



Vítejte na marketingu ve veřejném sektoru

Tutoriál

Simona Škarabelová, Zuzana Prouzová



**Co je marketing?
V čem může organizaci prospět?
Co vše si pod tím představujete?**

Marketing

- Základ – odhalení spotřebitelských potřeb
- Potřeba, požadavky, poptávka
- Produkty - vývoj výrobku, služby vedoucí k uspokojení této potřeby
- Hodnota – uspokojení a cena - Stanovení ceny v souladu s požadavky dodavatele a představou zákazníka
- Vztahy, směna, transakce

Trend od výroby k zákazníkovi ke společenským potřebám

Trend marketing jako rovnocenná činnost firmy – sjednocující činnosti pro efektivní výstup - k pojmání M jako integrovaného a organického prvku organizace orientovaného na zákazníka



Základní informace k předmětu

Tutoriály 20 a 21.10. 2012

20. října 2012 se Zuzanou Prouzovou

Přednáška

- Základní informace k předmětu
 - Podmínky zkoušky
 - Literatura
 - Obsah předmětu
- Úvod do problematiky

20. října 2012 se Zuzanou Prouzovou

Tutoriál

- Představení a vypracování analýz a nástrojů
 - Matice šíře sortimentu
 - SWOT analýza
 - Positioning a Repositioning – Poziční mapy nebo Potterovu analýzu 5ti sil
 - Ansoffova matice.

21. října 2012 se Simonou Škarabelovou

Tutoriál

- Představení a vypracování analýz a nástrojů
 - Komunikační audit
 - Mediální plán nebo komunikační kampaň
 - Fundraisingový audit
 - Plán sponzorství



Pozvánka na 21.10.2012

- **komunikační kampaň**
(Antwerp ZOO - Baby Elephant campaign - youtube)
- **fundraisingová kampaň**
(Diakonie Frankfurt: Help the Oma - vimeo)



Základní informace k předmětu

Informace v **interaktivní osnově**
předmětu BKV_MVVS na ISu →



Úvod do problematiky



**Co pro vás v organizaci
znamená marketing?**



**V čem se liší marketing u
neziskových a veřejných
organizací?**



Specifika marketingu ve veřejném sektoru:

- Produkt je převážně **služba**, navíc doprovázená externím užitkem, mnohdy obtížné identifikovat jediného uživatele, tzn. je více cílových skupin.
- Klienti často nemají svobodný výběr poskytovatele služeb (veřejná správa).

