

# 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 motivační 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>

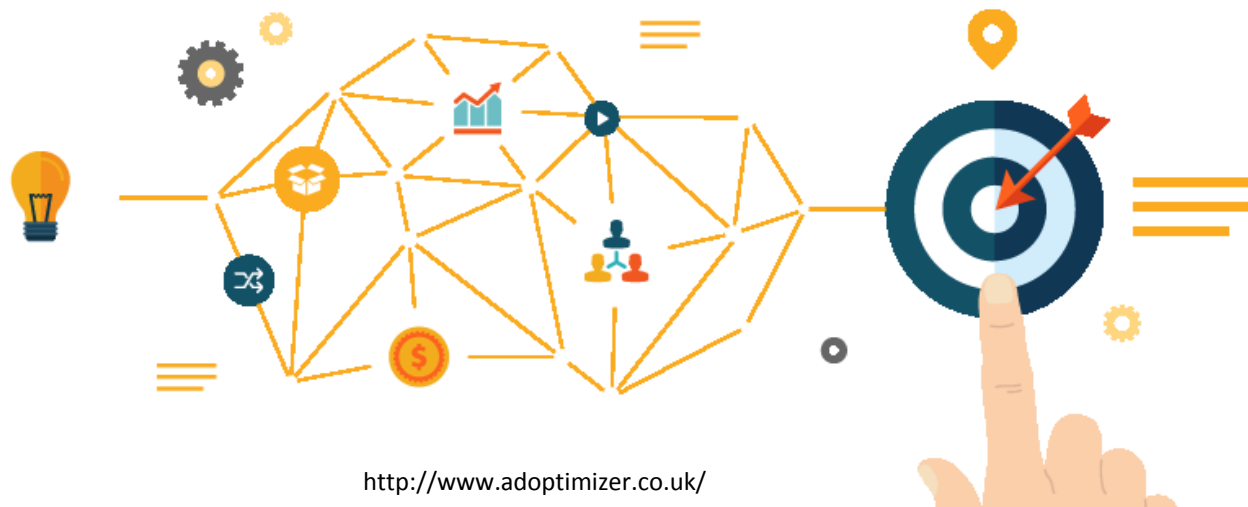


<http://www.apexbusinessmanagement.co.uk/customer-service/customer-focus/>



