megoldási javaslatot!
- A „mennyibe kerül önöknél egy 700 literes hűtő?” kérdésre nem az válasz, hogy “X ezer forint + ÁFA”, hanem az, hogy „Milyen célra keres hűtőszekrényt? Mit szeretne benne tárolni? Hol akarja elhelyezni?” stb.
- A szakértő cégek elsődlegesen nem az árakkal akarnak vevőt szerezni, hanem azokkal a szolgáltatásokkal (garancia időtartama, a kiszolgálás teljessége, egyéb szolgáltatások, stb.), amelyek a termékeikhez kapcsolódnak.
- Tájékozódjon, hogy milyen szakértői anyagok, információk találhatóak a cég weboldalán - és azok valójában mennyire „szakértői” anyagok.

Talál-e jó tanácsokat, javaslatokat egy-egy szakmai kérdés megoldására?

- Alaposan nézze meg, hogy a kapott árajánlat mennyire részletes, mennyire pontos, minden fontos információt tartalmaz-e. Minimálisan: a készülék leírása, mérete, teljesítménye; a gyártó megnevezése; energia adatok; mit tartalmaz az ár a készülék árán kívül: szállítás, beüzemelés, betanítás, garancia tartalma és időtartama; opciók, stb. (Ha az ajánlat jelentős részének tartalmára vissza kell kérdezni a pontosítások miatt, az nem jó jel.)

**Az ár-érték arány a legnehezebb kérdések egyike. Ebben a szakmában is igaz, hogy az ár és a minőség kéz a kézben jár.**

Ne várja el egy olcsó készüléktől, hogy olyan anyagból készüljön, olyan sokáig - gyorsan - stb. működjön, mint egy drága készülék.

Igen gyakran kaphatja azt a választ, hogy „mi vagyunk a legolcsóbbak”. És ez még igaz is lehet. De általában igaz itt is a régi magyar közmondás: olcsó húsnak híg a leve.

Az ilyen cégektől akkor érdemes vásárolni, ha csak rövidtávra tervezi a beruházását.

Nagy általánosságban (mert persze kivételek mindig akadnak!) a következőképpen lehet kategorizálni a vendéglátó-ipari gépeket ár-érték arányban a gyártók szerint:

- német, svájci és francia gyártmányok általában
- prémium kategóriás gépek;
- 15-20 éves használatra gyártják;
- vastag és minőségi anyagból készülnek;
- éppen ezért strapabíróak.

Természetesen ehhez igazodnak az árak is. (Ha prémium kategóriás gépet kínálnak nagyon olcsó áron, akkor kezdjen el gyanakodni!)

Ha hosszabb időre tervezi a készülék használatát, érdemes ebből a kategóriából választania.

- olasz (Magyarországon a leggyakoribb) gyártmányok: prémium kategóriás készülékektől az „egyszer használatos” gépekig szinte minden minőség megtalálható közöttük. Az áruk általában a minőségüket is mutatja.

- spanyol, török, görög, portugál gyártmányok: általában igaz, hogy a közép-kategória alsó vagy középső minőségi szintjébe tartozó készülékeket kínálnak. (Persze vannak kivételek itt is!)

Az árak ebben az esetben is tájékoztatást adnak a minőségről.

- távol-keleti gyártmányok esetében is teljes a minőségi skála: vannak nagyon jó és vannak nagyon gyenge készülékek a piacon.

A minőségi termékek ugyanakkor nem sokkal olcsóbbak, mint az európaiak. Az viszont biztos, hogy minél távolabbi országban készülnek a készülékek, annál lassabb, nehezkesebb és drágább az alkatrész utánpótlás.

Bármennyire is olcsó, semmiképpen ne vásároljon háztartási készüléket!