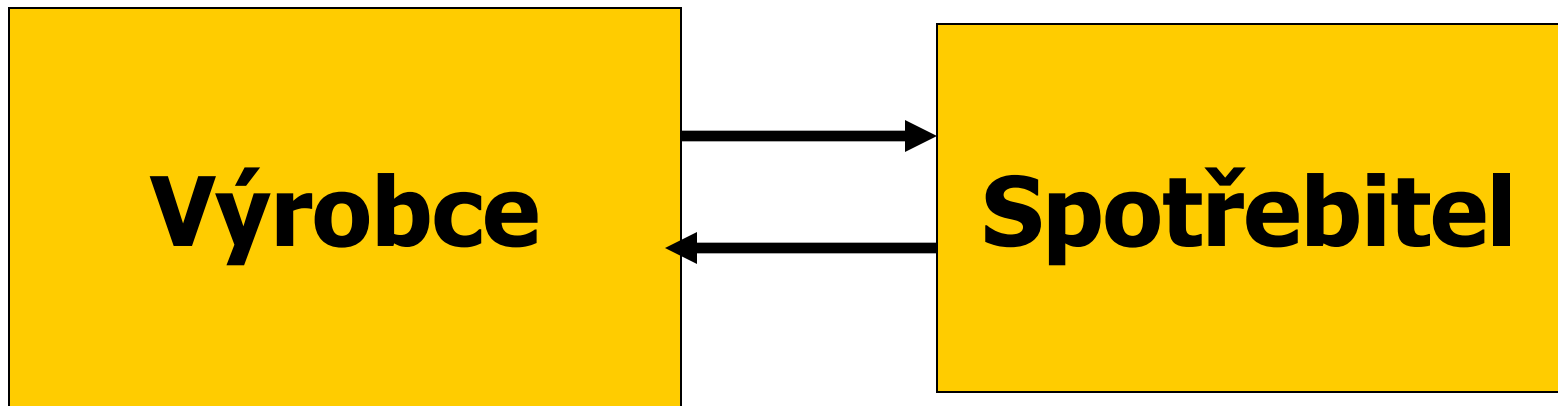


Specifika marketingu ve veřejném sektoru:

- Manažeři organizací mají menší volnost v rozhodování, ovlivňují je statutárně stanovené standardy.
