

## Marketing služieb a neziskových organizácií

### marketing služieb:

#### 1. **podstata a charakteristické vlastnosti služieb**

služba je akákoľvek činnosť alebo úžitok, ktoré môže jedna strana poskytnúť druhej, je nemateriálnej povahy a ich výsledkom nie je nadobudnutie vlastníctva; firma musí brať do úvahy pri navrhovaní marketingových plánov jej *nemateriálnu povahu, neoddeliteľnosť, variabilitu a neskladovateľnosť*

2. **marketingové stratégie podnikov služieb** zaošávajú v použití za výrobnými firmami; okrem 4P si vyžadujú aj interný a interaktívny marketing

*interný marketing* efektívne pripravuje a motivuje svojich zamestnancov, pričom je hlavná orientácia na zákazníka; marketing vo firme je uplatňovaný v praxi každým jednotlivcom

*interaktívny marketing* znamená, že vnímaná kvalita služby závisí od kvality interakcie medzi kupujúcim a predávajúcim

3. **marketing organizácií** pozostáva z činností zameraných na vytvorenie, udržanie alebo zmenu postojov a správania sa cieľového publika k organizácii; hodnotí sa image firmy a vypracúvajú sa marketingové plány na jeho zlepšenie

4. **marketing osôb** sú činnosti zamerané na vytvorenie, udržanie alebo zmenu postojov a správania sa k určitým ľuďom

5. **marketing lokality** zahŕňa činnosti zamerané na vytvorenie, udržanie alebo zmenu postojov a správania sa k určitým lokalitám (napr. marketing pozemkov na podnikanie, miesta na dovolenku, ...)

6. **marketing myšlienok** je úsilie o predaj myšlienky

*sociálny marketing* je navrhovanie, implementácia a kontrola programov, ktorých cieľom je zvýšiť mieru prijatia sociálnych ideí, problémov alebo praxe v cieľovej skupine