Azok ugyanis nem az ipari felhasználás igényeinek megfelelően kerültek kialakításra. Gondoljon csak bele: hányszor nyitják ki egy mikrohullámú készülék vagy egy hűtőszekrény ajtaját otthon, és hányszor egy étterem konyhájában? Vajon melyik az olcsóbb: évente megvásárolni egy 50 ezer forintos hűtőt, vagy vásárolni egy 150 ezer forintos hűtőt, amelyik minimálisan 10 évig működik?

Mindenképpen érdemes energiatakarékos és víztakarékos készüléket vásárolnia, mert a beruházás egy egyszeri kiadás, míg az üzemeltetési költségeket folyamatosan, éveken át fizetnie kell.

## VAJON MELYIK AZ OLCSÓBB?

**Évente megvásárolni egy 50 ezer forintos hűtőt, vagy vásárolni egy 150 ezer forintos hűtőt, amelyik minimálisan 10 évig működik?”**

Minden készülék - de leginkább a hőlégkeveréses gőzpároló (más neveken: kombidenfer, kombi pároló, gőzpároló, stb.) esetében érdemes megvizsgálni, hogy kell-e az a drágább gép, amelyik mindent tud, vagy elegendő egy egyszerűbb alapgép is? Kihasználja-e a séfe a mindentudó készülékek összes lehetőségét vagy sem. Kell-e egy programozható készülék, ha nem használják a programozást? Kell-e szonda a készülékbe, ha sosem használják a szondát? Mindezt érdemes egyeztetnie a séfjével.

A vendéglátó-ipari készülékek gyártóinál - néhány kivétellel - még nem „mindent felülíró” szempont a környezetvédelem.

## REFERENCIÁK



Minden magára valamit adó cég honlapján megtalálható a „referenciák” menüpont - általában (jó esetben) fényképekkel.

Érdemes végignézni az itt felsorolt referencia-konyhákat, a következő szempontok szerint:

- van-e köztük olyan (jellegű, nagyságrendű) konyha, mint az Öné, ahová vásárolni szeretne?
- van-e köztük olyan konyha, amelyet Ön is ismer?
- van-e köztük olyan konyha, amelynek a tulajdonosát, üzemeltetőjét ismeri?

Néhány - az Ön által fontosabbnak ítélt - referencia-helyet érdemes megnézni.

Általában a referenciák felsorolása nem tartalmazza az információadó személyek nevét és elérhetőségét.

Ne szégyenlősködjön: kérje el ezeket az adatokat, és kérjen véleményt (személyesen vagy telefonon) a beszállító cégről. Biztos, hogy hasznos dolgokat fog hallani.

**„NE SZÉGYENLŐSKÖDJÖN!  
Kérje el ezeket az adatokat, és  
kérjen véleményt (személyesen  
vagy telefonon) a beszállító cégről.”**

## A CÉG ÁLTAL NYÚJTOTT SZOLGÁLTATÁSOK



Egy „tisztesleges” árajánlat mindig tartalmazza - a készülék árán kívül - a vásárlással együtt járó szolgáltatásokat is. Így nem érheti Önt a későbbiek során meglepetés.

Például:

- a házhozszállítást, amely főleg a nehéz készülékek és „eldönteni tilos” hűtők esetében lehet nagyon fontos;
- a beüzemelést (installálást);
- a betanítást, amely gázüzemű illetve a vízre-csatomára kötendő készülékek esetében fontos. Az ilyen készülékek telepítéséhez - a csatlakozási pontok kiépítéséhez - minden cégnek előzetesen (és nem a szállításkor!) információt kell adnia a vásárlóinak!

Néhány cég azonban ezen felül is biztosít különféle szolgáltatásokat, amelyekkel a partnereiket „kényeztetik”.

**Például:**

- visszavásárlási garancia: amennyiben a vevő nem elégedett a vásárolt termékkel, a cég X napon belül visszavásárolja a készüléket;
- cseregép biztosítása egy esetleges javítás esetére;
- hosszú szállítási határidő esetén cseregép biztosítása a szállításig;
- szaktanácsadás;
- tervezés;
- pályázatokban történő segédkezés;
- szakcikkek és okosságok, amelyek segítik Önt a döntésének meghozatalában;
- az érvényben lévő szabályozások, amelyek meghatározzák a működés törvényes kereteit; stb.

