

# INTERNÍ MARKETING, JEHO PŘÍNOSY A MARKETINGOVÝ MIX 1. ČÁST

*Cílem přednášky  
je pochopit podstatu  
interního marketingu, jeho  
přínosy a prvky  
marketingového mixu*



# INTERNÍ MARKETING A JEHO PŘÍNOSY, MARKETINGOVÝ MIX

Struktura přednášky

Definice interního marketingu

Vývoj interního marketingu

Přínosy interního marketingu

Marketingový mix

Produkt

Cena



# Interní marketing

## Význam interního marketingu:

- interní marketing se zaměřuje na uspokojování potřeb a získání loajality **vnitřních zákazníků**, tedy **zaměstnanců**.
- pomáhá firmě stanovit, jakým způsobem se starat o zaměstnance a jak s nimi vybudovat pozitivní vztah, která je výsledkem spokojenosti během vykonávání jejich práce.





# Interní marketing

Cílem je také:

- školit a motivovat zaměstnance tak, aby dobře obsloužili zákazníky a
- pozitivně reprezentovali firmu.

Interní marketing také přispívá:

- k posílení sounáležitosti zaměstnanců s firmou a umožňuje
- zapojení se do činností firmy (tvorba firemní kultury, strategií, plánů aj.)

školení

motivace

pozitivní  
reprezentace

sounáležitost

zapojení do  
činnosti firmy



# Podstata interního marketingu

Vymezení, definování  
vnitřních služeb firmy

Vnitřní zajištění externího  
marketingu

Tvorba pracovních míst

Pochopení interního  
marketingu

Získání a udržování vysoce  
motivovaných, zákaznicky  
orientovaných zaměstnanců.

# Cyklus ziskovc



<https://pixabay.com/sk/illustrations/cyklus-p%C3%A4%C5%A5-prim%C3%A1rne-etapa-%C5%A1abl%C3%B3na-3590308/>

Je viditelný přímý vliv spokojenosti zaměstnanců na konečnou spokojenost zákazníků a celkový zisk.

Pokud je zaměstnanec ztotožněn s firemními hodnotami, souhlasí s nimi, významně to ovlivní jeho spokojenost a následně loajálnost ke svému zaměstnavateli = výsledek se výrazně projeví v komunikaci mezi spokojenými zaměstnanci a zákazníky.

# Cyklus ziskovosti





# Vývoj interního marketingu

## 3 vývojové fáze interního marketingu:

1. Interní marketing jako motivační nástroj
2. Zákaznická orientace a marketingové smýšlení
3. Interní marketing jako strategický nástroj



<http://www.mamvolbu.cz/services/koucink/>



<https://www.freepngimg.com/png/17156-software-development-png>





# 1. Interní marketing jako motivační nástroj

- způsob, jak získat motivované a spokojené zaměstnance
- implementace zejména ve firmách, kde byl klíčovým faktorem úspěchu přímý kontakt zaměstnanců se zákazníky, a to převážně **v oblasti služeb a obchodu.**



<http://www.sclance.com/pngs/motivation-png/view-page-2.htm>



<https://workpress.com.br/en/internal-marketing-endomarketing-engagement-starts-internally/>



## 2. Zákaznická orientace a marketingové smýšlení

- je nedostačující pouze zaměstnance motivovat, ale také jim poskytovat pravidelné vzdělávání i v oblasti marketingu.
- interní marketing zaměřen na tvorbu zákaznicky orientovaných zaměstnanců.



