

به نام ایزد منان

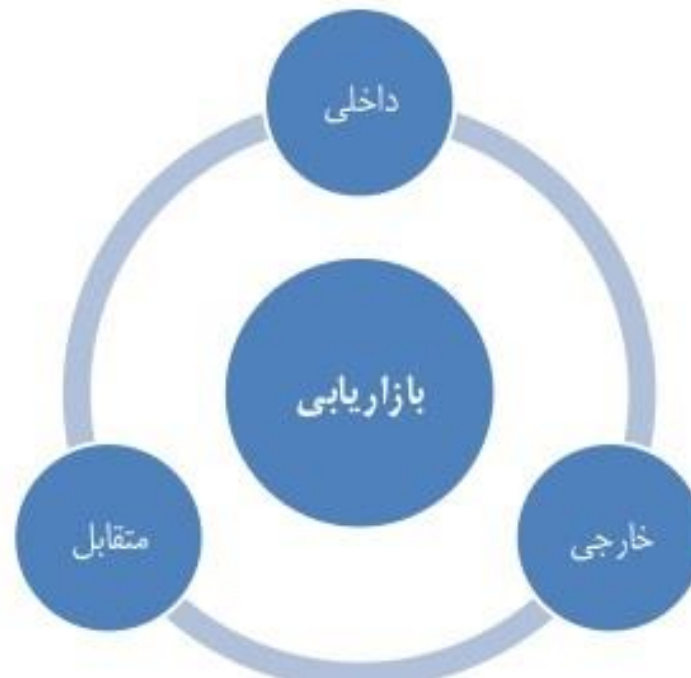
بازاریابی داخلی

تعریف بازاریابی:

همگراسازی همه فعالیت های شرکت یا سازمان در مسیر فروش یا خدمات

انواع بازاریابی

- از دیدگاه کانلر و کلر بازاریابی به سه دسته کلی قابل طبقه بندی است.



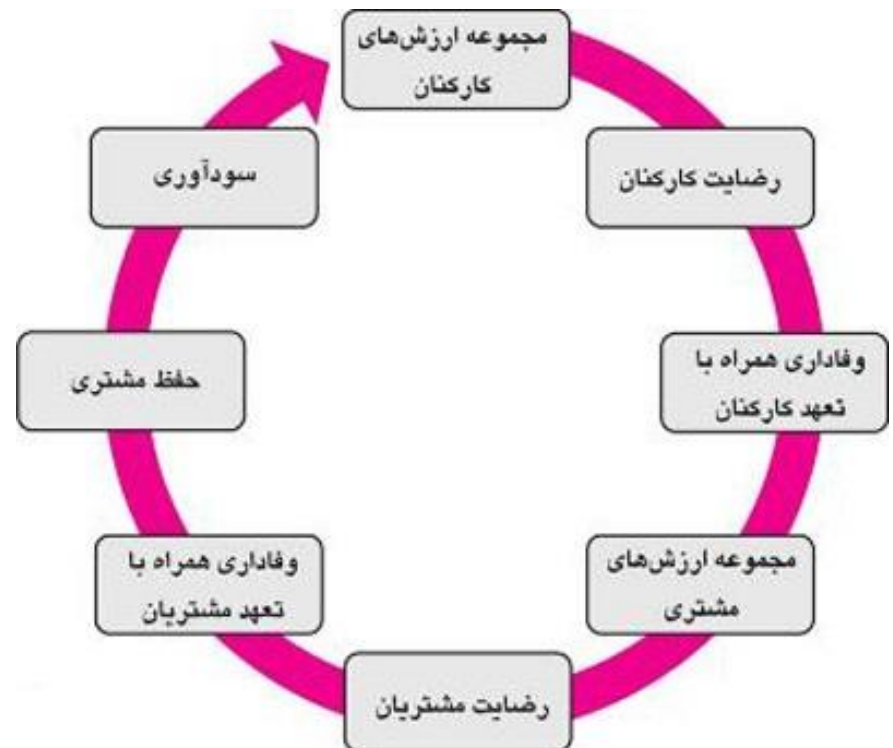
تعریف بازاریابی داخلی:

