

DMS

Društvo za marketing Slovenije

Kaj vse je interni marketing

26. mesečno srečanje DMS

21. september 2009

Srečanje je vodil **Iztok Sila** (Telekom Slovenije), pridružili so se mu gosti:

- **dr. Iča Rojšek** (redna profesorica, Ekonomska fakulteta),
- **Marijana Jazbec** (izvršna direktorica za kadre, pravo in organizacijski razvoj, PS Mercator),
- **Tamara Valenčič** (direktorica službe za korporativno komuniciranje in odnose s sodelavci, Si.mobil) in
- **Miha Rejc** (vodja korporativnega komuniciranja, mimovrste in Domenca).



DMS

Društvo za marketing Slovenije

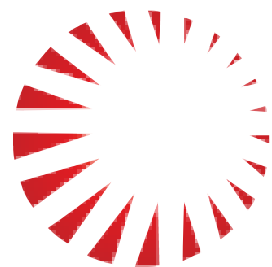
Kaj je interni marketing?

- Kotler ga poimenuje kot »notranje trženje«, ki pomeni zaposlovanje, usposabljanje in motiviranje sposobnih zaposlenih, ki želijo dobro streči kupcem (*Kotler, Philip. 2004. Management trženja. Ljubljana: GV Založba. Str. 23*).
- Interni marketing je način ustvarjanja vrhunskih poslovnih rezultatov z zadovoljevanjem vseh potreb organizacije in zaposlenih s pomočjo medsebojnih procesov menjave (*Jančič, Zlatko. 1999. Celostni marketing. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede. Str. 64*).
- Interni marketing je marketing usmerjen k zaposlenim v organizaciji z namenom zagotoviti učinkovito uresničevanje zastavljenih programov in politike podjetja (*American Marketing Association*).
- Interni marketing je načrtovana uporaba marketinških pristopov z namenom motiviranja zaposlenih, da bodo z učinkovito implementacijo in integracijo organizacijske strategije dosegali zadovoljstvo potrošnikov (*Ahmed, Pervaiz K. in Mohammed Rafiq. 2002. Internal marketing: tools and concepts for customer-focused management. Oxford, Woburn: Butterworth – Heinemann. Str. 10*).
- Interni marketing je filozofija obravnavanja zaposlenih kot strank in je strategija oblikovanja delovnih mest, ki bodo ustrezali potrebam zaposlenih. Tako obravnavani zaposleni so zadovoljni z delovnim okoljem, odnosi s sodelavci na vseh hierarhičnih nivojih in delodajalcem" (*Gröenroos, Christian. 2000. Service management and marketing: a customer relationship management approach. Second edition. John Wiley & Sons, Ltd. Str. 332, 334*).



DMS

Društvo za marketing Slovenije



DMS

Društvo za marketing Slovenije

Allan Leighton*

Nekaj citatov za današnji dan


- Companies don't die. People kill them.
- If you go and talk to the people that do the work, you can solve the problem tomorrow.
- If you look after your people, that's what continues to motivate them. To them the organisation is you.
- Family businesses try and make everyone working there feel like they own it.

** Vir: Allan Leighton. Na srečanju Inspired Leaders Network. London, 10. sept. 2009*



DMS

Društvo za marketing Slovenije



As you go through life you should learn
as much as you can and
do more good with it than you do bad.

Vir: Allan Leighton. Na srečanju Inspired Leaders Network. London, 10. sept. 2009



DMS

Društvo za marketing Slovenije

Povzetek srečanja

- Motiviranje, ugled, skrb za zaposlene, odnosi med ljudmi, občutek varnosti, dialog znotraj podjetja, medsebojnost odnosov, lepilo podjetja ...
- Ključnega pomena za interni marketing je **zaupanje**.
- Vodstvo naj do zaposlenih uporabi enake prijeme marketinga, kot ga izvaja navzven, do kupcev. Gre za interno menjavo in interne deležnike.



DMS

Društvo za marketing Slovenije

- Vodja ima formalni in neformalni glas – ki pa morata biti usklajena. Odstopanj od vrednot ne sme biti.
- Zadovoljni zaposleni vodijo do zadovoljnih kupcev.
- Interni marketing je **več kot samo komuniciranje**, saj vključuje usposabljanje, izobraževanje, kadrovanje, motiviranje, vodenje, skrb za zdravje ...



DMS

Društvo za marketing Slovenije