<http://www.pngall.com/customer-png>

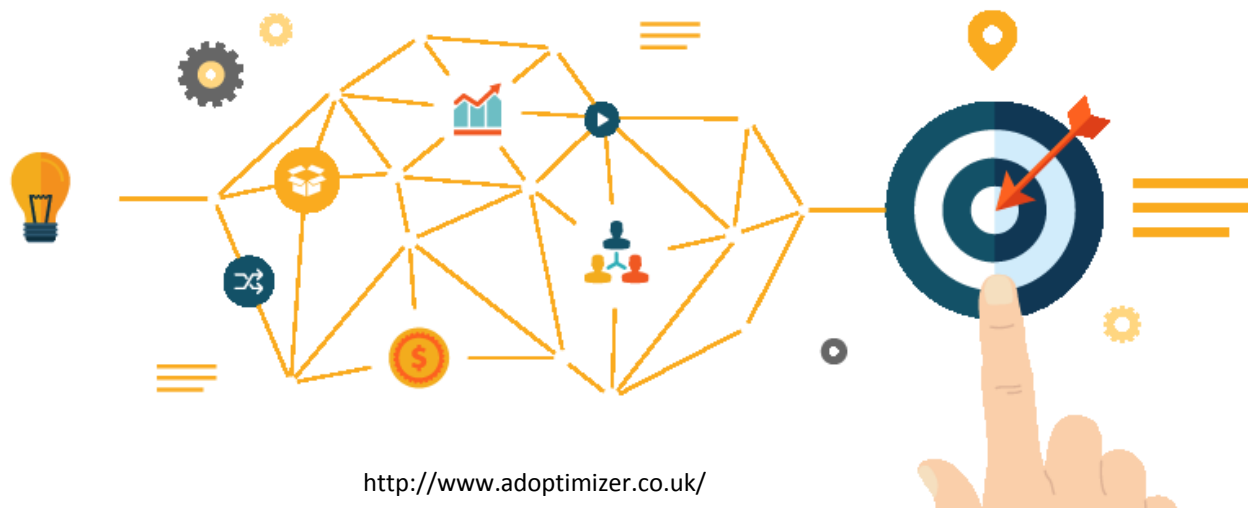


<http://www.apexbusinessmanagement.co.uk/customer-service/customer-focus/>



### 3. Interní marketing jako strategický nástroj

- poskytuje strategický směr firmy s cílem motivovat a integrovat jednotlivé zaměstnance do celkové strategie firmy.
- implementace nejen ve firmách v oblasti služeb, ale také v ostatních oblastech, a to ve výrobě a obchodu.