❖ به فرآیند گسترش ، ترغیب و استمرار عملکرد کارمندان یک شرکت و یا ارتباط و قرارداد بین مشتریان و کارمندان یک شرکت را بازاریابی داخلی می گویند. به بیان دیگر ، بازاریابی داخلی به دنبال برآورده کردن نیازهای مشتریان و کارمندان است و در صدد کسب حمایت و نظر مثبت آنهاست.



رضایت مشتری مستلزم رضایت کارکنان به آن سازمان

از اصلی ترین کلید واژه ها در علم بازاریابی کلمه “کیفیت” است که در تلاشند در تمامی مراحل این روند کیفیت مطلوب را برای مشتریان خود ایجاد کنند. این نتیجه با ارتباطات داخل شرکت و بیرون شرکت در اثر ارتباطات با دیگر شرکت ها حاصل می شود.



ایجاد رضایتمندی در بین کارکنان کلید موفقیت یک سازمان

هدف بازاریابی داخلی کسب رضایت کارمندان در داخل شرکت و مشتریان در بیرون از شرکت می باشد. جلب نظر مثبت کارمندان در درون هر شرکت و سازمانی یکی از راههای افزایش کیفیت محصولات و خدمات آن شرکت است. بنابراین ، با جلب رضایت کارمندان در یک شرکت به تبع آن رضایت مشتریان نیز بدست خواهد آمد.

مبانی بازاریابی داخلی

۱) ارزیابی و سنجش کالا و محصولات تولید شده شرکتها توسط مشتریان

۲) ارتباط مستمر و دائمی بین مشتریان و کارمندان یک شرکت جهت اطلاع کافی از سلیقه ها و یا تغییرات سلیقه مصرف کنندگان

۳) در نظر داشته باشید که امکان دارد تأمین نیازهای مشتریان از طرف تولید کنندگان به عنوان یک نوع رفتار پاداش دهنده فرض شود. بنابراین ، تأمین نیاز مشتریان از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

۴) بازاریابی داخلی در نظر دارد تا دائماً در بهبود کالا و خدمات خود تلاش کند

۵) در داخل هر شرکت و سازمانی تعامل بین مدیران و کارمندان باید وجود داشته باشد تا بازده کاری و عملکرد شرکت بهبود یابد.





مراحل بازاریابی داخلی

(۱) رغبت کارمندان

تلاش کنید ابتدا بتوانید کارمندان خود را ترغیب کرده و انرژی لازم برای ادامه کار را در آنها ایجاد کنید.

(۲) در نظر گرفتن مشتریان خارجی

کارمندان یک شرکت به عنوان مشتریان داخلی آن شرکت محسوب می شوند و مشتریان و مخاطبان آنها به عنوان مشتریان خارجی هستند. بنابراین ، مدیران شرکتها باید در نظر داشته باشند که با ایجاد رغبت در کارمندان یک شرکت و می توانند بهتر به مشتریان خود خدمات رسانی کنند و به آنها توجه داشته باشند.

