

# Obsah

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| O autorce .....                                                 | 9  |
| Úvod .....                                                      | 11 |
| 1. Co jsou služby .....                                         | 13 |
| 1.1 Poskytovatelé služeb .....                                  | 14 |
| 1.2 Historický vývoj pohledu na služby .....                    | 15 |
| 1.3 Vlastnosti služeb .....                                     | 16 |
| 1.4 Význam marketingu v konkurenčním prostředí .....            | 20 |
| 1.5 Marketingový mix ve službách .....                          | 21 |
| 1.6 Klasifikace služeb .....                                    | 23 |
| 1.7 Specifické vlastnosti marketingu veřejného sektoru .....    | 26 |
| 2. Strategické plánování ve službách .....                      | 29 |
| 2.1 Strategický marketing .....                                 | 30 |
| 2.2 Marketingové strategické plánování .....                    | 31 |
| 2.3 Postup marketingového strategického plánování .....         | 32 |
| 2.3.1 Tržní segmentace .....                                    | 35 |
| 2.3.2 Marketingový audit .....                                  | 37 |
| 2.3.3 Vytvoření poslání organizace .....                        | 45 |
| 2.3.4 Stanovení cílů organizace .....                           | 46 |
| 2.3.5 Analýza trendů .....                                      | 47 |
| 2.3.6 Vytváření scénářů .....                                   | 50 |
| 2.3.7 Vytvoření strategie .....                                 | 51 |
| 2.3.8 Zavádění a kontrola .....                                 | 57 |
| 3. Marketingový výzkum ve službách .....                        | 59 |
| 3.1 Podstata a potřeba marketingového výzkumu ve službách ..... | 60 |
| 3.1.1 Marketingový výzkum .....                                 | 60 |
| 3.1.2 Důvody vyloučení marketingového výzkumu ve službách ..... | 64 |
| 3.1.3 Oblasti využití marketingového výzkumu .....              | 65 |
| 3.2 Metodika marketingového výzkumu .....                       | 69 |
| 3.2.1 Definování problému a výzkumných cílů .....               | 69 |
| 3.2.2 Sestavení plánu výzkumu .....                             | 70 |
| 3.2.3 Implementace plánu, sběr a analýza dat .....              | 75 |
| 3.2.4 Interpretace výsledků .....                               | 75 |
| 4. Produkt ve službách .....                                    | 77 |

|        |                                                              |     |
|--------|--------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1    | Produkt služba .....                                         | 78  |
| 4.1.1  | Analýza nabídky služeb .....                                 | 78  |
| 4.2    | Strategie produktu služby .....                              | 82  |
| 4.2.1  | Tvorba portfolia produktu služby .....                       | 83  |
| 4.2.2  | Sestavování balíků služeb a jejich programování .....        | 86  |
| 4.3    | Životní cyklus produktu služba .....                         | 87  |
| 4.3.1  | Vývoj nových služeb .....                                    | 88  |
| 4.3.2  | Stažení služby z trhu .....                                  | 91  |
| 5.     | Ceny služeb .....                                            | 93  |
| 5.1    | Porozumění tvorbě cen .....                                  | 94  |
| 5.1.1  | Co je cena .....                                             | 94  |
| 5.2    | Faktory ovlivňující ceny služeb .....                        | 96  |
| 5.2.1  | Klasifikace služeb pro cenové účely .....                    | 98  |
| 5.3    | Cenová strategie .....                                       | 99  |
| 5.4    | Metody stanovení cen služeb .....                            | 102 |
| 5.4.1  | Taktika tvorby cen .....                                     | 103 |
| 5.4.2  | Výběr vhodné cenové taktiky .....                            | 105 |
| 5.5    | Tvorba cen v sektoru veřejných služeb .....                  | 108 |
| 6.     | Distribuce služeb .....                                      | 111 |
| 6.1    | Distribuce a distribuční politika .....                      | 112 |
| 6.1.1  | Distribuční cesty a jejich uspořádání .....                  | 112 |
| 6.2    | Flexibilita služeb .....                                     | 117 |
| 6.2.1  | Flexibilita produkce .....                                   | 117 |
| 6.2.2  | Flexibilita spotřeby .....                                   | 118 |
| 6.3    | Zásady řízení fyzické distribuce hmotných prvků služeb ..... | 120 |
| 7.     | Komunikační mix služeb .....                                 | 125 |
| 7.1    | Komunikační strategie .....                                  | 126 |
| 7.1.1  | Postup při marketingové komunikační strategii .....          | 127 |
| 7.2    | Nástroje komunikačního mixu .....                            | 130 |
| 7.2.1  | Reklama .....                                                | 130 |
| 7.2.2  | Osobní prodej .....                                          | 135 |
| 7.2.3  | Podpora prodeje .....                                        | 136 |
| 7.2.4  | Public relations .....                                       | 137 |
| 7.2.5  | Přímý marketing .....                                        | 138 |
| 7.2.6  | Internetová komunikace .....                                 | 140 |
| 7.2.7  | Marketing událostí (event marketing) .....                   | 143 |
| 7.2.8  | Guerilla marketing .....                                     | 145 |
| 7.2.9  | Virální (virový) marketing .....                             | 146 |
| 7.2.10 | Product placement .....                                      | 146 |
| 7.2.11 | Marketing na sociálních sítích .....                         | 147 |

