



DOPORUČENÉ POSTUPY

pro aplikaci marketingových nástrojů
– sociální služby





Ing. Jiří Horecký, Ph.D., MBA

Doporučené postupy pro aplikaci marketingových nástrojů – sociální služby

Vydala Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR

Vančurova 2904, 390 01 Tábor

Odpovědná redaktorka: Ing. Petra Cibulková

Vydání 1., 2022

Grafická úprava, sazba a tisk: RUDI, a. s., Tábor

Všechna práva vyhrazena, bez písemného souhlasu nakladatelství nesmí být text, ani žádná jeho část, reprodukován, ukládán či rozšiřován.

Titulní fotografie: Fotky & Foto

Obsah

1	Marketing	5
1.1	Marketing sociálních služeb a neziskových organizací	7
1.2	Strategické plánování	8
1.3	Definice poslání organizace	9
1.4	Hodnocení vnitřního a vnějšího prostředí organizace	9
1.5	Formulace cílů	10
1.5.1	Strategické cíle	10
1.5.2	Operativní cíle	10
1.5.3	Marketingové cíle	11
2	Doporučené postupy pro aplikaci marketingových nástrojů – sociální služby	13
2.1	Zúžení na služby dlouhodobé péče pro seniory	14
2.2	Deset klíčových otázek	15
3	Identifikace potřeb, zdrojů a cílových skupin	17
3.1	Potřeby	17
3.2	Jak identifikovat vaše potřeby	19
4	Zdroje	20
5	Cílové osoby	21
6	Marketingová strategie	25
7	Marketingové nástroje	27
7.1	Komunikační strategie	29
7.2	Feedback	30

8	Praktické postupy	32
8.1	Korporátní design	32
8.2	Webové stránky	33
8.3	Sociální média	34
8.4	Regionální tištěná média	35
8.5	Guerilla marketing v sociálních službách	35
8.6	Společné akce (events)	37
8.7	Donátoři	37
8.8	Komunikace a vztah ke klientům	38
8.9	Monitoring médií	39
9	Nástroje k vyhodnocování strategie a cílů	40
9.1	Rozšířený Demingův cyklus	40
9.2	Výsledky/indikátory	42
10	Deset klíčových kroků	43
	Seznam literatury	44