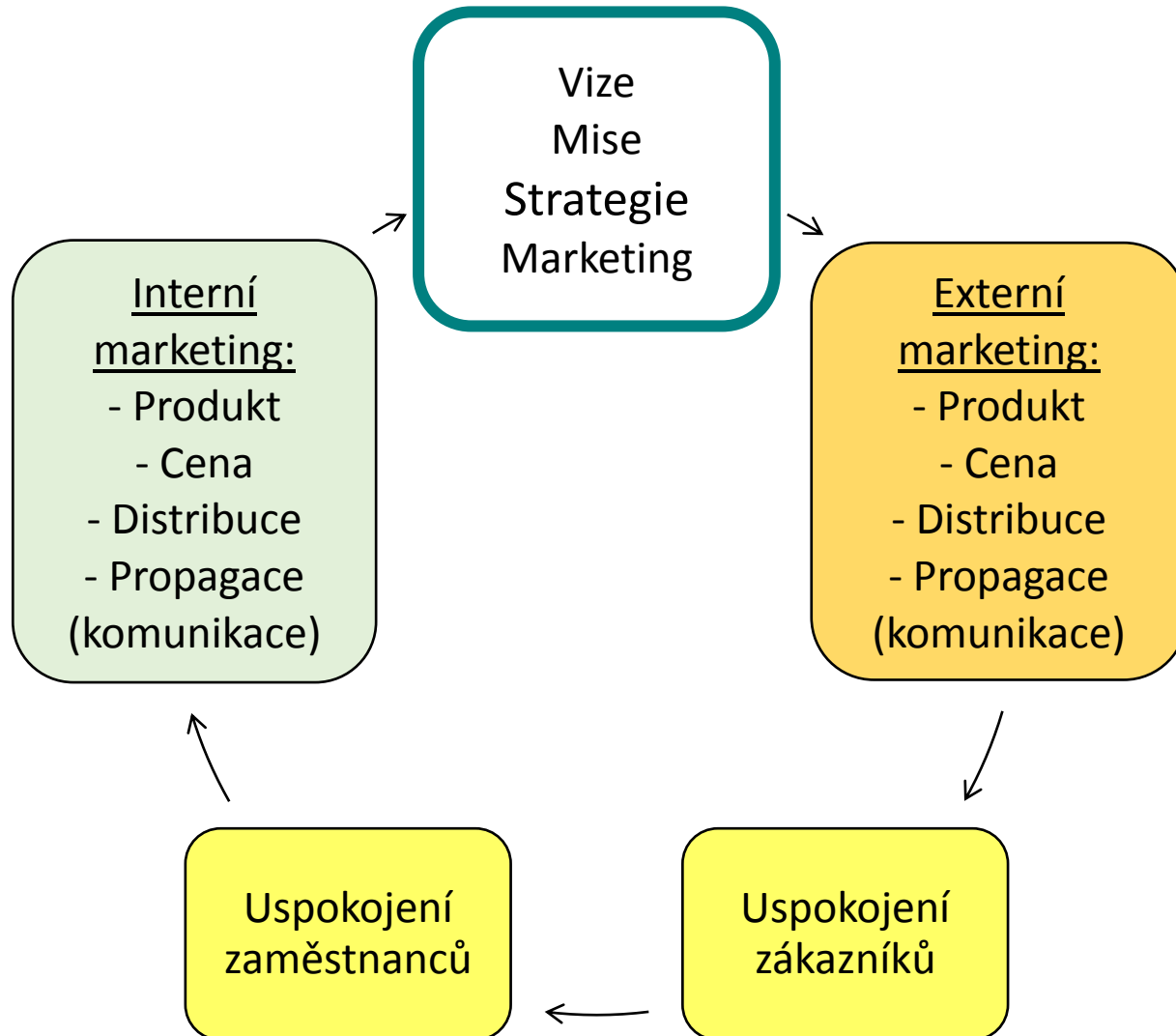




# Vztah interního a externího marketingu



<https://pngtree.com/free-icons/build-relationship>



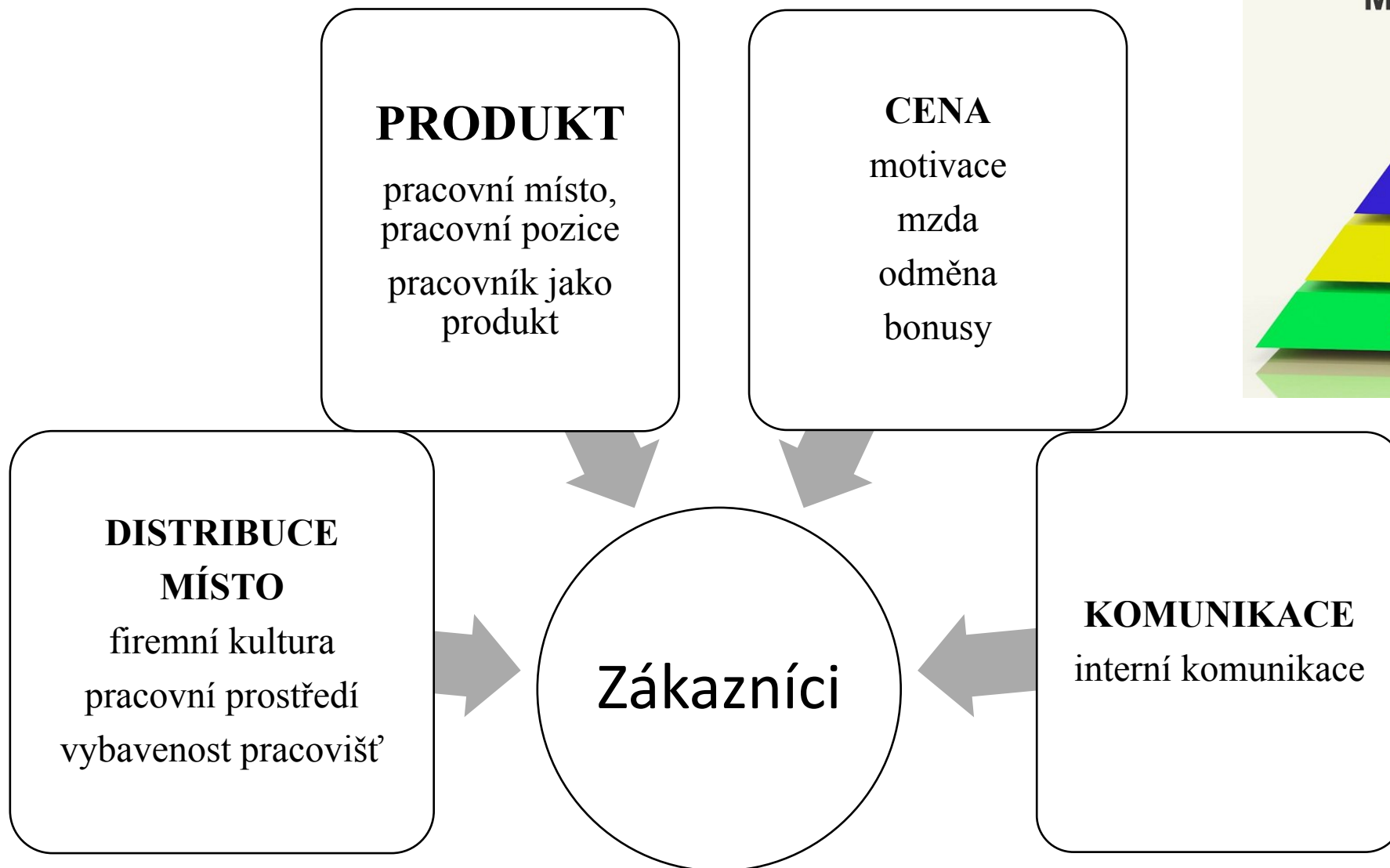
# Přínosy interního marketingu



- + zlepšení **komunikace** a **kooperace** mezi zaměstnanci a odděleními,
- + **zákaznický** orientovaný **přístup**,
- + **lepší vztahy** se zákazníky,
- + podpora **vzdělávání** zaměstnanců,
- + snižování **fluktuace** zaměstnanců.



