



Interní marketing a jeho nástroje v podmínkách Bochemie a.s.



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

Vlasta Kašparcová

Vzdělání

1997
VŠB-TU Ostrava
Ekonomická fakulta
obor Podnikatelství a
management
specializaci Marketing a
obchod

Praxe

Brand manager
Marketing manager
Předsedkyně PR
výboru SChP



Zájmy

Rodina, vaření, pečení
Cestování
Hory, lyže, kolo
Knihy, divadlo
Každá hudba, která má
nápad



DIFFUSIL

ISOTRA

Bochemit
WOOD CARE SINCE 1968

MEFTEX



Bochemie a.s. Historické mezníky





Skupina Bochemie dnes



2200+
customers



120+
countries to export



400+
employees



9 %
investment
into technology



2
manufacturing sites



30 %
reduction
of CO₂ emissions



Naše hodnoty

SYNERGIE

při poskytování sofistikovaných řešení a sdílení zkušeností s našimi zákazníky v rámci nichž se propojují práce odborníků a řešení z nejrůznějších odvětví a sektorů

DŮVĚRA

ve vztahu k zákazníkům, zaměstnancům a obchodním partnerům

ODPOVĚDNOST

a závazek chránit životní prostředí i společnost jako takovou při veškerých našich činnostech

PROFESIONALITA

vůči našim zákazníkům a dodavatelům s cílem být pro ně vždy spolehlivým a respektovaným partnerem



Průmyslové akumulátory

www.gaz-gmbh.com

- Nízké náklady na životní cyklus
- Desetiletí nepřetržitého provozu
- Teplotní rozsah - 40 °C až + 50 °C





Ochrana dřeva

www.bochemit.eu

- Prodloužení životnosti dřeva - řešení šetrné k lesům
- Krátkodobá a dlouhodobá ochrana proti dřevokaznému hmyzu, houbám a plísním
- Účinnost a snadná aplikace v kombinaci s ekologickou kompatibilitou





Povrchové úpravy kovů

www.bochemie.cz

- Univerzální pro všechny třídy nerezové oceli a speciální slitiny
- Neobsahuje šestimocný chrom a dusičnany v odpadních vodách
- Úspora celkových provozních nákladů

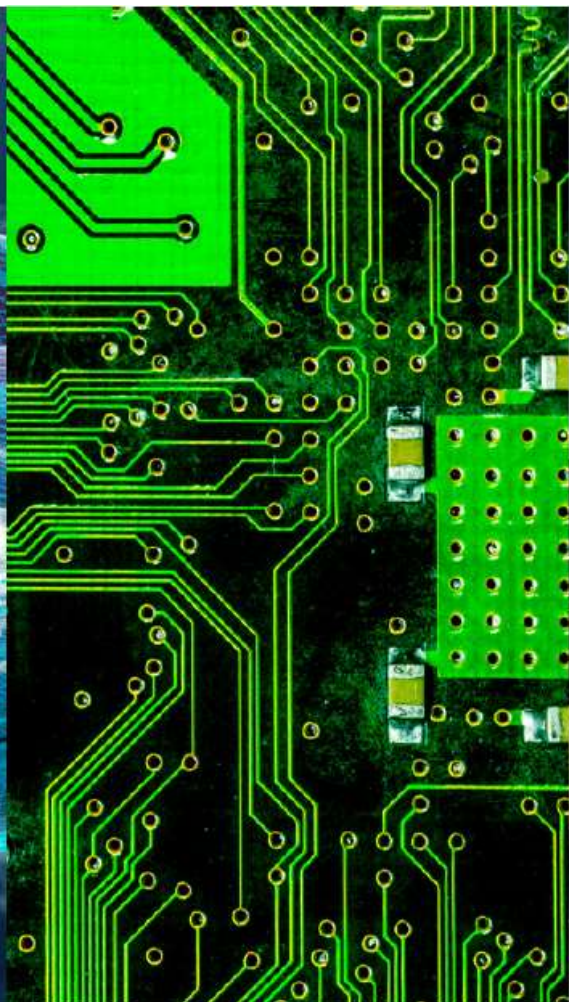




Metalizovaný textil

www.meftex.cz

- Odráží infračervené, stíní elektromagnetické záření
- Pružný, prodyšný, paropropustný, antibakteriální, antivirový, vodivý (elektrina, teplo)
- Vhodný pro výrobu pokročilých kompozitů





Dezinfekce Privátní značky

- Téměř 50 let zkušeností
- Spolehlivý výrobní dodavatel (Schulke, Unilever)
- Speciální dezinfekční prostředky, domácí čističe - vývoj, výroba, konzultační a poradenská činnost

www.bochemie.cz



Interní marketing a jeho nástroje v podmínkách Bochemie a.s.