- Cena, pokud se užívá, odráží centrálně stanovené společenské hodnoty, nikoliv hodnotu pro klienta.

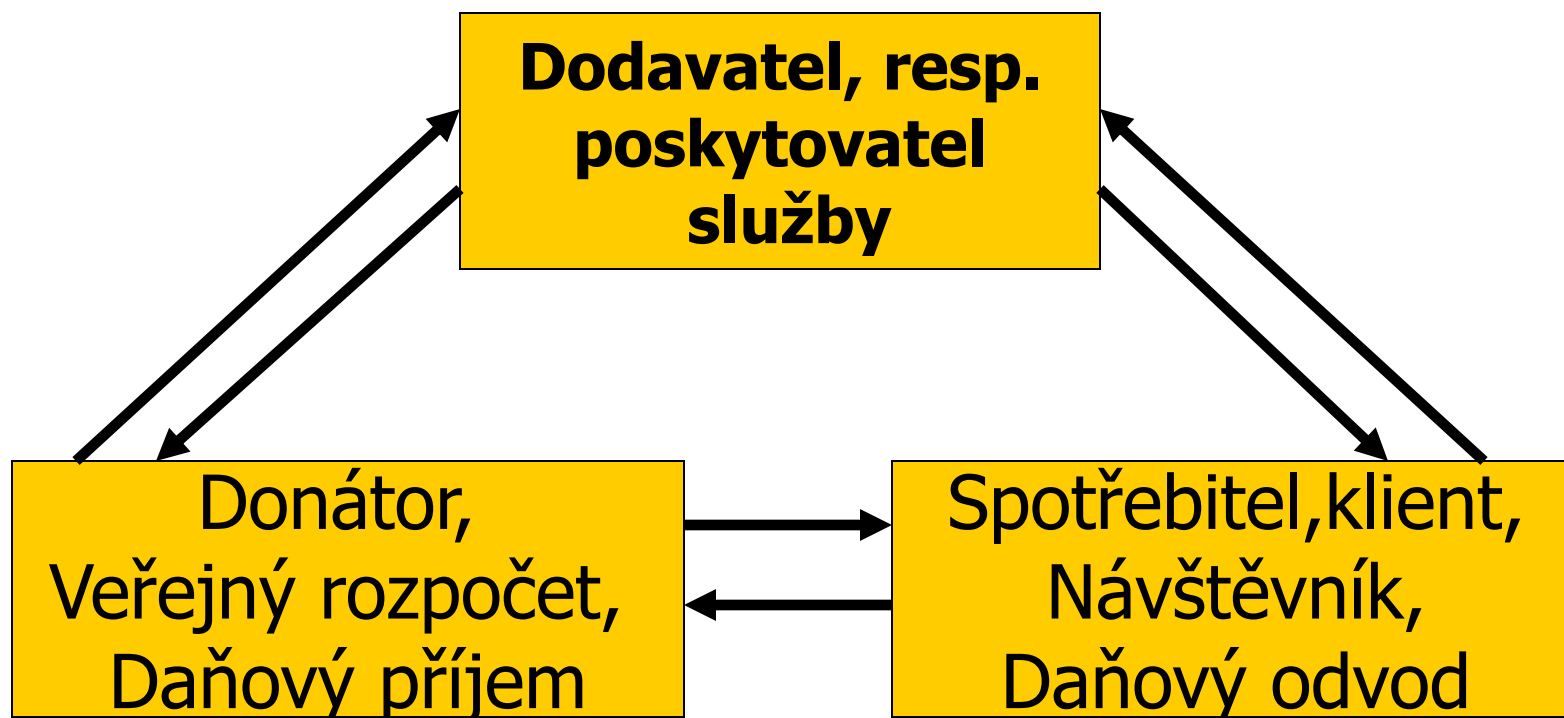
Marketingové směnné transakce v ziskové organizaci:

