

## WSTĘP

Niniejsza publikacja to trzecia już pozycja z serii *First Steps in ...*, tym razem poświęcona językowi marketingu. Podobnie jak w dziedzinie biznesu czy finansów, znajomość języka angielskiego w zakresie marketingu jest nieodzowna.

W dzisiejszej dobie znajomość marketingu jest obowiązkowa, bowiem firmy i instytucje nie mają wyboru i aby przetrwać, muszą w praktyce stosować marketing. Znane jest powiedzenie R.L. Stevensona, że „każdy żyje z tego, co sprzedaje” (*everybody lives by selling something*), co w równym stopniu można odnieść do marketingu.

Początki marketingu jako nauki pojawiły się w Stanach Zjednoczonych. Praktycznie cała klasyczna literatura marketingowa została opracowana w języku angielskim, a i dziś najważniejsze publikacje z tej dziedziny ukazują się w tym języku.

Pierwsze instytucje zajmujące się marketingiem powstały na początku XX wieku w Stanach Zjednoczonych. W Polsce po II wojnie światowej marketing był w istocie zakazany jako owoc „zgniłego kapitalizmu”. Opublikowana w 1961 r. *Mała Encyklopedia Ekonomiczna* – na marginesie jedyna do dziś encyklopedia ekonomiczna – nie zawiera w ogóle hasła „marketing”, zaś w indeksie pod hasłem „rynek” znajdziemy jedynie „rynek socjalistyczny”.

Po drugiej stronie Atlantyku wiedza o marketingu rozwijała się niezwykle dynamicznie. Pierwszy podręcznik marketingu w USA zatytułowany *Marketing Methods and Salesmanship* pojawił się już w 1914 r. – autorami byli R.S. Butler i J.G. Jones. Dwa lata wcześniej pojawiła się publikacja na temat zarządzania sprzedażą, której autorem był Charles Wilson, zaś w 1913 r. pojawiło się opracowanie P.T. Cheringtona *Advertising as a business force*. Aby być precyzyjnym, należy wspomnieć, że o reklamie pisano znacznie wcześniej, bo już w 1850 r. w książce H. Greeleya *The Philosophy*

of Advertising. Koncepcja marki i praktyka kreowania marki sięga czasów dynastii Song (X w.) i wiąże się z handlem herbatą.

Kończąc ten krótki rys historyczny można powiedzieć, że „in some ways marketing is as old as civilization itself”. Nowoczesne pojęcie marketingu wiąże się z fundamentalnym oddzieleniem produkcji od spożycia, pojawieniem się produkcji masowej, rozwojem infrastruktury transportowej i środków masowego przekazu.

Do badań marketingowych stosuje się dziś różne instrumenty znane np. w psychologii czy w naukach behawiorystycznych. Istnieją nowe terminy związane z tzw. segmentacją psychograficzną; firmy reklamowe zajmują się np. wartościami i stylami życia oraz rolą humoru w reklamie, tworzą mapy preferencji dla danych produktów, rozważają kupowanie refleksyjne czy kupowanie nawykowe.

Książka *First Steps in Marketing Language* zawiera prezentację podstawowych zagadnień marketingowych. W kolejnych rozdziałach przedstawiane są terminy marketingowe po polsku i po angielsku. Jednocześnie dla utrwalenia terminów angielskich są one powtórzone po każdym rozdziale w postaci „kluczowych słów do zapamiętania” (*Key words to remember*).

Książka zawiera też rozdział poświęcony korespondencji marketingowej, w którym Czytelnik znajdzie wybrane wzory listów oraz e-maili dotyczących spraw związanych z marketingiem. Kolejne rozdziały omawiają żargon marketingowy oraz idiomy angielskie związane z tematyką *Marketing Language*.

Obszerną część książki stanowi angielsko-polski słownik terminów marketingowych, który liczy blisko 2000 haseł. Ten zbiór haseł – zdaniem autora – pozwoli Czytelnikowi w miarę swobodnie poruszać się po rozległej literaturze marketingowej w języku angielskim.

W całej książce przyjęta została amerykańska odmiana języka angielskiego (*American English*) jako najczęściej stosowana w świecie marketingu.