Motto:

Na marketingu je krásná a úžasná jeho propojenost se všemi dalšími procesy ve firmě.

Všechno souvisí se vším a ať chceme nebo nechceme, všichni jsme jeho součástí.

Všichni tedy nějakým způsobem marketing firem a značek ovlivňujeme.
A to nejen jako zákazník nebo marketér.

Nástroje interního marketingu:

- Produkt
- Cena
- Distribuce, místo
- Interní komunikace



Vše se „točí“ kolem lidí



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

Spokojený zaměstnanec je:

- Nositelem nejlepší reklamy, PR
- Loajální
- Iniciativní, aktivní, efektivní, precizní
- Vstřícný, nekonfliktní



Cílem interního marketingu je:

- Najít vhodné zaměstnance (produkt)
- Školit je a rozvíjet (produkt)
- Vhodně a správně je motivovat (cena)
- Věnovat se firemní kultuře (místo, distribuce)
- Podporovat kooperaci (místo, distribuce)
- Budovat sounáležitost (místo, distribuce)
- Zajistit odpovídající vybavení pracovišť (místo, distribuce)
- Komunikovat a informovat (interní komunikace)



UDRŽET

Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

Bochemit[®]
WOOD CARE SINCE 1968

Bonusy

Bochemie[®]
WOOD CARE



<https://www.bochemit.eu/cs/rady-a-tipy/a-1/>

<https://www.facebook.com/bochemit.eu/>

Bochemit since 1968



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.



ZAČÍNÁME VÝBĚREM ZAMĚSTNANCŮ

JAK hledáme takového zaměstnance → PRODUKT

- **Vědět, co chceme – analýza, popis pozice (profesiogram)**
- Kariéerní postup (z vlastní vůle i firemní vedení k němu -> školení)
- Interní výběrová řízení
- Odměny za doporučení
 - 5.000 Kč, rozděleno po 3 a 6 měsících
 - podmínka dalšího trvání pracovního poměru
 - bez porušení pracovního řádu
 - písemné doručení CV stávajícím zaměstnancem
- Externí cesty



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.



ZAČÍNÁME VÝBĚREM ZAMĚSTNANCŮ

KDE hledáme takového zaměstnance → PRODUKT

- E-mail zaměstnancům
- Monitor na recepci
- Vlastní webové stránky
- Sociální sítě: Facebook – náš, profesní skupiny, LinkedIn
- Okolní podniky – pomoc při outplacementu
- Personální servery a agentury
- Spolupráce se studenty – SŠ, VŠ
 - exkurze ve vybraných provozech
 - odborné praxe
 - přednášky / vstupy do výuky našich odborníků např. v rámci projektových dnů

Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

HLEDÁME NOVÉ ZAMĚSTNANCE



INTERNÍ VÝBĚROVÉ ŘÍZENÍ

Nabízíme příležitost pro zdatného kolegu či kolegyni ukázat svůj skrytý potenciál!

Přihlaste se do interního výběrového řízení na pozici:

PLÁNOVAČ VÝROBY

Vášim úkolem bude

- plánování svěřené oblasti výroby dle požadavků zákazníka
- kontrola a reporting výroby
- komunikace se zákazníky
- tvorba týdenního plánu výroby, koordinace požadavků zákazníků s kapacitami výroby
- koordinace skladů a kontrola toků materiálu, plánování a zajištění potřebných materiálových zásob s cílem udržení odpovídajícího stavu a nepřesahování požadované hodnoty
- zajištění příprav na expedici, koordinace zásilek výrobků
- analýza kapacit pro jednotlivá pracoviště

Požadujeme

- SŠ vzdělání, popř. praxe a orientace na provozech (na „privátních“ výhodou)
- zkušenosti s plánováním a koordinací výrobních a expedičních procesů vítány
- komunikativní znalost anglického jazyka
- znalost polského jazyka výhodou
- strukturovanost, schopnost vytvořit systém
- schopnost dělat samostatná rozhodnutí, komunikativnost, aktivní přístup
- znalost jakéhokoliv ERP systému vítána
- dobrá znalost MS Office