Zboží, služby



Peníze

Marketingové směnné transakce v neziskové organizaci:






Dopad těchto specifik?



Tutoriál

– vybrané nástroje



POT - části

- Matice šíře sortimentu.
- SWOT analýza
- Positioning a Repositioning – Poziční mapy
- Potterova analýza 5ti sil
- Ansoffova matice.

Matrice šíře sortimentu - př. Ekologického právního servisu

Šíře sortimentu služeb

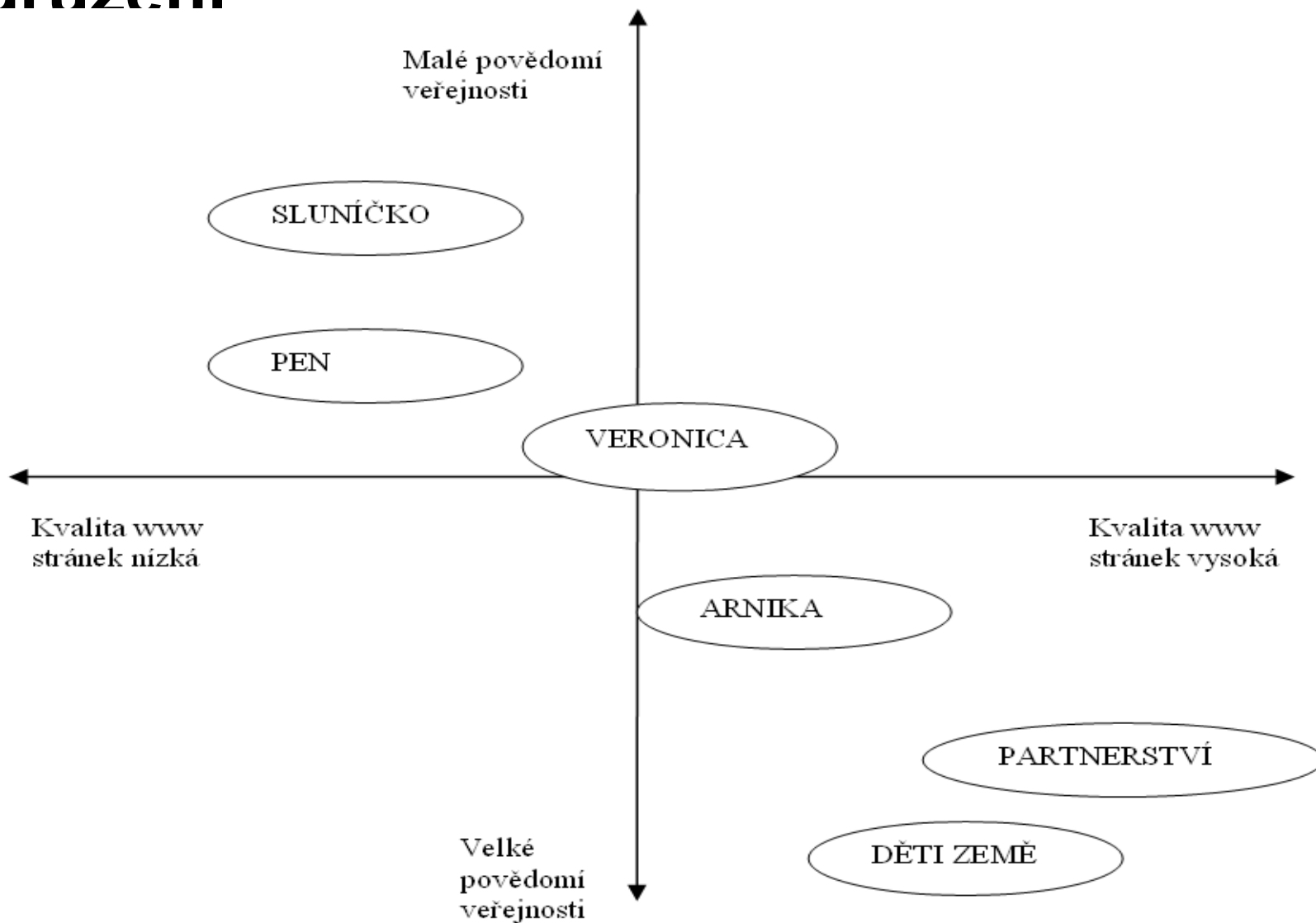
Segment	FO	PO obce	PO nezisk.	veřejná správa	právníci	studenti	soudci	PO ziskové	
Garde									
Odpovědnost korporací	+	+	+	-	-	-	-	+	4
Práva spotřebitelů	+	-	+	-	-	-	-	-	2
Pracovněprávní diskriminace	+	-	-	-	-	-	-	-	1
Právo životního prostředí									
Hluk ve vnějším prostředí	+	-	+	-	-	-	-	-	2
Znečišťování ovzduší	+	-	+	-	-	-	-	-	2
Vliv chemických látek a odpadů	+	-	+	-	-	-	-	-	2
Vliv těžby nerostů na zdraví a ŽP	+	-	+	-	-	-	-	-	2
Rozvoj práva ve veřejném zájmu									
přípravě environmentální části programu Školy lidských práv pro studenty	-	-	-	-	+	+	-	-	2
přednáškové (konference a semináře) a publikační činnosti (Via IURIS on-line), podpoře fungování environmentálně zaměřených právních klinik na právnických	+	+	+	+	+	+	+	+	8
	-	-	-	-	+	+	-	-	2
Legislativa									
nová úprava stavebního práva - stavební zákon, zákon o změně předpisů souvisejících a vyvlastňovací zákon, spolupráce se státní správou	+	+	+	+	-	-	-	-	4

