

INTERNÍ MARKETING, JEHO PŘÍNOSY A MARKETINGOVÝ MIX 1. ČÁST



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

Halina Starzyczná
Garant předmětu



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

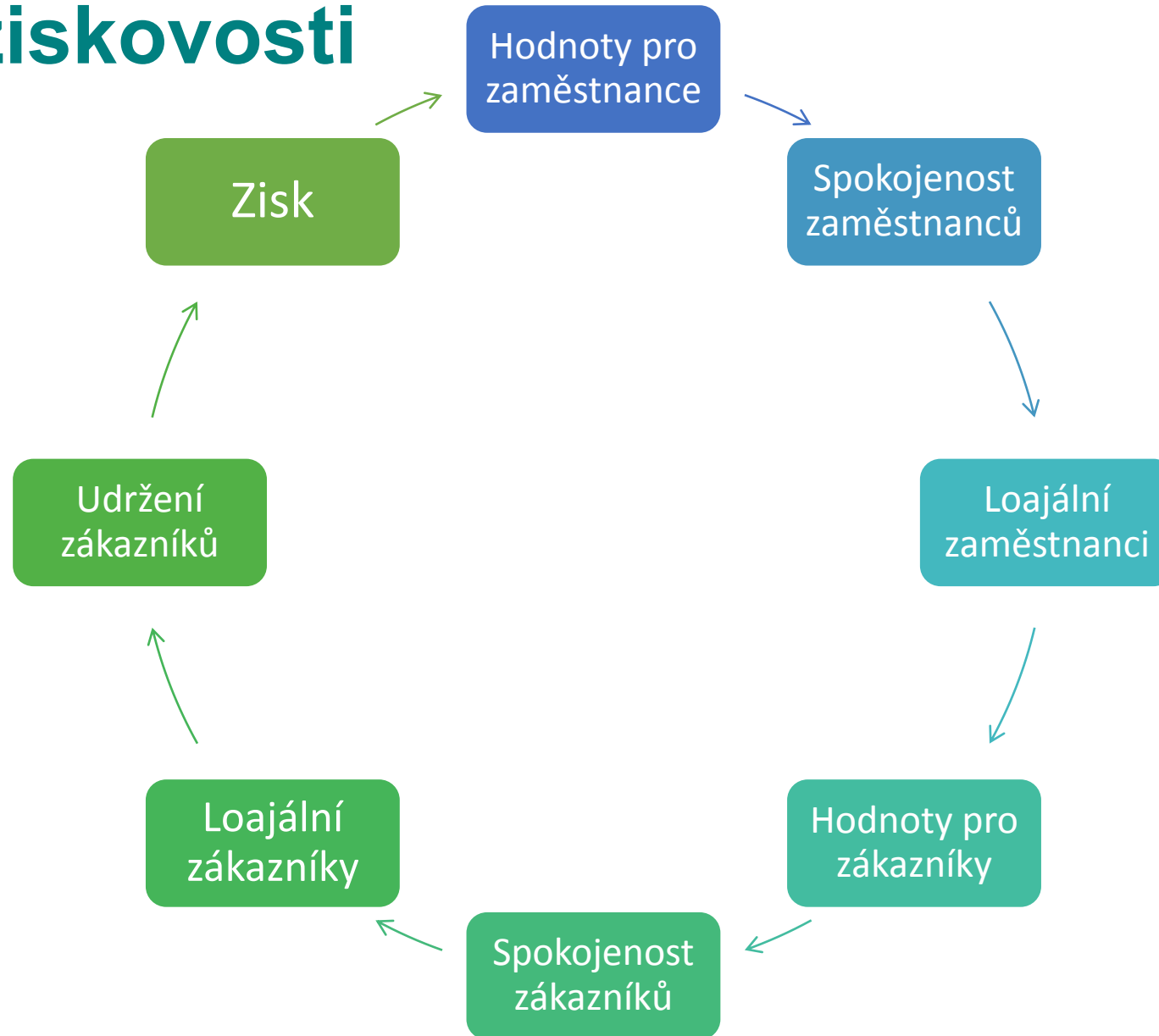


<https://pixabay.com/sk/illustrations/cyklus-p%C3%A4%C5%A5-prim%C3%A1rne-etapa-%C5%A1abl%C3%B3na-3590308/>