### 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.

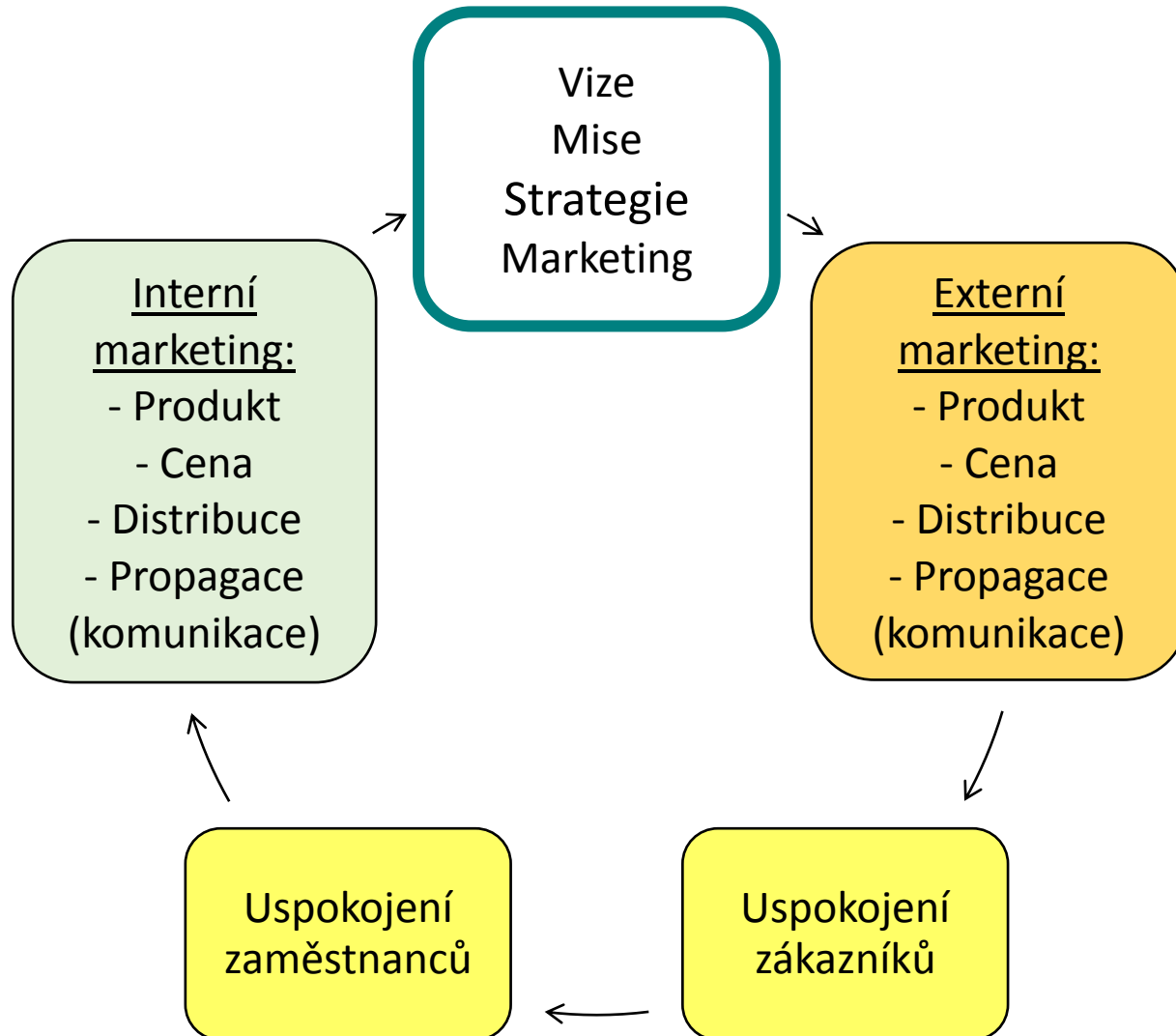




# Vztah interního a externího marketingu



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



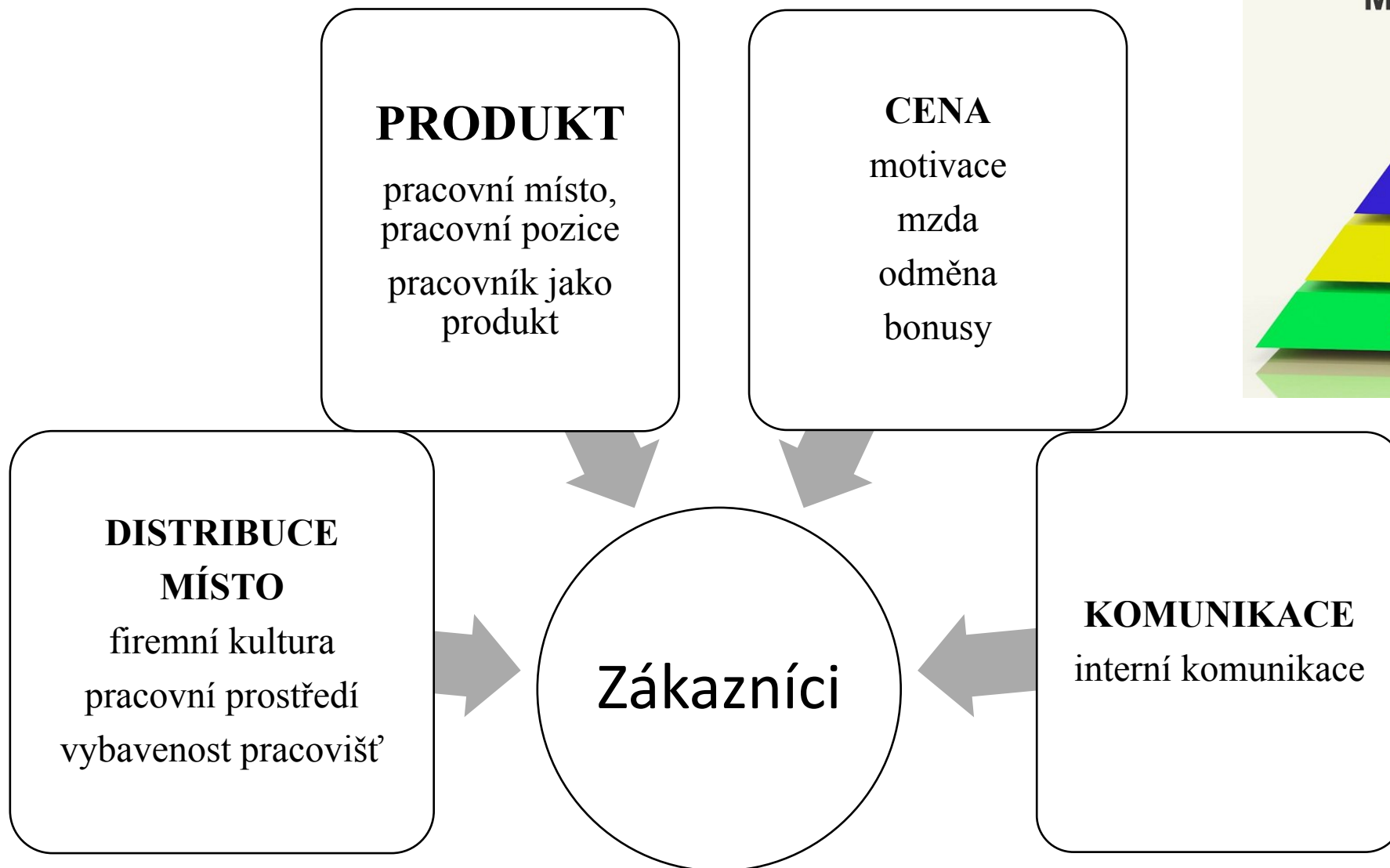
# Přínosy interního marketingu



- + 