# Marketingový mix interního marketingu

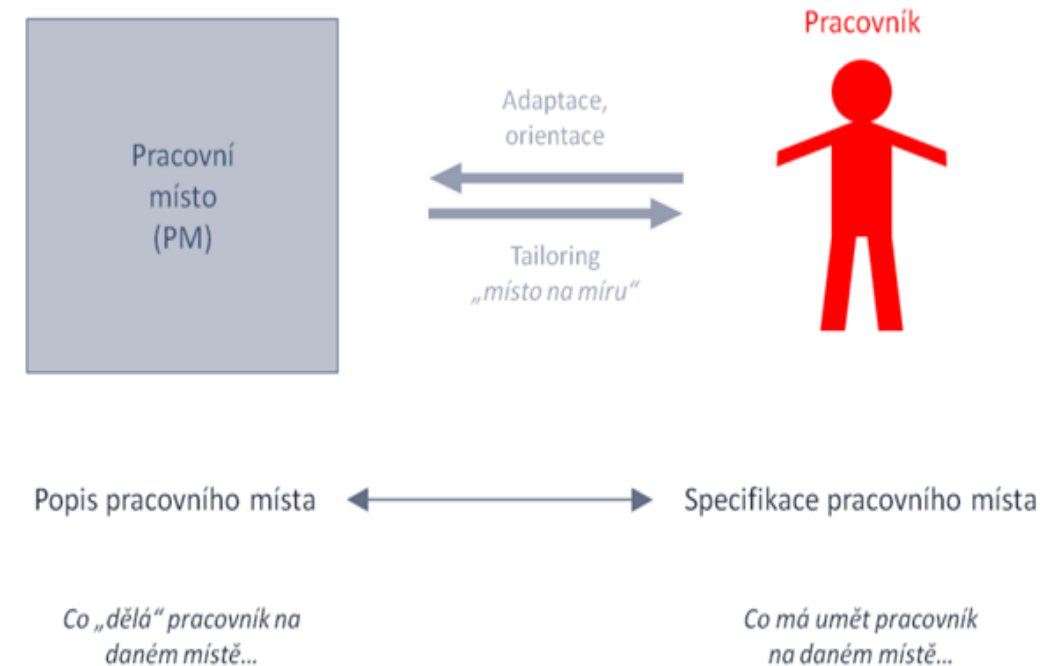


[https://www.tutorialspoint.com/international\\_marketing/international\\_marketing\\_mix.htm](https://www.tutorialspoint.com/international_marketing/international_marketing_mix.htm)



# Produkt

- firma nenabízí pouze výrobek nebo službu svým cílovým zákazníkům, ale nabízí také **pracovní místo**, a to nově vytvořené nebo již existující.
- předpoklad pro úspěšnou pracovní nabídku, tedy produkt, je popis a specifikace požadavků na budoucího zaměstnance (jeho znalosti, dovednosti a kvalifikace).

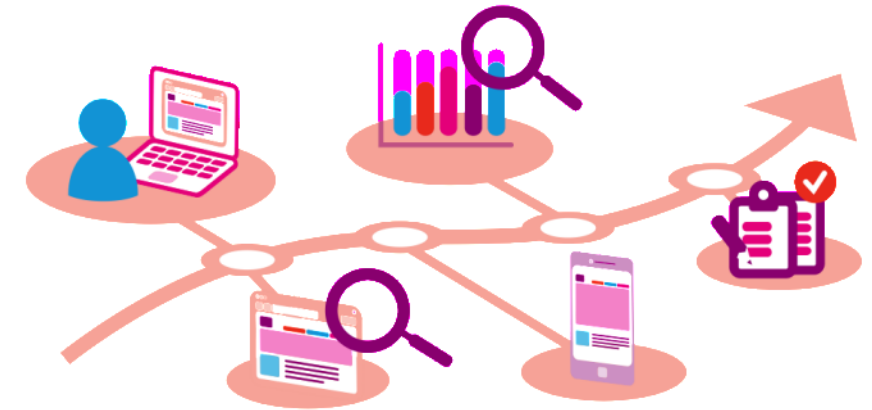


Případová studie: Produkt interního marketingu v praxi (opora s. 30)



# Analýza pracovních míst

- výstupem je popis práce a požadovaný profil zaměstnance vhodného pro nabízenou pracovní pozici
- vzdělání, zkušenosti, měkké a tvrdé dovednosti, přístup k práci, očekávání aj.