**ZÁJEMCI O ÚČAST V INTERNÍM VÝBĚROVÉM ŘÍZENÍ KONTAKTUJTE
PERSONÁLNÍ ODDĚLENÍ NEJPOZDĚJI DO 17.9.2021!**

Kontakt:
Iveta Matulová Heczková, HR specialista
774 549 754
iveta.heczkova@bochemie.cz



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

Okamžikem nástupu se ze zaměstnance
SPOKOJENÝ ZAMĚSTNANEC (Produkt) nestane

Adaptační proces

- Školení BOZP
- Základní informace o firmě (film)
- Představení nejbližším kolegům
- Seznámení se s pracovištěm a „jak funguje“
- Seznámení s adaptačním plánem
- Adaptaci vede nadřízený nebo určený zkušený kolega
- Pravidelná i závěrečná zpětná vazba



**Významné
motivační
prvky**



CENA



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.



ČÍM MOTIVUJEME → CENA

- Mzda – fixní + pohyblivá, příplatky
- Příspěvek na stravování
- Cafeterie – Benefit Plus
- Pružná pracovní doba, home office
- Vzdělávání – jazykové, odborné, legislativní
- Účast na profesních konferencích



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

ČÍM MOTIVUJEME → CENA

- Odměny
 - za mimořádné výkony
 - za inovativní nápady v rámci námětového hnutí
 - vánoční a roční odměny dle hospodářského výsledku
 - při příležitosti životního a pracovního jubilea
 - při skončení pracovního poměru odchodem do důchodu



Bochemie

Námětové hnutí

V Bochemii si vážíme iniciativy a aktivního přístupu k práci svých zaměstnanců. Jsme si plně vědomi toho, že to jsou naši lidé na všech pozicích, kteří posouvají firmu kupředu. Že návrhy na zlepšení, a návrh přicházejí naši zaměstnanci, kteří nejlépe znají situaci na vlastním pracovišti, často dokáží výraznou měrou přispět ke zvýšení produkce, úspore nákladů, nebo i předcházení nejnepříjemnějším situacím.

Kolegi, kteří při práci přemýšlejí a hledají jednodušší cesty, proto neomezujeme, ale naopak podporujeme. Každý rok z jejich návrhů na zlepšení vybíráme nejlepší příspěvek, který může být i inspirací pro ostatní. Zdejší se pítom nemusí týkat jen výroby, ne vše je nutno hledat všude, například náklady a úspory. Může jít i o nejnepříjemnější technická řešení, bezpečnost práce, udržení zdraví, okolí, co dokáže zlepšit situaci na pracovišti, nebo nám pomoci v naší dlouhodobé snaze a šetrnosti k životnímu prostředí.

V roce 2018 byl za nejlepší návrh „Přiblíží hmoty na záporné přívodi lince“ oceněn pan Robert Bugla.

Převzetím tohoto návrhu bylo vytvoření nového režimu práce na levování hmoty, díky čemuž došlo ke snížení i menšího množství, zadržování vzduchu prázdných míst a také k úspore hmoty.

Chápeme, že za všechny roky existence námětového hnutí je opravdu těžké stále přicházet s novými a originálními, nad čím by se ještě nikdo nezamyslel. Přesto nás těší, že jsme v roce 2019 rovněž vybrali tak výjimečný návrh, který by kromě běžného ocenění také získal být vyzdvížen jako návrh roku. Budeme doufat, že se v roce 2020 objeví návrh, který si ocenění před rokem firmou získal.

Děkujeme.



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

ČÍM MOTIVUJEME → CENA

• Další péče o zaměstnance

- úhrada všech nákladů zdravotní péče zaměstnavatelem v souvislosti s výkonem povolání včetně specializovaných vyšetření ve spolupráci se závodní lékařkou
- bezplatný právní servis všem zaměstnancům poskytovaný firemním právníkem
- bezplatné vybavení zaměstnance pracovním oděvem a všemi potřebnými ochrannými pracovními pomůckami a jejich pravidelná obměna, praní pracovních oděvů





Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.



ČÍM MOTIVUJEME → CENA

• Další péče o zaměstnance

- zajištění pravidelného pitného režimu v horkých letních dnech ve formě iontových nápojů pro zajištění potřebné hladiny iontů a minerálů
- možnost zapůjčení firemního vozu pro soukromé účely
- možnost výhodného tarifu na volání a internet v mobilu



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.