**Összefoglalva:** minél sokrétűbb és minél jobb szolgáltatást nyújt a cég a vevőinek, annál inkább érdemes számolni velük.

**„...MINÉL SOKRÉTŰBB ÉS MINÉL JOBB SZOLGÁLTATÁST NYÚJT A CÉG A VEVŐINEK, ANNÁL INKÁBB ÉRDEMES SZÁMOLNI VELÜK.”**

## A SZERZŐDÉS



A vendéglátó-ipari konyhatechnológiai készülékek eladásakor is szerződést kell kötnie az eladónak és a vevőnek. Ezt a szerződést általában az eladó készíti el.

A végső megállapodás-döntés előtt mindig kérjen szerződés-tervezetet.

Érdemes megnézni a kiválasztott cégek szerződését (szerződés-tervezetét), hogy tartalmazza-e többek között:

- az összes szolgáltatást, amit az ajánlatban megígérnek;
- az eladó érdekein kívül (pl.: fizetési kötbér) a vevők érdekeit védő passzusokat is (pl.: a késedelmes szállítás kötbére).

Összességében általában megállapítható egy szerződés részletességéből és pontosságából, hogy mennyire profi az eladó cég.



**„...általában megállapítható egy szerződés részletességéből és pontosságából, hogy mennyire profi az eladó cég.”**

Alapvetően tudni kell, hogy a vendéglátó-ipari konyhatechnológiai készülékekre „nem kellene” semmilyen garanciát adni.

Az **1997. évi CLV törvény** (a fogyasztóvédelemről) hatálya ugyanis csak akkor terjedne ki a vendéglátó-ipari készülékekre, ha azt természetes személy vásárolná meg. A gyakorlatban azonban az a vendéglátó-ipari készülékeket 99,9%-ban cégek vásárolják – nem utolsósorban az ÁFA-visszaigénylés miatt.

## „1997. évi CLV törvény a fogyasztóvédelemről I. Fejezet”

### Általános rendelkezések

#### A törvény hatálya

1.§ E törvény hatálya – külön törvény eltérő rendelkezése hiányában – a vállalkozók azon tevékenységére terjed ki, amely a fogyasztókat érinti vagy érintheti.

### Értelmező rendelkezések

#### 2.§ E törvény alkalmazásában:

a, fogyasztó: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységi körén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy, aki árut vesz, rendel, kap, használ, igénybe vesz, vagy az áruval kapcsolatos kereskedelmi kommunikáció, ajánlat címzettje...”

Ettől függetlenül minden kereskedő cégnek jól felfogott érdeke, hogy garanciát adjon az általa értékesített készülékekre. Ez a garancia általában 1 év.

A vendéglátó-ipari konyhatechnológiai termékek minőségét azonban jól mutatja, hogy az értékesítő cég hány év garanciát vállal az általa értékesített készülékekre: természetesen minél többet, annál jobb (és persze a készülék is!).

Ne dőljön be azonban a következő garanciáknak:

- irreálisan hosszú idejű garancia, amely gyakorlatilag betarthatatlan és ellenőrizhetetlen (pl.: 50 év; élettartam-garancia);
- cseregarancia, amely alapvetően az ázsiai gyártmányú, nagyon olcsó készülékekre jellemző (olyan olcsó a készülék, hogy drágább javítani, mint kicserélni).

Az alkatrészellátás is fontos szempont a beszállító kiválasztásánál.

Jellemzően minden kereskedő cég azt mondja, hogy 8-10 évig biztosítja a készülékeihez az alkatrészellátást. Igaz – nem igaz? – ezt nem lehet ellenőrizni, legfeljebb a referenciáknál felsorolt cégek képviselőinél. Egy kicsit macerás, de megéri.