<https://digitalworkplacegroup.com/2015/09/02/gartner-digital-workplace-8-building-blocks-analysis/>







# Profesiogram

- přesný a srozumitelný popis práce (vymezení pracovního předmětu, výsledků pracovní činnosti a pracovních podmínek)
- východisko pro **návrh vzdělávání** pracovníků.



<https://cepymenews.es/el-profesiograma-que-es-y-para-que-sirve/>

## Příklad profesiogramu



### Profesiogram – servírka – činnosti, dovednosti

- příprava a aranžování místností a tabulí,
- přijímání a umísťování hostů, poskytování rady při výběru pokrmů a nápojů,
- servírování a vydávání pokrmů a nápojů,
- dokončování přípravy jídel u stolu (např. flambování ...),
- ošetřování a nalévání nápojů,
- účast na přípravě a obsluze při slavnostních akcích,
- přijímání objednávek,
- inkaso plateb a spolupráce s pokladnou, péče o používané předměty (sklenice, nádobí, příbory, atd.),
- uskladňování a kontrola zboží a předmětů používaných v restauraci,
- odborná instruktáž u speciálních pokrmů a nápojů.



### Požadavky:

- efektivní komunikace
- kooperace
- samostatnost
- počítačová způsobilost (pokladna, příjem zboží na sklad...)
- jazyková způsobilost
- střední vzdělání s výučním listem



# Profesiogram

Komplexní profesiogram obsahuje kromě popisu pracovní pozice, soupis **nároků a požadavků**, které se od zaměstnance očekávají. Určuje také **stupeň pracovní zátěže**, nároky na psychické a fyzické funkce zaměstnance a rozsah **odpovědnosti** nutné pro výkon konkrétního pracovního místa.

## Pracovní zátěž a stres

Problém pracovní zátěže sledujeme z hlediska **senzorických** i **motorických** výkonů, **subjektivních** obtíží, **fyziologických změn**, biochemických procesů a mnoha dalších vlivů působících při pracovní činnosti na člověka.







# Motivace zaměstnanců

Armstrong (2007, s. 109) definuje motivaci jako:

„**Motiv** je důvod něco dělat – dát se určitým směrem. Lidé jsou motivováni, když očekávají, že jejich kroky, jejich činnost pravděpodobně povede k **dosažení cíle** – hodnotné odměny, uspokojující jejich konkrétní potřeb. Dobře motivovaní lidé jsou lidé s jasně definovanými cíli, kteří podnikají kroky, od nichž očekávají dosažení těchto cílů.“



# Cena

**Motivace a odměna určuje cenu pracovní pozice** (produktu). Cena pracovní nabídky se odvíjí:

- od současné ekonomické situace,
- pozice firmy na trhu, od tlaku konkurence,
- také od odměňování stávajících zaměstnanců.

S touto motivací a stimulací je propojeno odměňování, a to ve formě mzdy, platu, prémie nebo jiných způsobů odměn, jako je např. nefinanční odměna – pochvaly, vzdělávání, každodenní nabídka ovoce na pracovišti, bezedný hrnek kávy aj.)



HLEDÁME PRACOVNÍKY TĚCHTO PROFESÍ  
**VHODNÉ I PRO ABSOLVENTY**

### **STROJNÍ ZÁMEČNÍK – SVÁŘEČ**

Požadujeme: ● vyučení v oboru zámečnický, příp. jiný příbuzný obor ● orientace ve výkresové dokumentaci ● spolehlivost, zodpovědnost

Náplň práce: ● svářečské a zámečnické práce – sestavování, montáž částí konstrukcí

### **OPERÁTOR CNC OHRAŇOVACÍHO LISU**

Požadujeme: ● Znalost technické a výkresové dokumentace ● Manuální zručnost, dobrý zdravotní stav ● Odpovědný přístup k práci, samostatnost, pečlivost

Náplň práce: ● Obsluha CNC strojů – ohraňovacího lisu ● Výroba dílců dle technologické dokumentace ● Manipulace s plechy

**NABÍZÍME:** práce na HPP ● platové ohodnocení dle praxe, znalostí a výsledků ● nástup ihned nebo dle dohody

Kontakt: ZLS Přešovice, čp. 223, 463 46 Přešovice, tel. 603 161 554, jaromir.svec@zls-prisovice.cz, www.zls-prisovice.cz

# Motivace zaměstnanců (stimulace)



Motivovaní zaměstnanci vykonávají svou práci ochotněji, přistupují k ní zodpovědně a dochází k eliminaci počtu chyb.

Motivaci zaměstnanců ovlivňují vnější a vnitřní faktory.

**Vnitřní faktory** – potřeby zaměstnanců – samostatnost, dovednosti získané prací, viditelné výsledky práce.

**Vnější faktory** – ze strany zaměstnavatele – finanční ohodnocení, možnost povýšení, pochvala, uznání kolegů i managementu.