**PRÁCE SE ZAMĚSTNANCEM POKRAČUJE I PO NÁSTUPU
→ MÍSTO, DISTRIBUCE**

Firemní kultura

- **Hodnoty** – synergie, důvěra, odpovědnost, profesionalita
- **Etický kodex**
- **Způsob jednání a komunikace** – atmosféra, míra otevřenosti, prosklené dveře, formální x neformální (kuchyňka x „jedna paní povídala“), my x oni, slang, online komunikace x „face to face“, snaha pomoci, pozdrav, běžná galantnost

→ Významné motivační prvky



CENA



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.



PRÁCE SE ZAMĚSTNANCEM POKRAČUJE I PO NÁSTUPU
→ MÍSTO, DISTRIBUCE

Firemní kultura

- **Styl a kvalita vedení** – předávání pracovních instrukcí, hodnocení výkonu, umět poděkovat, přístup k volnému času
- **Vztahy mezi zaměstnanci** a jejich „soukromé“ rituály (kávičky, obědy, divadla, narozeniny)
- **Styl oblékání** – dress code ano nebo ne (a co vánoční večírek?)



Významné motivační prvky



CENA

PRÁCE SE ZAMĚSTNANCEM POKRAČUJE I PO NÁSTUPU ➔ MÍSTO, DISTRIBUCE

Firemní kultura

• Ceremoniály, zaměstnanecké programy

- Uvítací balíček
- Firemní večer
- Vánoční poselství a dárek
- Tým roku
- Čisté pracoviště
- Námětové hnutí
- Osobnost roku
- Zlatá kolegyně / kolega
- Nejen prací živ je člověk
- V nouzi poznáš přítele

➔ Významné motivační prvky



CENA



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

**PRÁCE SE ZAMĚSTNANCEM POKRAČUJE I PO NÁSTUPU
→ MÍSTO, DISTRIBUCE**

Pracovní prostředí

- Pracovní oblečení
- Výrobní provozy – omezené možnosti přizpůsobení

→ Významné motivační prvky



CENA



PRÁCE SE ZAMĚSTNANCEM POKRAČUJE I PO NÁSTUPU → MÍSTO, DISTRIBUCE

Pracovní prostředí

- **Kanceláře** – vybavení, udržování pořádku (kamery při online schůzkách), hluk (upovídánost, hlasitost telefonátů), možnost se soustředit (vs. práce doma), teplota (klimatizace), květiny (chtějí vodu...)
- **Auto, telefon, počítač/notebook** (a co nabíječka/taška?)

→ Významné motivační prvky



CENA



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

PRÁCE SE ZAMĚSTNANCEM POKRAČUJE I PO NÁSTUPU MÍSTO, DISTRIBUCE

Pracovní prostředí

- **Společné prostory**
zasedací místnosti,
kuchyňky, jídelna,
šatny



➔ Významné motivační prvky



CENA



BUDOVÁNÍ SYNERGIE, DŮVĚRY, ODPOVĚDNOSTI, PROFESIONALITY → KOMUNIKACE

Děláme to dobře?

- Informace e-mailem
- Dotazník prostřednictvím webového portálu Survio.com
- Březen 2021 (doba covidového „temna“ s omezenými osobními kontakty)
- Vedoucí a THP
- návratnost 65 %