Agarancia időtartamán kívül fontos azt is megvizsgálni, hogy az adott garanciális időszakon belül mit tartalmaz a garancia.

- A teljes körű garancia általában minden hiba ingyenes megjavítását – és a javítással kapcsolatos összes költséget – tartalmazza:

- az alkatrész cseréjétől kezdve
- a szállításon át
- a munkadíjig bezárólag – mindent.

(**Kivétel:** a gyorsan kopó alkatrészek, lámpák, stb.)

Gondoljon csak az autójára: pl.: a fékbetétekre vagy az izzókra általában nem adnak garanciát. Valahogy így működik ez a szakma is.)

- Az alkatrész garancia általában csak a meghibásodott alkatrész ingyenes biztosítását jelenti. Vagyis a szállítást és javítást már nem.
- Találkozhat köztes megoldásokkal is: amikor pl.: a garanciális javításra Önnek kell beszállítania a készüléket szervizbe; vagy csak a munkadíjat kell kifizetnie, stb.

**„Alapvetően tudni kell, hogy a vendéglátó-ipari konyhatechnológiai készülékekre „nem kellene” semmilyen garanciát adni.”**

**Generáljaveszt:** mindig kérdezzen rá a vásárlás előtt, hogy a vételár pontosan milyen garanciákat tartalmaz. (Mert a CASCO-nál is tapasztalhatjuk: a teljes körű biztosítás sem teljeskörű!)

Az az igazán megnyugtató, ha a garanciális feltételek egyértelműen benne vannak az árajánlatban és a szerződésben is.

Mindenképpen minősít egy céget, hogy a garanciális feltételeit publikusan kezeli, vagy külön rá kell-e kérdezni.

**Persze:** a jó garanciális feltételekkel a cégek mindig előre büszkélkednek. A rossz feltételeket pedig próbálják a vásárlási folyamat legvégén elárulni – mintegy mellékesen.

## SZERVIZHÁTTÉR



Szervizháttér szempontjából a mai magyar vendéglátó-ipari konyhatechnológiai beszállító cégek két csoportba sorolhatóak:

- vagy van saját szervizük
- vagy nincsen

**„A „KISZEMELT” beszállító szervizképességéről a legmegbízhatóbb módon szintén a referencia személyektől érdemes információt kérni.”**

1. Saját szervizzel csak a nagyobb forgalmú cégek rendelkeznek.

2. Azok a cégek, akik nem rendelkeznek saját szervizzel, általában szerződésben állnak más - saját szervizzel rendelkező - cégekkel, és/vagy a vendéglátásra specializálódott szakszervizekkel.

3. Külön csoportba tartoznak azok a kis cégek, akik külsős - jó esetben szerződött - „szakikkal” végeztetik el a szervizes-installációs munkáikat.

Mindhárom megoldás lehet jó és lehet kevés is. (Ha pl.: 2 alkalmazott szerelője van a cégnek, akkor kérdéses lehet, hogy egy távolabb lévő szervizpontra mikorra jutnak el. Egy szerződött szerviznek ugyanakkor nem minden esetben a „mi” javításunk a legfontosabb. És az egyszemélyes szerelőbrigádok is lehetnek betegek, járhatnak nyaralni, stb.)

A „kiszemelt” beszállító szervizképességéről a legmegbízhatóbb módon szintén a referencia-személyektől érdemes információt kérni: de ebben az esetben se elégedjen meg csak egy véleménnyel.

Szerintünk egyébként a legjobb megoldás olyan cégektől vásárolni, amelyek:

- országos szervizhálózattal rendelkeznek;
- vagy országos szervizhálózattal állnak szerződéses kapcsolatban.

Az eddigi tapasztalataink alapján ugyanis ezek a típusú szerviz szolgáltatások a leggyorsabbak. És Ön is tudja: ebben a szakmában a gyorsaság szinte megfizethetetlen. (Gondoljon csak arra, hogy egy kávéfőző gép hány forint hasznot termel óránként - illetve hány forint elmaradt nyereséget jelenthet minden „kieső óra”!)