(۳) به کارگیری استراتژیهای کارآمد برای رسیدن به مقاصد

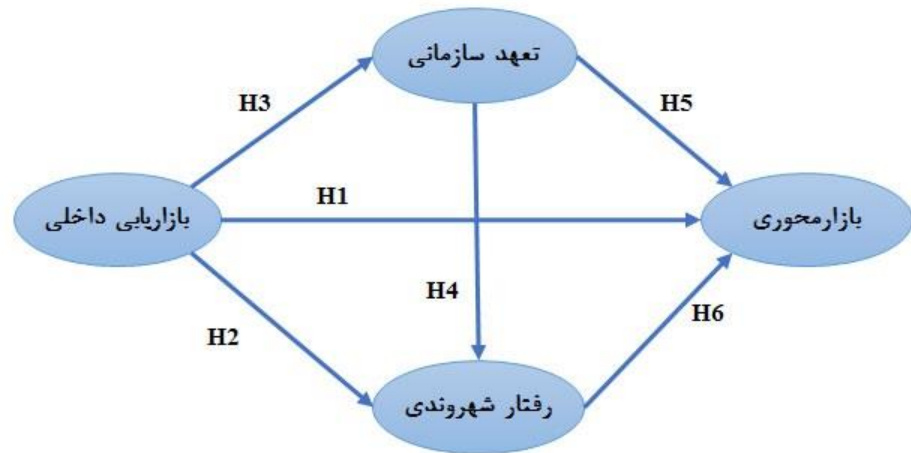
در این بخش سعی می شود از راهبردهای کارآمد و قدرتمند برای بازاریابی داخلی استفاده شود تا تحولات جدید و مورد نیاز در شرکت بوجود بیاید و از طریق آنها به اهداف خود برسند.

عوامل تأثیر گذار بر بازاریابی داخلی

تمامی فرآیند بازاریابی جهت ترغیب مشتریان و داشتن ارتباط مستمر و دائمی با آنها در داخل سازمانها انجام می شود. جلب رضایت کارمندان ، اطمینان آنها نسبت به مدیرانشان نیز در سیستم بازاریابی داخلی قرار می گیرد. عناصر بازاریابی داخلی شامل موارد زیر است:

(۱) فراهم کردن یک سطح مطلوبی از امنیت شغلی برای کارکنان و کارمندان. از این طریق می توان کارمندان را حفظ کرده و به راحتی آنها را از دست ندهیم.

(۲) افزایش اطلاعات و دانش جدید در خصوص کسب و کار و شغلشان یکی از راههای اصلی برای باقی ماندن در صحنه رقابت با رقبایان است. بنابراین باید بخشی از سرمایه و درآمد خود را جهت به دست آوردن اطلاعات جدید و بازآموزی آنها برای کارمندان و مسئولین در شرکت یا سازمانتان در نظر بگیرید.



۳) سعی کنید در کنار دستمزدهایی که برای کارکنان خود در نظر گرفته اید ، هدایا ، پاداش و خدمات دیگری را نیز برای آنها در نظر بگیرید تا از این طریق انگیزه و انرژی بیشتری را در کارمندان خود ایجاد کرده و به صورت غیر مستقیم موجب افزایش و بهبود کیفیت عملکرد آنها شوید.

۴) برقراری یک سیستم اطلاعاتی و خبر رسانی در داخل سازمان. سعی کنید از طریق انتشار اطلاعات و اخبار جدید در سهولت تصمیم گیری توسط کارمندان و مدیران شرکت نقش مهمی داشته باشید و از این طریق واکنشهای آنها نسبت به تغییرات و وضعیت جدید را بررسی نمایید.

۵) دادن اختیار و آزادی در حد معمول و داشتن مسئولیت برای کارمندان موجب بهبود عملکرد آنها و توانا تر شدنشان می شود.

۶) سعی کنید تفاوت حقوق و مزایا در بین کارکنان خود را به کمترین میزان تنزیل دهید. با این کار می توانید اطمینان و اعتماد کارکنان خود را جلب کرده و میزان رضایت شغلی آنها را افزایش دهید.

با استفاده از ۶ روشی که در بالا ذکر شد می توانید میزان بهره وری در سازمان یا شرکت خود را افزایش داده و همزمان رضایت کارمندان خود را نیز بالا می برید.

Internal
Marketing

Customer Satisfaction Starts with Employee Satisfaction

بازاریابی
داخلی

رضایت مشتریان با
رضایت کارکنان
شروع می شود

Copyright © www.EhsanEtezad.com - All Right Reserved.

با احترام

احمد باقری