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

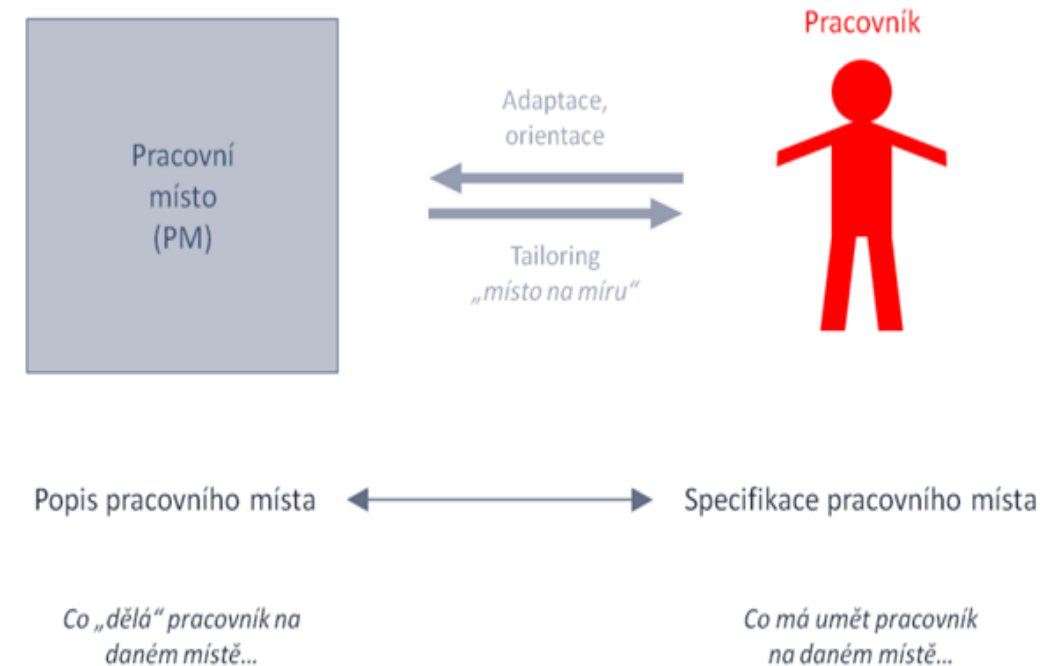


[https://www.tutorialspoint.com/international\\_marketing/international\\_marketing\\_mix.htm](https://www.tutorialspoint.com/international_marketing/international_marketing_mix.htm)