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>

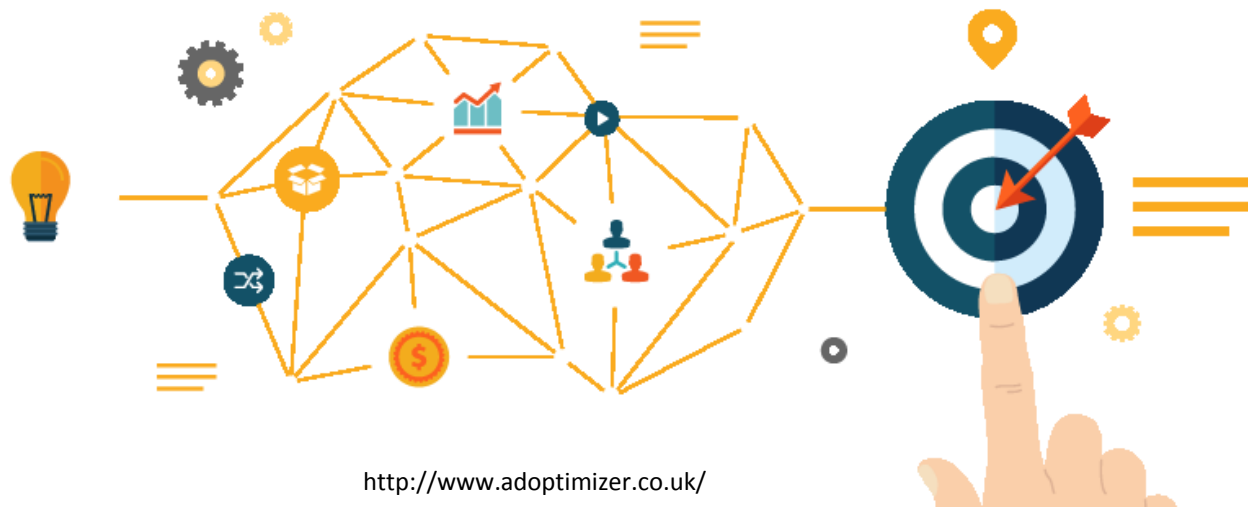


<http://www.apexbusinessmanagement.co.uk/customer-service/customer-focus/>



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.

