

ČMS dvacetiletá

Česká marketingová společnost oslavuje letos kulaté výročí svého dvacetiletého profesního působení. O významu její práce, o její roli jako zdroje teoretických i praktických informací a služeb a také o historii marketingu u nás s prezidentkou společnosti, doc. PhDr. Jitkou Vysekalovou, Ph.D., hovořil Mgr. Josef Kroupa.

Každý, kdo navštívil nedávný veletrh Reklama Polygraf, určitě Českou marketingovou společnost nepřehlédl. Nejen podle plakátů na řadě míst, nejen podle vlastního stánku společnosti se spoustou informačního i propagačního materiálu, ani jen podle samostatné výstavy ve střední hale výstaviště, která prezentovala činnost Malé galerie ČMS Veritasimus, ale především podle doprovodného programu veletrhu, který už tradičně společnost garantuje. Ani zdaleka to ovšem není jediná její akce.

Široký okruh aktivit

„Celodenní konference, které organizujeme vždy dvakrát do roka spolu se společností Economia, nesou název Marketing TREND, vždy doplněný o konkrétní témata. Ta reflektují aktuální otázky a problémy společnosti tak, aby byly přínosem pro konkrétní situaci a poskytovaly určitou pomoc marketingovým pracovníkům právě pro danou chvíli. Z poslední doby to byl například marketing v době krize, zvyšování efektivity marketingu, budování značky atd. Pro nejbližší dobu připravujeme konferenci Marketing TREND jaro 2010, která se uskuteční 27. května, jejím tématem budou CHYTRÁ ŘEŠENÍ V TĚŽKÉ DOBĚ, efektivita, trendy, nová média, úspory. Na konkrétních příkladech případových studií chceme ukázat, že to skutečně jde. Chceme být inspirací pro konkrétní uplatnění v praxi velkých, ale i malých firem.“

Marketér roku

„Již několik posledních let je pro svět marketingu u nás významnou a stále prestižnější akcí soutěž Marketér roku,

tentokrát za uplynulý rok 2009. Poprvé jsme „marketingové oskary“ udělovali v roce 2005 a ocenili tak nejvýraznější osobnosti z oblasti teorie i praxe. Smyslem je přispívat k rozvoji marketingu jak z hlediska filozofie podnikání, tak z pohledu implementace poznatků do praktického života. Chceme také popularizovat významné osobnosti oboru a prezentovat jejich odborné schopnosti a zásluhy.

To jsou pro současnou chvíli ty nejzajímavější projekty, v nich soutěž Marketér roku 2009 je rozhodně mediálně nejefektivnější i proto, že udělování křišťálových delfinů jako symbolů soutěže se odehrává na galavečeru v opravdu kouzelném prostředí klubu Lávka nedaleko Karlova mostu s báječným výhledem na Hradčany a okolí. Dá se říci, že udělování ocenění má samo o sobě všechny znaky kvalitního marketingového počínu!

Další významnou aktivitou je pravidelné vydávání časopisu Marketing a komunikace, který společnost připravuje zejména pro své členy.

„Česká marketingová společnost od začátku své činnosti vždy poskytovala prostor pro diskusi všem, kteří měli o rozvoj marketingu zájem a podporovala profesní a etický rozvoj oboru. Postupně byly budovány regionální marketingové kluby, zaveden systém certifikací marketingových odborníků, založen Institut marketingových služeb a v neposlední řadě po celou dobu existence ČMS vycházel a vychází zmíněný odborný časopis Marketing a komunikace, který je významnou platformou pro výměnu názorů našich členů i dalších marketingových odborníků.“

Kousek historie ČMS i marketingu obecně

„Od začátku bylo naší výhodou, že jsme měli na co navazovat. Již koncem šedesátých let zde krátce existovala Československá marketingová společnost, která sice rozdělením státu zanikla, ale zůstali někteří její zakladatelé a pamětníci. A ti nám v nové České marketingové společnosti pomáhali. Proto jsme také v rámci oslav dvacátého výročí zakládajícím členům i těm, jež přispěli k rozvoji společnosti a marketingu, jako poděkování předali pamětní listy.

Pojem marketing nebyl u nás ani před rokem 1990 zcela neznámý, především v akademických a výzkumných kruzích. Na začátku devadesátých let marketingová oddělení v některých firmách vznikala tak, že se přepsala cedulka „Obchodní“ na „Marketingové“ oddělení a personální obsazení zůstalo stejné. O to větší byla role ČMS i v tom, co můžeme nazvat „marketingovou osvětou“.

Dnes je řada těchto „dětských nemocí“ už snad za námi. Jenže zase přicházejí nové.

„Často se bohužel například vyskytuje situace, kdy lidé z marketingu musí bojovat s vlastním top managementem, který si dost dobře neuvědomuje, že marketingové postupy jsou mimo jiné důležitým nástrojem pro současný boj s důsledky celosvětové hospodářské recese. A tak první, co je mnohdy škrtnáno, jsou právě náklady na marketing!“

Pomocná ruka, zvaná ČMS

Česká marketingová společnost není jedinou cestou k porozumění a následně k úspěchu. Je ale cestou, která je dostupná všem jejím členům i partnerům, protože každému bez jakýchkoliv zbytečných podmínek nabízí široký otevřený zdroj vzdělání, informací i příkladů. Je připravena pomoci každému, kdo to se svým podnikáním myslí opravdu vážně. Rozsáhlá knihovna včetně časopisů, konference, semináře, poradenství, kontakty se školami, kontakty s firmami, vzájemné propojení subjektů, diskusní fóra, certifikáty marketingových odborníků a řada dalších speciálních akcí, to všechno je pro vás připraveno.

Další informace na www.cms-cma.cz