# FIZETÉSI FELTÉTELEK



A fizetési feltételek nagyon-nagyon kényes kérdés: olyan partnereknek kell megállapodniuk, akik még nem ismerik egymást, akiknek nincsenek közvetlen tapasztalatuk egymásról.

Teljesen természetes, hogy Ön nem akar előre kifizetni semmit egy ismeretlen cégnek (hátha lelépnek a pénzükkkel, vagy nem azt szállítják amit megrendeltek, stb.stb....)

Ugyanakkor az is természetes, hogy a kereskedő cég sem akar leszállítani „hozomra” semmit. Sőt! Ugyanis a magyarországi kereskedőkre is jellemző, hogy csak minimális raktárkészlettel rendelkeznek. (Ennek legfőképpen finanszírozási okai vannak.) Ebből adódóan egy nagyobb (és a vendéglátó-ipari gépek rendelése mindig „nagyobb”) megrendelést csak akkor fogadják el, és csak akkor rendelnek meg a gyártótól, ha biztosítottak látják a bevételüket is. Ezt általában előleg kérésével próbálják biztosítani.

Néhány esetben elképzelhető, hogy a kért előleg eléri a 100%-ot is. Azonban ezt sose fogadják el ismeretlen cégtől. Még akkor se, ha cserébe 2-3% előrefizetési kedvezményt kapnának. Legfeljebb csak akkor, ha az eladó pénz-visszafizetési banki garanciát ad Önnek. (Ugyanakkor ez az előrefizetési konstrukció jól bevált partnerek között kifizetődő lehet Önnek is.)

## Mi akkor a megoldás?

Gondolom azt már mondanom se kell, hogy

- **a referencia személyek ebben a kérdésben is sok segítséget adhatnak;**
- **egy régebben működő cég szinte bizonyos, hogy nem lép le a pénzével.**

Egy közel 50%-os előleg – de sokkal inkább foglaló! - kifizetése ugyanakkor mindkét fél számára megfelelő kockázatot és kellő biztonságot is jelent.

- Egyrészt Ön nem kockáztatja a teljes vételárat, csak egy részét. Megfelelő „lekáderezés” után ez azonban egy vállalható kockázat.

De ha csak egy szemernyi kétsége is felmerül, akkor attól a cégtől ne vásároljon!

- **Másrészt a kereskedő cég is sokat kockáztat!**

A kapott előlegből (foglalóból!) biztos, hogy nem tudja kifizetni a gyártónak a teljes vételárat.

Vagyis: ha Ön valamiért nem fizetné ki a fennmaradó összeget, akkor ő is bukik az üzleten.

Tehát, az eladónak is fontos a szerződésnek megfelelő teljesítés.

Jó gyakorlatnak tartjuk, hogy egy nagyobb (közel 50%-os) előleg kifizetése után a fennmaradó 50%-ot a készülékek átvételekor fizetik ki a vevők.

**Legjobb javaslatunk:** a beüzemelésre kötelezett készülékek vásárlásakor 10%-ot csak a beüzemelés után fizessenek ki. Vagyis a pénzügyi ütemezés 50+40+10% bontásban történjen. Ez mind a két fél számára megnyugtató – még az első közös üzlet megkötésekor is.

**„OLYAN  
PARTNEREKNEK KELL  
MEGÁLLAPODNIUK,  
AKIK MÉG  
NEM ISMERIK  
EGYMÁST, AKIKNEK  
NINCSENEK  
KÖZVETLEN  
TAPASZTALATUK  
EGYMÁSRÓL.”**





Weboldala ma már minden cégnek van. Ez nem kérdés, ez alaphelyzet. A kérdés az, hogy mit tartalmaz a weboldal.

**A konyhatechnológia beszállító cégek weboldalai alapvetően és általában áttekintést adnak:**

- magáról a cégről (kik ők?);
- a cég által forgalmazott termékekről;
- a cég által nyújtott szolgáltatásokról;
- az árakról;
- a referenciákról;
- az együttműködés feltételeiről.

