

MORE THAN JUST AFTERMARKET



solutionsgroup.com

PRZENIESIENIE NAPĘDU

Wyroby wyprodukowane zgodnie z najwyższymi normami jakości w celu zagwarantowania maksymalnej niezawodności, żywotności i komfortu użytkownika.

- Przeguby równobieżne
- Wały napędowe
- Osłony przegubu

CZĘŚCI HAMULCOWE

Wszystkie produkty z linii hamulcowej spełniają wymogi bezpieczeństwa stawiane przez wiodących producentów samochodów takim częściami jak tarcze i klocki hamulcowe.

- Tarcze i klocki hamulcowe
- Bębny hamulcowe i szczęki, zestawy dopasowujące
- Hydraulika hamulców i sprzęgła

CZĘŚCI SILNIKOWE

To tradycyjne produkty Metelli, używane głównie jako oryginalny sprzęt w przemyśle samochodowym, motocyklowym, ogólnie w przemyśle i w sektorze rolnym. Istnieje również szeroki asortyment produktów przeznaczonych dla rynku części zamiennych.

- Prowadnice zaworów
- Gniazda zaworów
- Podkładki regulacyjne zaworów
- Hydraulika hamulców i sprzęgła

POMPY WODY

Szeroki wybór produktów do wszystkich samochodów na rynku europejskim, ciągle modernizowany, aby szybko reagować na potrzeby rynku.

- Pompy wody
- Zestawy pasków napędu rozrządu z pompą wody



metelli

AUTOMOTIVE PASSION

GRAF

CFAM

KWP

metelligroup

www.metellispa.it

Autonaprawa

www.e-autonaprawa.pl

Adres redakcji:

pl. Nowy Targ 28/14
50-141 Wrocław
tel. 71 715 77 95
faks 71 343 35 41
autonaprawa@technotransfer.pl
www.technotransfer.pl

Numer rachunku bankowego:
03 1140 2004 0000 3102 5467 9483

Redaktor naczelny:

Marian Kozłowski
m.kozlowski@technotransfer.pl

Sekretarz redakcji:

Bogusława Krzczanowicz
b.krzczanowicz@technotransfer.pl

Redakcja e-autonaprawa.pl:

Adam Rudziński
a.rudzinski@technotransfer.pl

Stali współpracownicy:

Andrzej Kowalewski, Zenon Majkut,
Ewa Rozpędowska, Toni Seidel,
Leszek A. Stricker, Tomasz Szulc,
Andrzej Tippe, KrzaQ

Marketing i reklama:

Małgorzata Salamaga-Borysenko
tel. 71 733 67 56
m.salamaga@technotransfer.pl
Przemysław Krzczanowicz
tel. 71 715 77 96
p.krzczanowicz@technotransfer.pl

Prenumerata:

tel. 71 715 77 95
prenumerata@technotransfer.pl

Opracowanie graficzne i skład:

Taurus CD
tel. 71 715 77 98

Wydawca:

Wydawnictwo Technotransfer



Druk i oprawa:

Delta Wrocław

Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

Zdjęcia na okładce:
Carbodyrepairs.org, Federal-Mogul



Korespondencja

Nie lubię otrzymywać nieoczekiwanych listów i chyba nie różnię się pod tym względem od większości takich mimowolnych adresatów. Widok ulotki zatkniętej za samochodową wycieraczkę lub znalezionej w pocztowej bądź mailowej skrzynce natychmiast wprawia mnie w rozdrażnienie niezależnie od charakteru i treści przekazywanej w ten sposób informacji. W przypadku mandatów i urzędowych monitów jest to oczywiste, lecz w czym mi właściwie przeszkadza zaproszenie na erotyczny wieczór w towarzystwie dobranym przez specjalistyczną agencję, propozycja uraczenia mnie pizzą dostarczoną do domu, daleko idącej pomocy w odsprzedaży mojego samochodu czy zmiany telefonicznego operatora? Ścierpię też uporczywą internetową zaczepkę „masz już dość tupiezu?”, choć przyjąłbym chętnie każdą jego dodatkową ilość...

Coś mi nie odpowiada, więc mogę nie korzystać i spokój, którego osiągnięcie jest stosunkowo łatwe. Wystarczy wyrzucić kartkę do odpowiedniego pojemnika (choć dlaczego to ja mam po cudzej akcji sprzątać?), usunąć maila jeszcze przed otwarciem, wykorzystać bardziej pożytecznie reklamową przerwę w telewizyjnym programie. Nawet w najbardziej kłopotliwym polowaniu na ukryte krzyżyki do kasowania podstępnych okienek na całym z nimi niezwiązanym stronach w Internecie daje się z czasem uzyskać pewną wprawę.

Nieuchronnie jednak pojawiają się wówczas pytania o pożytki płynące z tej korespondencyjnej rozrzutności, a spontaniczne odpowiedzi na nie tracą po namyśle pierwotną jednoznaczność. Papierowe ulotki, foldery, a także (bądźmy szczerzy) bezpłatne czasopisma są wytwarzane z roślinnego surowca, który pozostawiony w naturalnym stanie neutralizowałby w jakimś stopniu globalną emisję dwutlenku węgla. Z drugiej znowu strony, dzięki tej formie przekazu informacji znajdują zatrudnienie jacyś pracownicy w piarniach, drukarniach, wydawnictwach i kolportażu. Podobna, choć mniej zauważalna, rozbieżność ekologicznych i ekonomicznych interesów zachodzi w komunikacji elektronicznej, która też przecież nie żywi się czystą abstrakcją.

Koszty takiej korespondencji, a więc działań mających budzić pozytywne reakcje respondentów, ponoszą zawsze nadawcy. Liczą przy tym na pośredni zwrot ich nakładów przez pozyskanych tą drogą realnych klientów i życzliwe zainteresowanie tych jeszcze niezdecydowanych. Rzeczywista zaś skuteczność i opłacalność kampanii zależy od trafnego wyboru nagabywanych adresatów, a nie od dowolnie ustalonej ich liczby ogólnej. Adresy chybione to w najlepszym razie zmarnowane środki, w gorszym – wywołanie reakcji obronnych, czyli skutek odwrotny do oczekiwanego.

Uliczny roznosiciel kartek obiecujących różne konsumpcyjne rozkosze nie wie z góry, czy dekorując nimi parkujący samochód, ucieszy właściciela. Wydawca darmowych periodyków ma już moralny, a w przypadku mediów elektronicznych wręcz prawny, obowiązek najpierw zapytać potencjalnego adresata, czy życzy sobie otrzymywać tego rodzaju przesyłki. Taki cel właśnie miała nasza akcja „Autonaprawa we właściwe ręce”. W jej efekcie przestaliśmy naprzykrzać się niechcianą lekturą, a zainteresowanym pismo wysyłamy częściej. Rzeczywistych Czytelników „dodrukować” się nie da, na zwiększenie ich liczby można zapracować tylko nowymi, bardziej „korespondencyjnymi” propozycjami.

Marian Kozłowski

Marian Kozłowski

FOT. ARCHIWUM