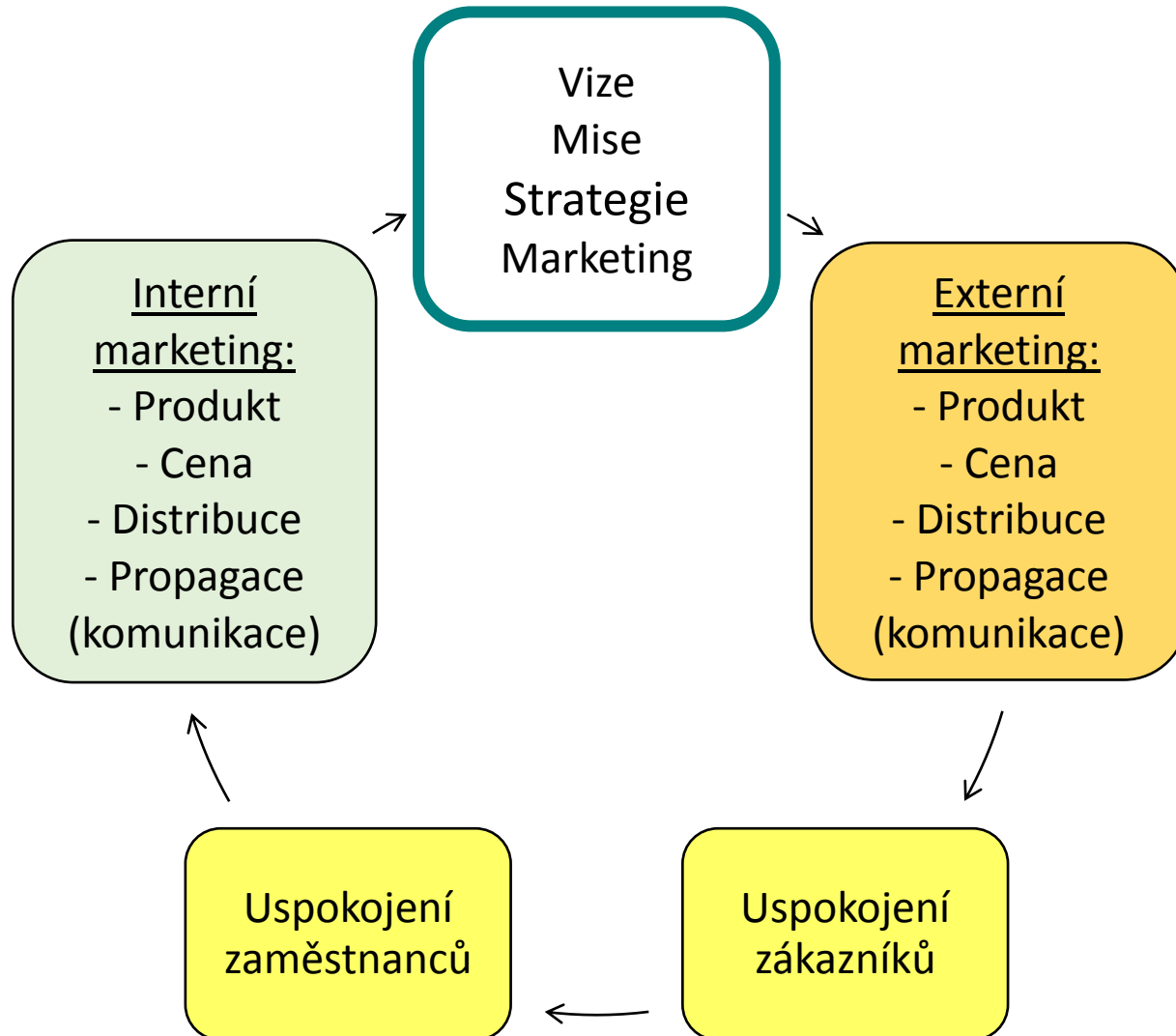




Vztah interního a externího marketingu



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



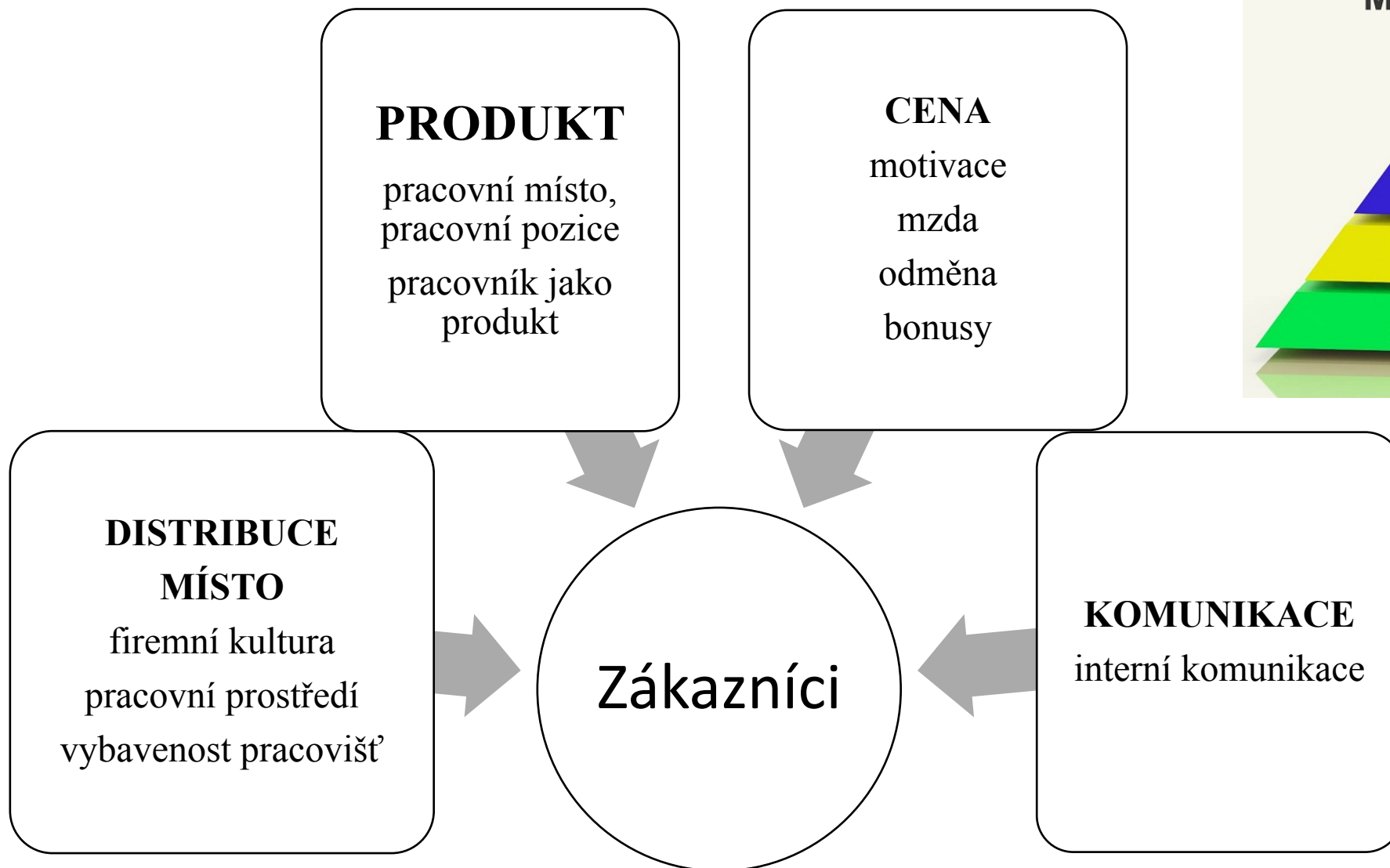
Přínosy interního marketingu