A jobb honlapokon azonban ezen felül mindenféle „jó tanácsot”, ötletet is adnak a kínált termékek felhasználáshoz, a gazdaságosabb üzemeltetéshez, stb.

**Fontos:** azokat a weboldalakat (és cégeket) érdemes komolyan venni, amelyek a termékeik gyártóját és árát is feltüntetik, vagyis amelyek nem árulnak „zsákbamacskát”.

Ugyanis egy kicsit macerás dolog úgy megvenni bármit is, hogy nem tudja ki gyártja és nem tudja mennyibe kerül. Mindezt kinyomozni sok munkát, utánjárást, egyeztetést igényel. És Ön nem nyomozni, hanem vásárolni akar úgy, hogy megoldja a problémáját.

A legtöbb szakmai honlap ma már úgy néz ki, mint egy webáruház, vagyis közvetlenül meg lehet vásárolni („kosárba tenni”) a weboldalon keresztül a kiszemelt készülékeket. (Néhány weboldalon a kosárba tett termékekről lehet „csak” árajánlatot is készíteni. Ez lerövidítheti a vásárlás szokásos: „ajánlatkérés - árajánlat - áralku - megrendelés” folyamatát.)

Az általános tapasztalat azonban az, hogy az ilyen magas árkategóriába tartozó készülékeket nem rendelik meg a vevők a weboldalon keresztül. Még akkor sem, ha ugyanattól a jó beszállító partnerüktől éppen a 10. azonos készüléket szeretnék megvásárolni.

Főleg nem javasoljuk tehát a weben történő vásárlást egy ismeretlen cégtől.

A weboldalakat általában inkább csak információszerezésre használják, ár- és minőségi összehasonlításra, a referenciák megtekintésére, de első vásárlásra sosem.

**Összességében:** minél több használható információt tartalmaz a weboldal, annál jobb szolgáltatást várhatunk a tulajdonosától.

**„minél több használható  
információt tartalmaz  
a weboldal, annál jobb  
szolgáltatást várhatunk  
a tulajdonosától.”**

# AJÁNLÁSOK



Amikor kezdő autótulajdonosként fix (mert hűség és kényelmes típus vagyok) és jó szervizt kerestem, megkérdeztem a régóta autótulajdonos barátaimat, hogy mit javasolnak, nekik melyik szerviz vált be eddig. Vagyis: ajánlásokat kértem. (És nem is csalódtam, csak jó szervizekbe küldtek el.)

Ugyanez a módszer működik a vendéglátó-ipari konyhatechnológiai beszállítók keresésénél, kiválasztásánál is: kérjen javaslatokat azoktól a (vendéglátásban jártas!!!) barátaitól, üzletfeleitől, akiknek „ad a szavára”. Faggassa ki őket: kitől, mit és főleg: „miért pont attól a cégtől” szoktak ők vásárolni.

A lényeg mindig erre az utolsó kérdésre adott válaszokban van („mert olcsó, mert jó a cucc, mert korrekt a cég, mert megbízható a cég, mert szakértő cég, stb.).

Azonban nem mindig azonosak a kiválasztási szempontok. Döntsön a saját szempontrendszer alapján!

**„Faggassa ki őket, hogy kitől, mit és főleg miért pont attól a cégtől szoktak ők vásárolni.”**

# VÁSÁROK, KIÁLLÍTÁSOK



**Magyarországon 2013-ig két szakvásárt rendeztek:**

- 1. Évente, ősszel a HOVENTA Nemzetközi Szálloda-, Vendéglátó-ipari és Gasztro-technikai Szakkiállítás;**
- 2. Két évente, tavasszal az UKBA Nemzetközi Cukrászati, Sütőipari és Gasztronómiai Szakkiállítást.**

Néhány éve még a vendéglátó-ipari szakma apraja-nagyja kiállított ezeken a vásárokon. Időközben azonban egyre csökkent a vásárlatógatók – és ebből adódóan (vagy éppen fordítva!) – a kiállítók száma is.