# 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).

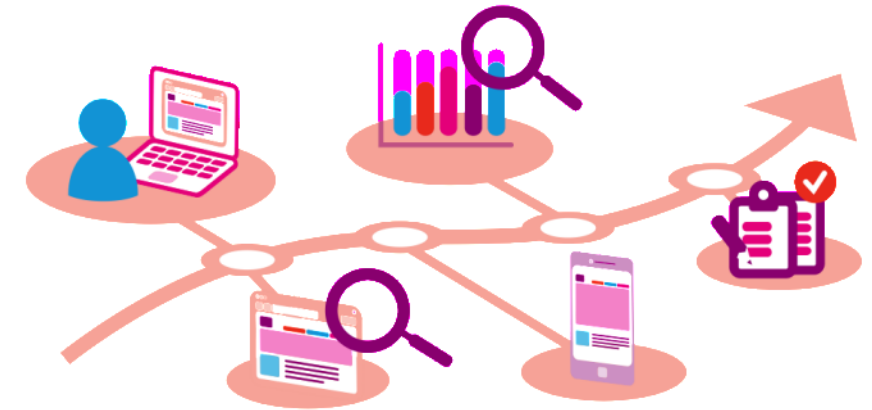


Případová studie: Produkt interního marketingu v praxi (opora s. 30)



# 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/>



## 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

Pracovní náplň

[https://is.vsh.cz/th/jau80/Diplomova\\_prace\\_-\\_Hermankova.pdf](https://is.vsh.cz/th/jau80/Diplomova_prace_-_Hermankova.pdf)



# 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.





# Cena

Množství peněžních jednotek, které jsou požadovány za konkrétní nabízený produkt na trhu (externí marketing).

Cena představuje náklady na pracovní sílu, na jeho odměňování a motivaci, případně cena školení (interní marketing).





# 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, ale 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.)

# Motivace zaměstnanců



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.





# 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.“

# Formy odměn (vnější faktor)

## HMOTNÉ ODMĚNY

### Peněžní odměny:

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

### Zaměstnanecké výhody:

- důchody
- dovolená
- zdravotní péče
- jiné funkční výhody
- flexibilita



# Formy odměn (vnější faktor)

## NEHMOTNÉ ODMĚNY

### Vzdělávání a rozvoj:

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

### Pracovní prostředí:

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



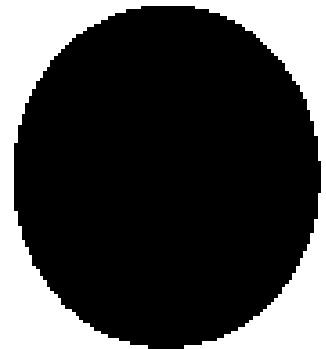
# Hmotné odměny

## Peněžní odměny:

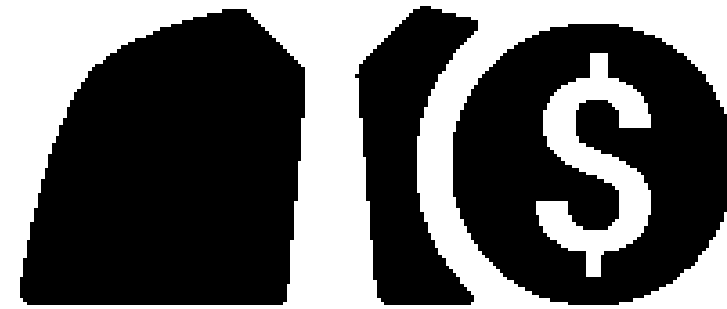
- základní mzda/plat
- zásluhová odměna
- peněžní bonusy
- dlouhodobé pobídky
- akcie, podíly na zisku