**Existuje:**

**Přímá stimulace** – vázána na výkon

**Nepřímá stimulace** - není vázána na výkon (peněžní a nepeněžní)

# Formy odměn (vnější faktor)



## Hmotné odměny:

- peněžní odměny
- zaměstnanecké výhody.



## Nehmotné odměny:

- vzdělávání a rozvoj
- některé složky pracovního prostředí.





# Hmotné odměny



## Peněžní odměny:

- základní mzda/plat
- zásluhová odměna
- peněžní bonusy
- dlouhodobé pobídky
- akcie, podíly na zisku

- tržní ohodnocení určitých profesí
- náročnost požadavků, vzdělání, zkušenosti, délka praxe
- cílem je získání a udržení zaměstnanců

- nadtarifní složka mzdy, nenároková

- nejsou vázané na výkon (např. věrnostní odměna...)

- velké korporace, finanční instituce...

# Hmotné odměny



## Zaměstnanecké výhody:

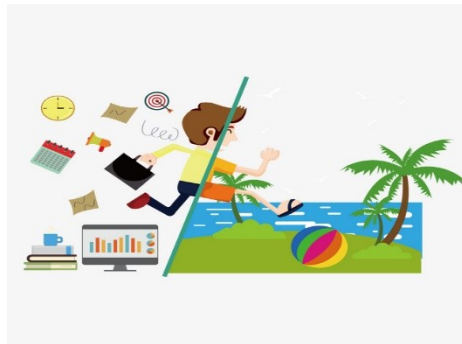
- důchody
- dovolená
- zdravotní péče
- jiné funkční výhody
- flexibilita (pracovní doba)

- příspěvky na penzijní a životní pojištění

- dny navíc k zákonné dovolené (20 dní),  
volné dny na získání vzdělání,

- wellness pobyty, příspěvky na doplňky stravy, podpora sportovních aktivit, kulturní akce...

- příspěvek na dětský tábor, stravenky, firemní školky,



# Komerční banka – péče o zdraví – **případová studie**



- Péči o zdraví našich zaměstnanců se věnujeme dlouhodobě a systematicky.** Vzhledem k aktuální celosvětové epidemické situaci velkou část aktivit nabízíme také v online podobě.
- v budově centrály v pražských Stodůlkách je zaměstnancům k dispozici **tělocvična**, kde probíhají skupinové lekce jógy a TRX.
  - v rámci programu **Mojevitalita.cz**, jenž podporuje zdravý životní styl, jsou k dispozici **e-learningové kurzy** věnující se tématům smart office, home office nebo koronavirová situace.
  - probíhají online **odborné workshopy a webináře věnované zdravé stravě a mindfulness**.
  - formou příspěvku prostřednictvím benefitního systému pravidelně podporujeme **sportovní aktivity** našich zaměstnanců anebo nákup produktů pro zdravý životní styl.
  - rovněž nabízíme **Poradenský program**, který pomáhá zaměstnancům v oblasti psychologického, právního a také COVID poradenství.

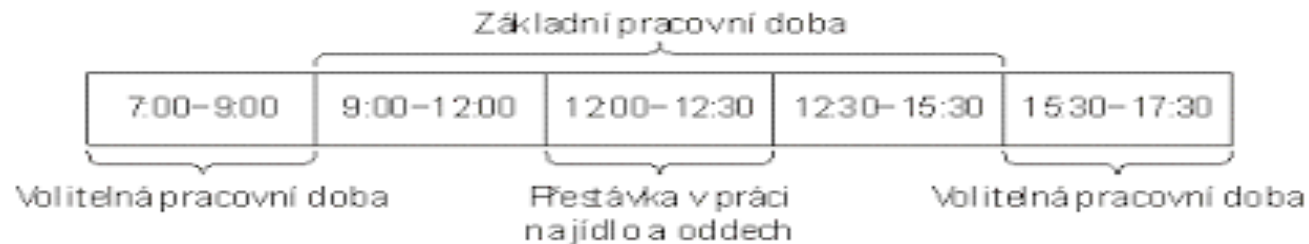
**Dlouhodobě vycházíme vstříc zaměstnancům, kteří se ocitnou v těžké životní situaci-** flexibilní úpravou pracovní doby, snížením pracovního úvazku, finanční podporou anebo neplaceným volnem.

# Flexibilní pracovní doba - praxe



**Pružná pracovní doba** je takový režim **pracovních** směn, při němž si zaměstnanec sám volí začátek, popřípadě i konec **pracovní doby** v rámci časových úseků stanovených zaměstnavatelem ("volitelná **pracovní doba**").