- + 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

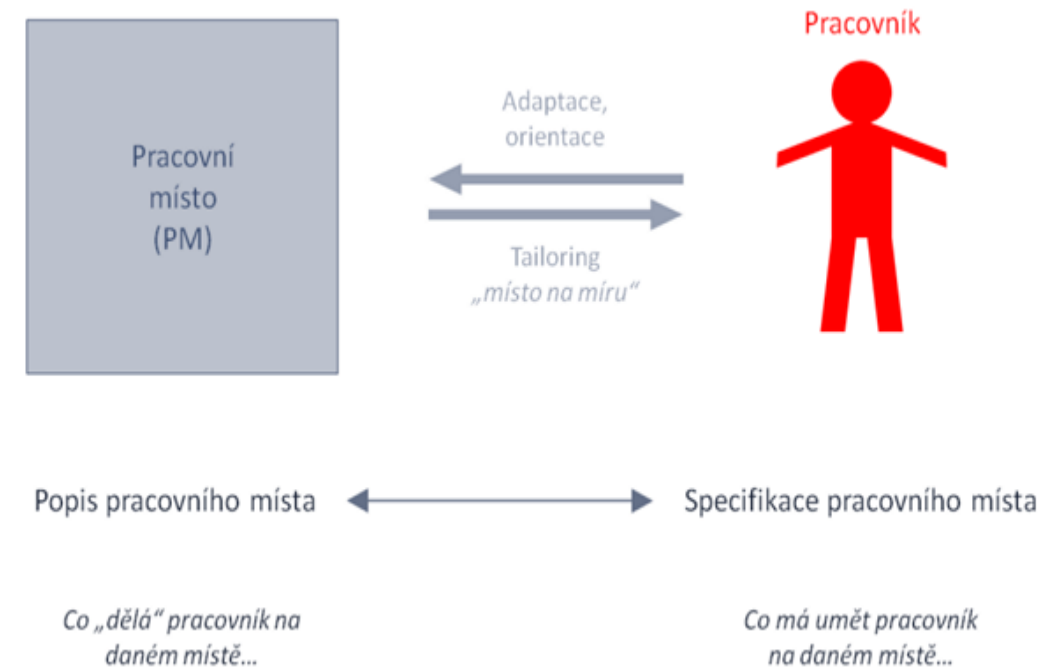


https://www.tutorialspoint.com/international_marketing/international_marketing_mix.htm



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).