<http://www.ifebp.org/Resources/benefits-communication/Pages/benefits-communication-for-plan-sponsors.aspx>



<https://thenounproject.com/term/salary/787436/>





# Hmotné odměny

## Zaměstnanecké výhody:

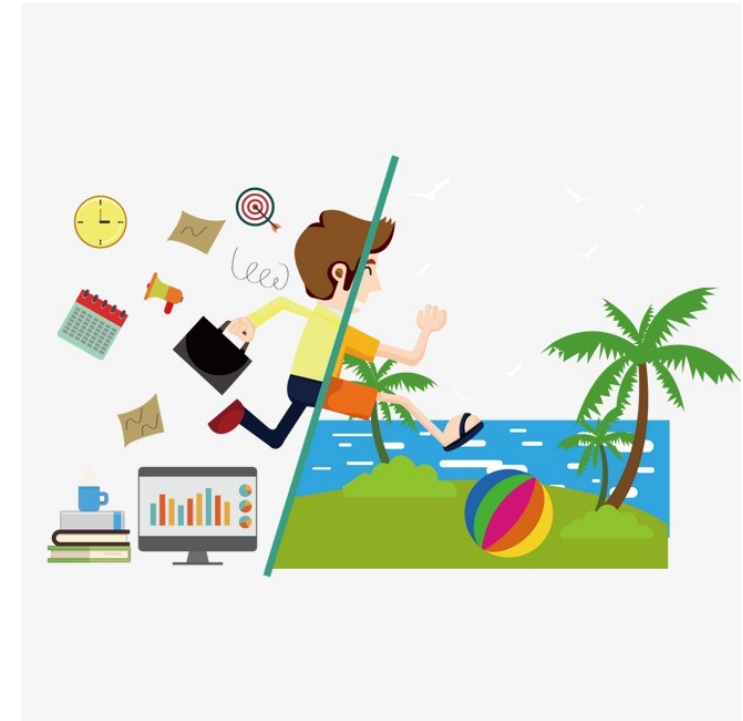
- důchody
- dovolená
- zdravotní péče
- jiné funkční výhody
- flexibilita



<http://www.pngmart.com/image/115288>



<http://chittagongit.com/icon/benefits-icon-19.html>



[https://pngtree.com/freepng/vacation-and-work\\_3233980.html](https://pngtree.com/freepng/vacation-and-work_3233980.html)



# Nehmotné odměny

## Vzdělávání a rozvoj:

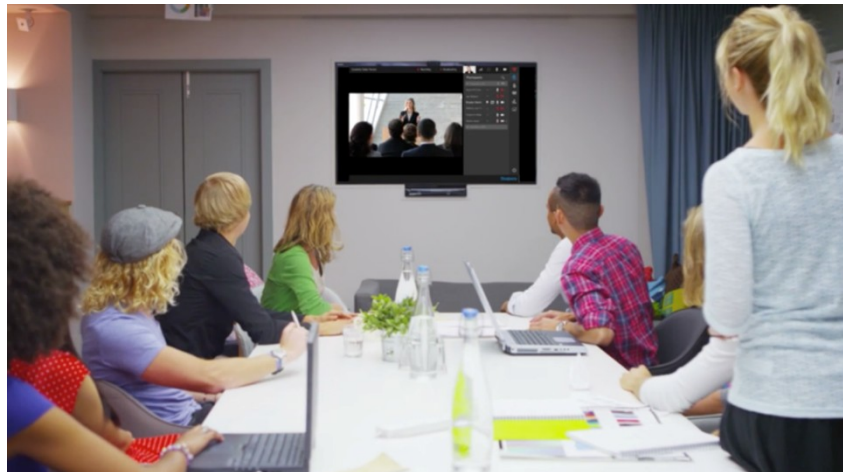
- vzdělávání a rozvoj na pracovišti
- vzdělávání a výcvik
- řízení pracovního výkonu
- rozvoj kariéry



# Nehmotné odměny

## Pracovní prostředí:

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



<https://www.bluejeans.com/de/blog/video-has-taken-over-the-workplace>



<https://think.kera.org/2017/09/04/the-culture-of-the-modern-workplace/>

# 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)