**Příklad:** zaměstnavatel stanovil zaměstnancům, že pevná část **pružné pracovní doby** (**základní pracovní doba**) je v době od 9.00 hodin do 15.30 hodin, volitelnou část **pružné pracovní doby** si můžou zaměstnanci odpracovat v době od 7.00 hodin do 9.00 hodin a v době od 15.30 hodin do 17.30 hodin.



Pružná pracovní doba, tedy pružné rozvržení stanovené týdenní pracovní doby, je upravena zákonem č. 262/2006 Sb., zákoníkem práce. Nová úprava je mnohem srozumitelnější než v předchozím zákoně.

# Nehmotné odměny



## Vzdělávání a rozvoj:

- vzdělávání a rozvoj na pracovišti
- vzdělávání a výcvik
- řízení pracovního výkonu
- rozvoj kariéry

- povinné vzdělávání (BOZP, školení řidičů) ... a doplňkové

- obecně – identifikace a formulace potřeb vzdělávání, rozpočet, kvalita školitele, sestavení harmonogramu, kontrola výsledků

Přístupy k řízení pracovního výkonu lze rozlišit dva. Prvním je americký přístup, který je založen na direktivním určování norem a cílů výkonu. Oproti tomu evropský přístup je založen na vzájemné participaci nadřízeného a podřízeného pracovníka (Koubek, 2004, s. 9).

## Osobní plány rozvoje

<https://vemo.com/>



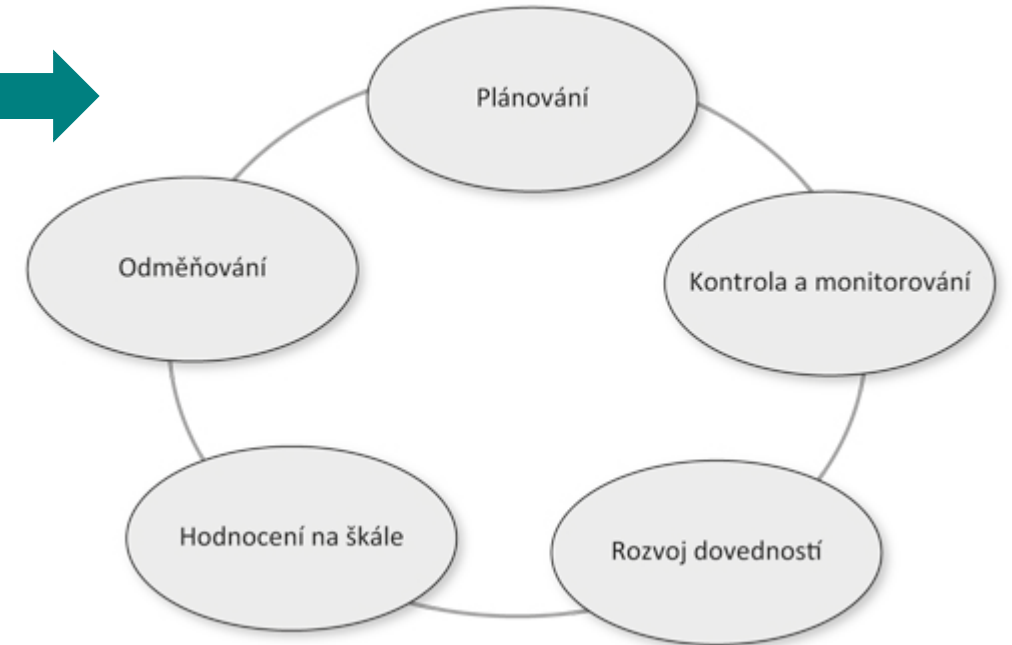


# Řízení pracovního výkonu

Řízení pracovního výkonu je založeno na dlouhodobém zvyšování výkonnosti, rozvoji pracovníků a vede k učící se organizaci.

**Učící se organizace** – Senge v 90. letech publikoval knihu *Pátá disciplína*, ve které rozvinul koncept učící se organizace. Pohlíží na organizace jako na dynamické systemy ve stavu nepřetržité adaptace a zlepšování.

**Hodnocení výkonu** je proces, při kterém management **hodnotí výkon** jednotlivců, poskytuje jim zpětnou vazbu o plnění jejich cílů, ale také je koučuje tak, aby své aktivity zaměřili na zlepšení **výkonu**.