2014-től mindkét szakvásár megszűnt. A helyüket a SIRHA Budapest Nemzetközi élelmiszeripari, sütő- és cukrászipari, szálloda- és vendéglátó-ipari, gasztronómiai szakkiállítás vette át. Az eddig ismert elképzelések szerint ezt a szakvásárt 2 évente, tavasszal fogják megrendezni.

A 2014-es SIRHA Szakvásár tapasztalatai azt mutatják, hogy beindult egyfajta növekedés úgy a kiállítók mint a vásárlatógatók számát tekintve. Hogy ez a növekedés tartós lesz-e, azt nem tudjuk, legfeljebb csak bízhatunk benne.

De – függetlenül a kiállítók számától – érdemes kilátogatni a szakvásárookra, mert:

- azonnal – minden bemelegítés nélkül – személyesen megismerheti számos kereskedő cég szakembereit;
- meggyőződhet a szaktudásokról;
- „élőben” – tehát nem csak fényképről – megnézheti a készülékeket;
- döntőszemélyestapasztalatokatszerezhetacégekről, munkatársaikról, stílusukról, szakmaifelkészültségükről, stb.

Ezek a tapasztalatok – és néha az egymásnak ellentmondó érvek ütköztetése („ezt a gépet azért érdemesebb megvenni, mert ...”) sokat segíthetnek a végső döntés meghozatalában.

# VEGYÜNK-E GÉPEKET A GYÁRTÓTÓL?



Magyarországon jellemző gyakorlattá vált, hogy az a néhány gyártó cég, aki vendéglátó-ipari konyhatechnológiai készüléket (néhány kivétellel jellemzően csak rozsdamentes bútorokat) gyárt, az egyéb vendéglátó-ipari készüléket is forgalmaz.

(Ennek az okait érdemes lenne tovább boncolgatni, most azonban nem ez a témánk.)

**De:** attól, hogy valamely cég készülékeket is gyárt, még nem jelenti azt, hogy az eddig felsorolt kiválasztási szempontoknak (vagy legalábbis az Ön által legfontosabbaknak tartott szempontoknak) is megfelel.

Még csak azt sem jelenti, hogy gyorsabban elkészülnek a munkájukkal, mint ahogy egy kereskedő cég szállítani tudna. Bár első körben ezt hinnénk.

**Azonban gondolja csak végig:** Ön lead „egy jó” nagy rendelést mondjuk 25 millió forint értékben. Ez azonban csak egy egyszeri megrendelés! Ugyanakkor egy kereskedő cég havonta rendel a gyártótól ekkora értékben. Ön szerint ki a fontosabb vevője a gyártónak, ha időzavarba kerül? (Márpedig a gyártók elég sűrűn kerülnek időzavarba!)

Vagy arra is gondolhat, hogy a gyártó biztosan olcsóbban adja a készüléket, mint a kereskedő.

**De a kérdés most is ugyanaz:** ki kap nagyobb árengedményt? Aki egyszer rendel kisebb értékben, vagy aki rendszeresen rendel nagyobb értékben?

## „Attól, hogy valamely cég készülékeket is gyárt, még nem jelenti azt, hogy az Ön által legfontosabbaknak tartott szempontoknak is megfelel.”

### Még két fontos dolog:

- egy „valamirevaló” gyár sosem „veri meg” se árban, se másmilyen feltételben a kereskedőjét. Akkor ugyanis az a kereskedő könnyedén elmegy más gyártóhoz. És a végén a gyártónak nem marad kereskedője.
- és fordítva is igaz: a kereskedők sosem adnak drágábban és rosszabb feltételekkel, mint a gyártók, mert egy idő után nem tudnának eladni senkinek semmit, mert a vevők a gyártókhoz mennének vásárolni.