Ekologický právní servis

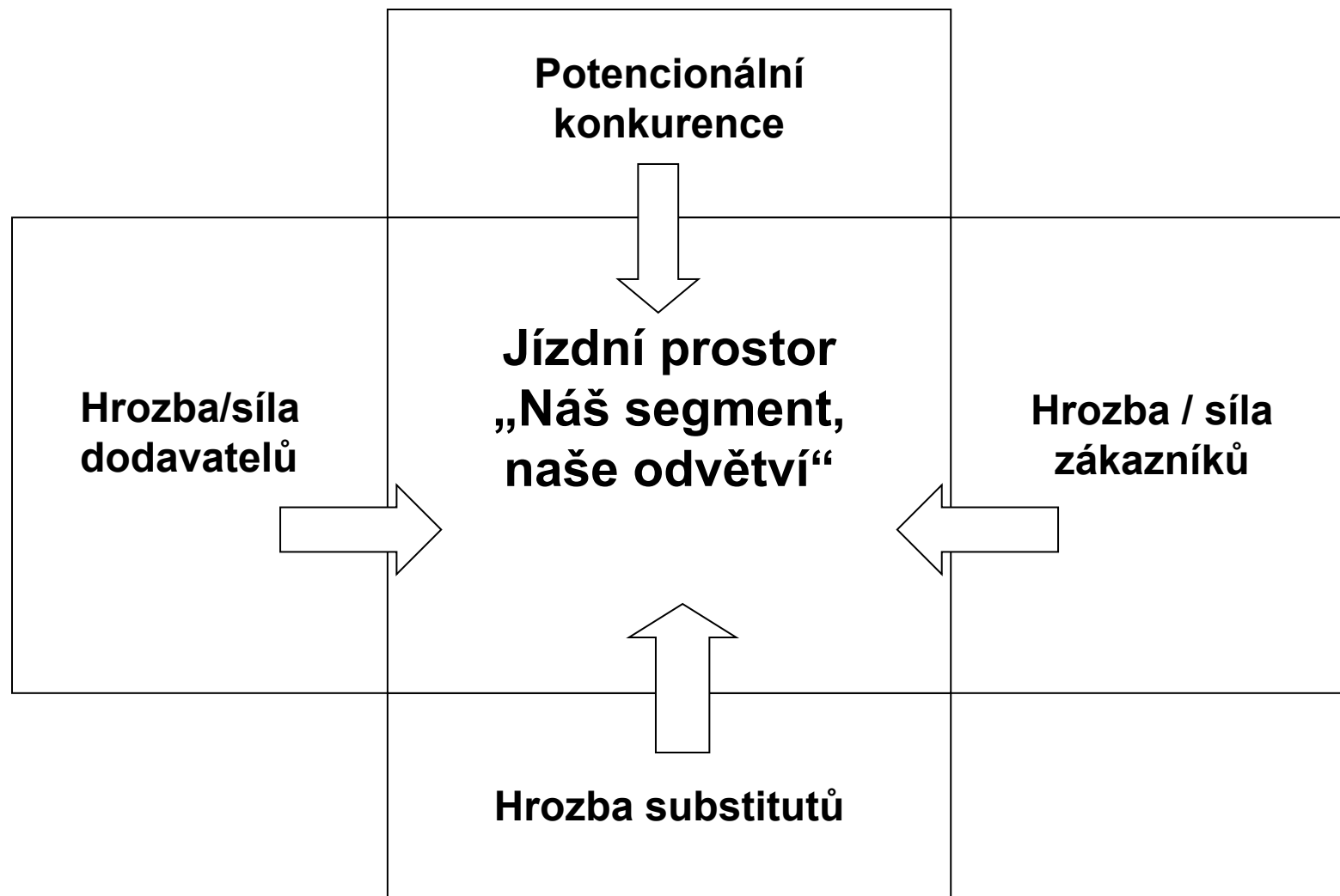
- dokončení

Právní poradna									
Ochrana přírody a krajiny, kácení	+	+	+	-	-	-	-	-	3
Ochrana ovzduší a ochrana vod	+	+	+	-	-	-	-	-	3
EIA (Environmental Impact Assessment)	+	+	+	-	-	-	-	-	3
Správní řád a správní řízení	+	+	+	-	-	-	-	-	3
Územní plánování, územní a stavební řízení	+	+	+	-	-	-	-	-	3
Sousedská práva	+	+	+	-	-	-	-	-	3
Místní referendum	+	+	+	-	-	-	-	-	3
Hloubka produkční řady	16	10	15	2	3	3	1	2	

Poziční mapy nadací a ekologických sdružení



■ Potterova analýza 5-ti sil



Ansoffova matice

existující

T
R
H
Y

nové

<p>Pronikání na trhy rostoucí prodej stávajícím uživatelům, nebo objevení nových zákazníků na stejném trhu</p>	<p>Vývoj produktu/služby =úprava výrobku/služby pokud jde o kvalitu a výkon</p>
<p>Rozšiřování, rozvoj trhu nabízení nových aplikací výr./služeb a tím otevírání nových trhů, nebo převádění výr./služby na zcela nové trhy</p>	<p>Diverzifikace jak vývoj výrobku/služby, tak i rozšíření trhu</p>

existující

VÝROBKY

nové