

Anna Jędrzejczyk

### Niemiecki w marketingu

Marketingdeutsch



Ostatnio w księgarniach pojawiła się pozycja godna polecenia nie tylko dla tych, których praca wymaga posługiwania się językiem niemieckim w marketingu, ale w zasadzie dla wszystkich, którzy uczą się tego języka, a dodatkowo chcieliby poszerzyć swoją wiedzę nie tylko w zakresie handlu, ale również kultury niemieckiej czy pułapek językowych. Przedstawiamy książkę "Niemiecki w marketingu. Marketingdeutsch" autorstwa Anny Jędrzejczyk.

Książka rozpoczyna się wstępem, w którym autorka wyjaśnia zasady korzystania z niej oraz przedstawia swoje doświadczenia na polu marketingu w Niemczech. Zagadnienia pogrupowane są w następujące rozdziały:

1. Marketingowe myślenie, czyli jakie?
2. Czego życzy sobie niemiecki klient?
3. Niemiecki czy polski klient - jest jakaś różnica?
4. Asortyment w sklepie w Niemczech - czyli jak przygotować atrakcyjną ofertę?
5. Sprzedaż w Niemczech - ucz się od najlepszych!

6. Krótki plan biznesowy
7. Ćwiczenia i gry planszowe
8. Zakończenie - jak poradzę sobie w marketingu?

Dodatkowo, na końcu znajdziecie listę słówek z całej książki, odpowiedzi do ćwiczeń oraz mały kącik gramatyki niemieckiej. Do książki dodano pliki mp3 do pobrania ze strony wydawnictwa oraz zdjęcia ilustrujące książkowe przykłady w kolorze. Dodać należy, iż poziom językowy książki szacowany jest na B1 - B2.

W każdym rozdziale znajdziemy masę przydatnych słówek oraz ćwiczenia do wykonywania we własnym zakresie. Wiele możemy dowiedzieć się o mechanizmach działania niemieckiego handlu, przykładowo o nieodzownej w marketingu reklamie i klientach (Wie ist der typische Kunde aus Deutschland?), czy też o tym jak sformułować mejla do niemieckiego klienta, tak aby pozbawiony był błędów.

Na przykład, dla wyjaśnienia uprawnień realizowanych przez konsumentów w zakresie rękojmi (die Gewährleistung), gwarancji (die Garantie), zwrotów przy zakupach internetowych (die Rücksendung) autorka omawia nie tylko różnice pomiędzy poszczególnymi prawami ale

również przytacza konkretne przepisy niemieckiego kodeksu cywilnego (Bürgerliches Gesetzbuch, BGB) wraz z tłumaczeniem słówek, a nawet najważniejsze informacje, jakie powinny się znaleźć w pouczeniu o zwrocie towaru, adresowanym do klientów niemieckich sklepów internetowych.

Wiele porad znajdą tu osoby, które dopiero rozpoczynają swoją przygodę z językiem niemieckim. Autorka pisze m.in. "Nie sprawdza się zasada, której uczono mnie kiedyś w szkołach państwowych w Polsce, że im dłuższe zdanie w języku niemieckim, tym lepiej pokazuję w nim, że jestem w tym języku zaawansowana. Jest wręcz na odwrót! Im dłuższe i bardziej niezrozumiałe zdania formułujesz, tym częściej Niemiec zauważa, że stosujesz język, który nie jest obecnie typowy - "Das ist nicht typisch deutsch." Ciekawa uwaga jest również a propo rzeczownika "der Freund", czyli przyjaciel. "Gdy dodamy do niego zaimek "mein" (mój), czyli mój przyjaciel, w istocie nie mamy już na myśli przyjaciela, tylko partnera!"

Książka nie jest pozbawiona humoru - taką oto reklamę warsztatu samochodowego poniżej znalazła autorka:



„Nie widziałem w życiu, żeby ktoś powiedział, że nie chce z niego korzystać. Nie widziałem nigdy, żeby ktoś powiedział, że nie chce z niego korzystać.”