## **Porady dla marketingowców**

Dla osób, które zamierzają poświęcić się działalności marketingowej podajemy kilka prostych porad i wskazówek, jak zachowywać się w codziennych sytuacjach na styku sprzedawca-nabywca.

Jest to swego rodzaju savoir-faire marketingowca. Przykłady tych prostych porad prezentujemy w angielskiej wersji językowej i luźnym przekładzie na język polski.

- ✓ Zawsze pytaj, czy nie jest potrzebna twoja usługa. (**Always ask if someone needs your service.**)
- ✓ W sprzedaży bezpośredniej nie przyjmuj żadnych założeń. (**Assuming is not an option in direct sale.**)
- ✓ Pytaj każdą spotkaną osobę, czy słyszała o twoim produkcie. (**Ask everyone you meet if they've heard about your product.**)
- ✓ W każdej sytuacji bądź przygotowany do robienia interesów. (**Be prepared for business everywhere you go.**)
- ✓ Traktuj każdego jako potencjalne źródło informacji – póki nie spytasz, nie będziesz wiedział. (**Consider everyone a potential lead – you don't know until you ask.**)
- ✓ Dobieraj ubiór tak, aby twój wygląd świadczył o tym, że odnosisz sukcesy. (**Dress for success – to be successful you want to look successful.**)
- ✓ Nie oczekuj, że otrzymasz więcej niż dajesz. (**Expect to receive what you give.**)
- ✓ Skuteczny marketing – upewnij się, że twoje nazwisko, numer telefonu i strona internetowa znajdują się na wszystkich materiałach, które przekazujesz. (**Effective marketing – make sure you have your name, phone number and website on everything you give out.**)
- ✓ Nastaw swój umysł na skuteczne myślenie. (**Fill your mind with successful thinking.**)
- ✓ Korzystaj z każdej okazji, aby dogodzić swoim klientom. (**Jump at the opportunity to pamper your customers.**)
- ✓ Bądź zawsze uprzejmy wobec każdej spotkanej osoby. Pamiętaj: każdy i wszędzie jest potencjalnym klientem. (**Always be kind to everyone you meet. Remember: everyone, everywhere is a potential customer.**)

- ✓ Wręczaj swoją wizytówkę każdej osobie, z którą rozmawiasz o interesach. (**Leave a business card with anyone you talk about your business.**)
- ✓ Wsłuchuj się w swoich klientów – zaspokajaj ich potrzeby. (**Listen to your customers – fill their needs.**)
- ✓ Zadbaj o to, by pierwszeństwo w obsłudze mieli zawsze twoi obecni klienci. (**Make it a priority to service your existing customers.**)
- ✓ Wychodząc z domu nigdy nie zapominaj o tym, co jest twoim największym atutem – o uśmiechu. (**Never leave your home without your most important asset – your smile.**)
- ✓ Pamiętaj: możliwości są wszędzie – nie ograniczaj się. (**Remember: opportunities are everywhere – don't limit yourself.**)
- ✓ Dokądkolwiek się udajesz, miej umysł otwarty na nowe możliwości marketingowe. (**Open your mind to new marketing possibilities wherever you go.**)
- ✓ Upór to klucz do sprzedaży bezpośredniej. (**Persistence is the key to direct sales.**)
- ✓ Pamiętaj: liczy się jakość, a nie ilość. (**Remember: quality instead of quantity.**)
- ✓ Zanim spróbujesz coś sprzedać, staraj się zrozumieć potrzeby klienta. (**Understand your customer's needs before you try to "sell" them.**)
- ✓ Dobieraj starannie słowa. (**Choose your words carefully.**)
- ✓ Pracuj tak, jakbyś nie potrzebował pieniędzy. (**Work as if you don't need money.**)
- ✓ Wyciągaj wnioski z przeszłości i idź do przodu. (**Learn from yesterday and move forward.**)

Niniejsza książka z pewnością ułatwi Czytelnikom zrozumienie podstawowych zagadnień z dziedziny marketingu w powiązaniu z prezentacją odpowiedników polskich terminów w języku angielskim.