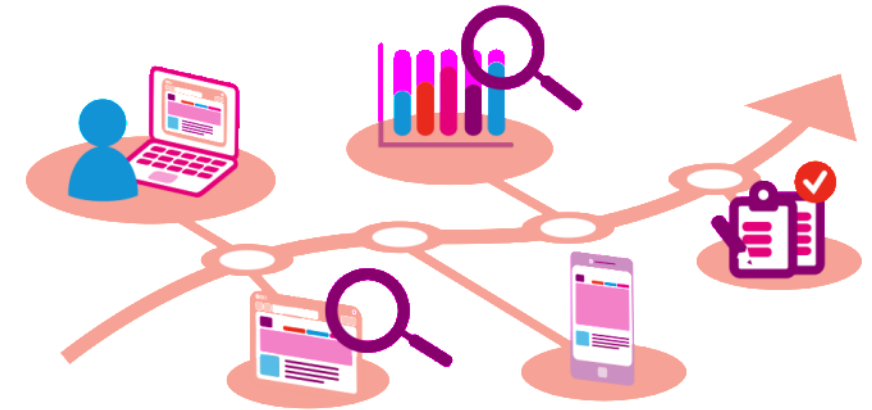


Případová studie: Produkt interního marketingu v praxi (opora s. 30)



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



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

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



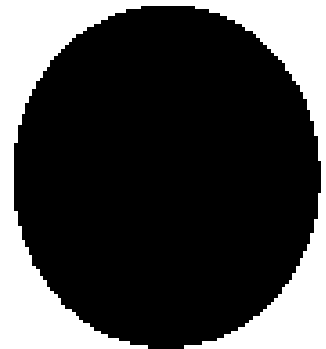
Hmotné odměny

Peněžní odměny:

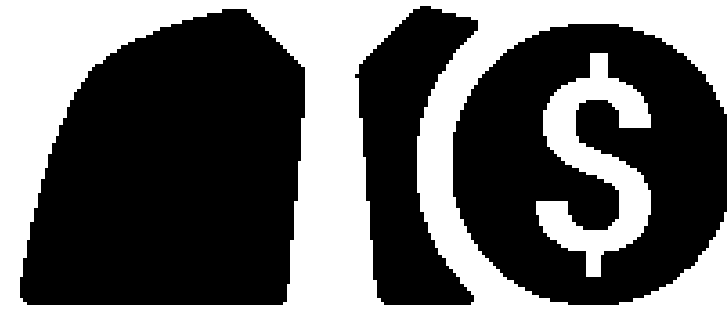
- základní mzda/plat
- zásluhová odměna
- peněžní bonusy
- dlouhodobé pobídky
- akcie, podíly na zisku



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



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





Hmotné odměny

Zaměstnanecké výhody:

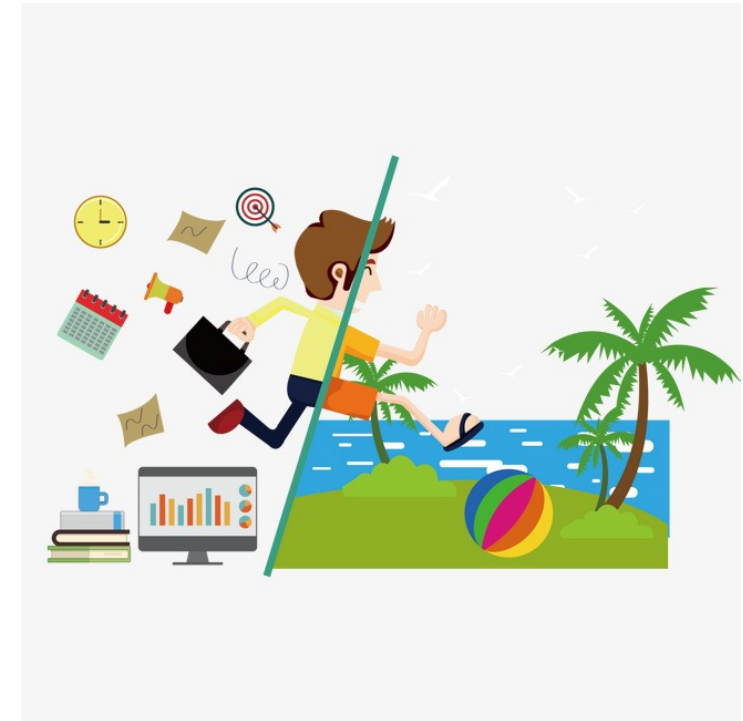
- důchody
- dovolená
- zdravotní péče
- jiné funkční výhody
- flexibilita



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



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



https://pngtree.com/freepng/vacation-and-work_3233980.html

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)