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>8. Lidé ve službách</b>                                             | 151 |
| 8.1 Podíl lidí na nabídce služeb                                       | 152 |
| 8.2 Význam zaměstnanců pro nabídku služeb                              | 156 |
| 8.2.1 Efektivní využívání pracovní síly                                | 157 |
| 8.3 Řízení pracovních sil                                              | 157 |
| 8.3.1 Systém kontrol spojený s prodejem                                | 162 |
| 8.3.2 Interní marketing                                                | 162 |
| 8.3.3 Omezování závislosti na lidských zdrojích                        | 164 |
| <b>9. Materiální prostředí</b>                                         | 167 |
| 9.1 Vliv materiálního prostředí                                        | 168 |
| 9.1.1 Řízení materiálního prostředí ve službách                        | 170 |
| 9.1.2 Prvky řízení materiálního prostředí a atmosféry                  | 173 |
| 9.1.3 Role materiálního prostředí u služeb vykonávaných<br>u zákazníka | 177 |
| <b>10. Procesy ve službách</b>                                         | 179 |
| 10.1 Význam a úloha procesů<br>ve službách                             | 180 |
| 10.2 Klasifikace procesů                                               | 181 |
| 10.3 Kritická místa a diagramy procesu poskytování služby              | 183 |
| 10.4 Strategie procesů poskytování služby                              | 185 |
| 10.5 Řízení poptávky                                                   | 190 |
| 10.5.1 Řízení spotřebitelské poptávky                                  | 190 |
| 10.6 Produktivita procesů poskytování služeb                           | 194 |
| <b>11. Řízení kvality služeb</b>                                       | 197 |
| 11.1 Význam kvality služeb                                             | 198 |
| 11.1.1 Hodnocení kvality služeb z pohledu zákazníka                    | 199 |
| 11.1.2 Hodnocení kvality služeb z pohledu organizace                   | 202 |
| 11.2 Stanovení standardů kvality                                       | 205 |
| 11.3 Koncepce managementu jakosti                                      | 206 |
| <b>12. Specifika marketingu neziskových organizací</b>                 | 209 |
| 12.1 Co jsou neziskové organizace                                      | 210 |
| 12.2 Marketing neziskových organizací                                  | 212 |
| 12.3 Plánování neziskové organizace                                    | 216 |
| 12.4 Odlišné prvky prostředí neziskových organizací                    | 217 |
| 12.5 Specifické marketingové strategie neziskových organizací          | 221 |
| 12.5.1 Strategie fundraisingu                                          | 221 |
| 12.5.2 Cenová strategie neziskových organizací                         | 223 |
| 12.5.3 Strategie řízení zaměstnanců neziskových organizací             | 225 |
| 12.5.4 Komunikační strategie neziskových organizací                    | 226 |