# Nehmotné odměny

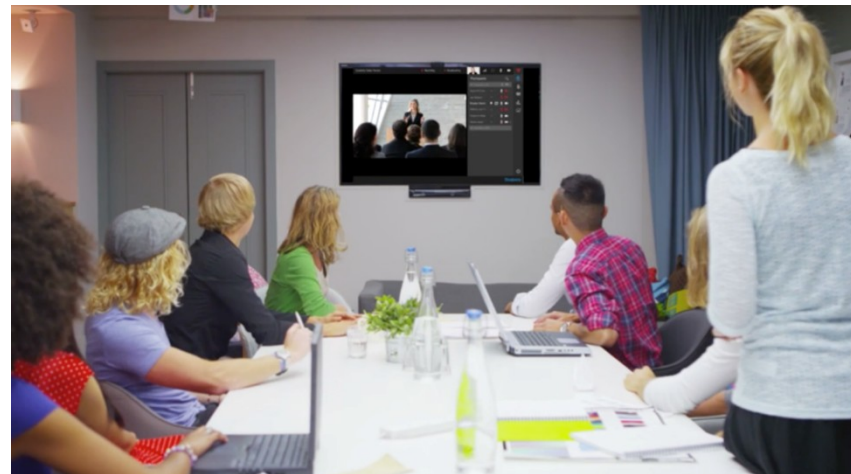


## Pracovní prostředí:

- základní hodnoty organizace
- styl a kvalita vedení
- uznání, úspěch
- kvalita pracovního života

- strategická vize firem v oblasti řízení lidských zdrojů

- styl demokratický, styl autokratický, styl liberální....



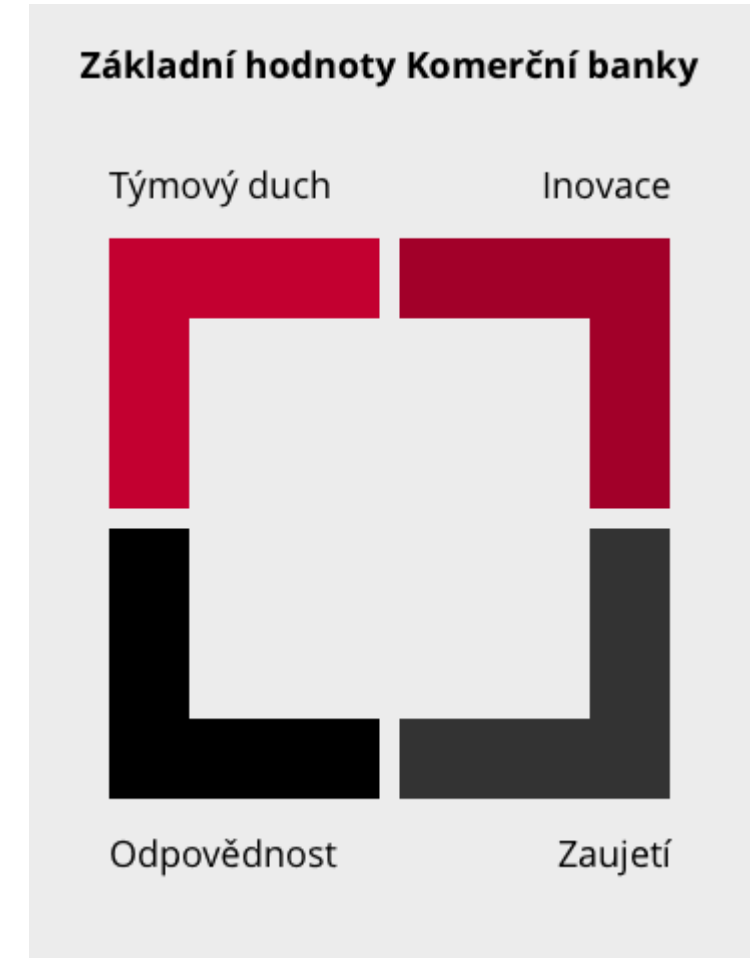


# Základní hodnoty organizace – Komerční banka – **případová studie**

Strategickou vizí KB v oblasti lidských zdrojů je **vytvářet se zaměstnanci dlouhodobá partnerství**.

Předpokladem je profesionální vztah založený na důvěře, respektu, vzájemné komunikaci a dodržování rovných příležitostí. Současně vytváříme **inspirativní a podporující prostředí**, kde lidé chtějí pracovat, být úspěšní a spokojení a mají chuť učit se novým věcem.

Vzájemná spolupráce mezi zaměstnanci se opírá o **čtyři základní hodnoty**, kterými jsou **týmový duch, inovace, zaujetí a odpovědnost**. Společně tvoří základ firemní kultury, na níž stavíme svou budoucnost. Tyto hodnoty jsou také nedílnou součástí našeho poslání, které vyjadřuje smysl naší existence a to, jak chceme být na trhu vnímáni.





# Shrnutí přednášky



**Interní marketing** – význam, vývoj a jeho přínosy

**Marketingový mix** – význam v interním marketingu

**Produkt** – význam, analýza pracovních míst, profesiogram

**Cena** – motivace zaměstnanců, formy odměn  
(hmotné a nehmotné)