|                                                                              |            |
|------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>8. Lidé ve službách .....</b>                                             | <b>151</b> |
| 8.1 Podíl lidí na nabídce služeb .....                                       | 152        |
| 8.2 Význam zaměstnanců pro nabídku služeb .....                              | 156        |
| 8.2.1 Efektivní využívání pracovní síly .....                                | 157        |
| 8.3 Řízení pracovních sil .....                                              | 157        |
| 8.3.1 Systém kontrol spojený s prodejem .....                                | 162        |
| 8.3.2 Interní marketing .....                                                | 162        |
| 8.3.3 Omezování závislosti na lidských zdrojích .....                        | 164        |
| <b>9. Materiální prostředí .....</b>                                         | <b>167</b> |
| 9.1 Vliv materiálního prostředí .....                                        | 168        |
| 9.1.1 Řízení materiálního prostředí ve službách .....                        | 170        |
| 9.1.2 Prvky řízení materiálního prostředí a atmosféry .....                  | 173        |
| 9.1.3 Role materiálního prostředí u služeb vykonávaných<br>u zákazníka ..... | 177        |
| <b>10. Procesy ve službách .....</b>                                         | <b>179</b> |
| 10.1 Význam a úloha procesů<br>ve službách .....                             | 180        |
| 10.2 Klasifikace procesů .....                                               | 181        |
| 10.3 Kritická místa a diagramy procesu poskytování služby .....              | 183        |
| 10.4 Strategie procesů poskytování služby .....                              | 185        |
| 10.5 Řízení poptávky .....                                                   | 190        |
| 10.5.1 Řízení spotřebitelské poptávky .....                                  | 190        |
| 10.6 Produktivita procesů poskytování služeb .....                           | 194        |
| <b>11. Řízení kvality služeb .....</b>                                       | <b>197</b> |
| 11.1 Význam kvality služeb .....                                             | 198        |
| 11.1.1 Hodnocení kvality služeb z pohledu zákazníka .....                    | 199        |
| 11.1.2 Hodnocení kvality služeb z pohledu organizace .....                   | 202        |
| 11.2 Stanovení standardů kvality .....                                       | 205        |
| 11.3 Koncepce managementu jakosti .....                                      | 206        |
| <b>12. Specifika marketingu neziskových organizací .....</b>                 | <b>209</b> |
| 12.1 Co jsou neziskové organizace .....                                      | 210        |
| 12.2 Marketing neziskových organizací .....                                  | 212        |
| 12.3 Plánování neziskové organizace .....                                    | 216        |
| 12.4 Odlišné prvky prostředí neziskových organizací .....                    | 217        |
| 12.5 Specifické marketingové strategie neziskových organizací .....          | 221        |
| 12.5.1 Strategie fundraisingu .....                                          | 221        |
| 12.5.2 Cenová strategie neziskových organizací .....                         | 223        |
| 12.5.3 Strategie řízení zaměstnanců neziskových organizací .....             | 225        |
| 12.5.4 Komunikační strategie neziskových organizací .....                    | 226        |

|                                                                           |            |
|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| 12.5.5 Strategie partnerství .....                                        | 232        |
| 12.5.6 Strategie outsourcingu .....                                       | 234        |
| 12.6 Souvislost mezi neziskovým marketingem a sociálním marketingem ..... | 235        |
| <b>13. Marketing obcí .....</b>                                           | <b>239</b> |
| 13.1 Marketingová koncepce obce .....                                     | 240        |
| 13.1.1 Zákazníci obce .....                                               | 241        |
| 13.1.2 Marketingový výzkum obce .....                                     | 242        |
| 13.1.3 Strategické marketingové plánování .....                           | 244        |
| 13.1.4 Marketingový mix obce .....                                        | 250        |
| 13.2 Realizace marketingové strategie obce .....                          | 258        |
| 13.3 Speciální marketingové strategie obce .....                          | 262        |
| <b>Summary .....</b>                                                      | <b>264</b> |
| <b>Literatura .....</b>                                                   | <b>265</b> |