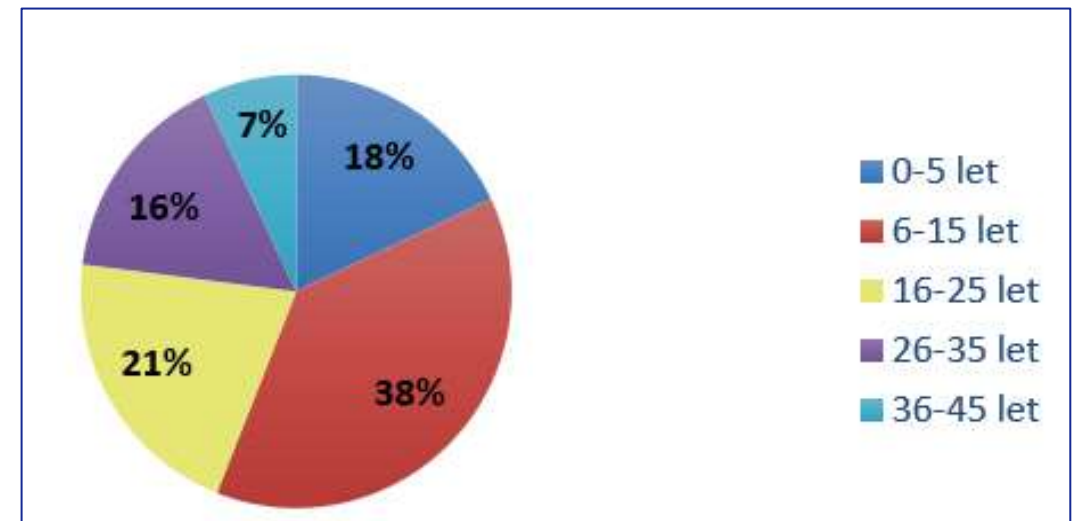
→ Významné motivační prvky



CENA

Struktura respondentů

- Dle délky působení ve firmě



BUDOVÁNÍ SYNERGIE, DŮVĚRY, ODPOVĚDNOSTI, PROFESIONALITY → KOMUNIKACE

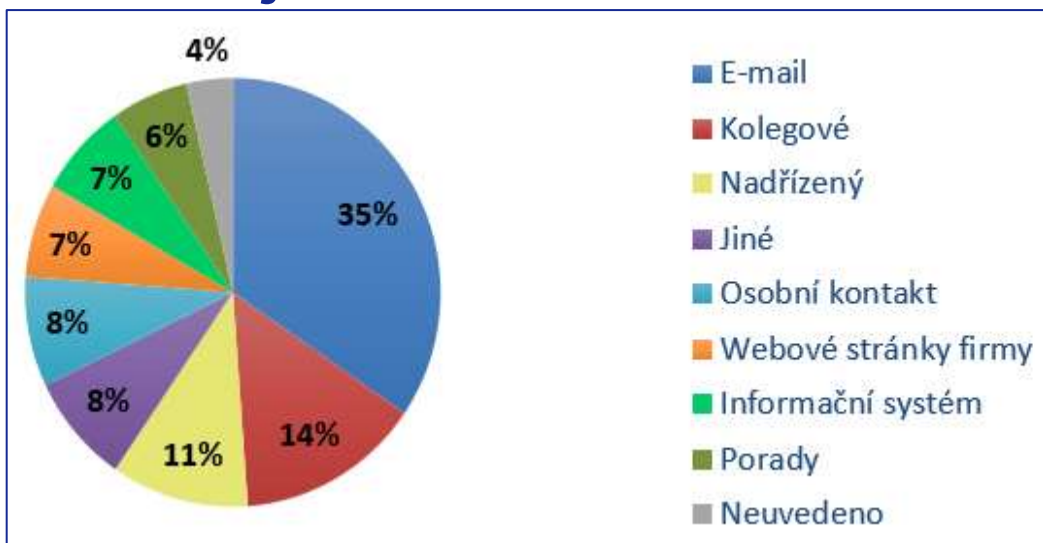
Jaké informace o dění ve firmě a dále potřebné k výkonu práce máte k dispozici?

MOTIVY	VYBRANÉ ODPOVĚDI RESPONDENTŮ	ZASTOUPENÍ V %
Mám všechny potřebné informace	Všechny mám a když něco nevím, doptám se.	34 %
	Všechny, které potřebuji vědět.	
	Všechny informace, které potřebuji vědět.	
	Všechny potřebné o dění ve firmě i k mé práci.	
Mám konkrétní informace k výkonu své práce	Mám informace vztahující se k BOZP.	26 %
	Nástup nových zaměstnanců.	
	Plán výroby.	
	Reklamační a stížnosti zákazníků.	
Mám informace potřebné k výkonu své práce, ale ne o dění ve firmě	Velmi chabé informace o dění ve firmě, ale vynikající ohledně práce.	18 %
	K výkonu práce mám všechny potřebné informace.	
	O dění částečně, k výkonu mé práce vynikající informace.	
	Všechny potřebné k výkonu práce.	
Jiné	Informace o dění ve firmě nejsou příliš sdělovány, k výkonu mám.	8 %
	Mám částečné informace.	
	Jak kdy.	
	Různé informace.	
Mám málo nebo žádné informace	Informace z porad.	7 %
	Téměř žádné.	
	Moc informací nemám.	
Neodpověděli	Mám minimální informace.	7 %

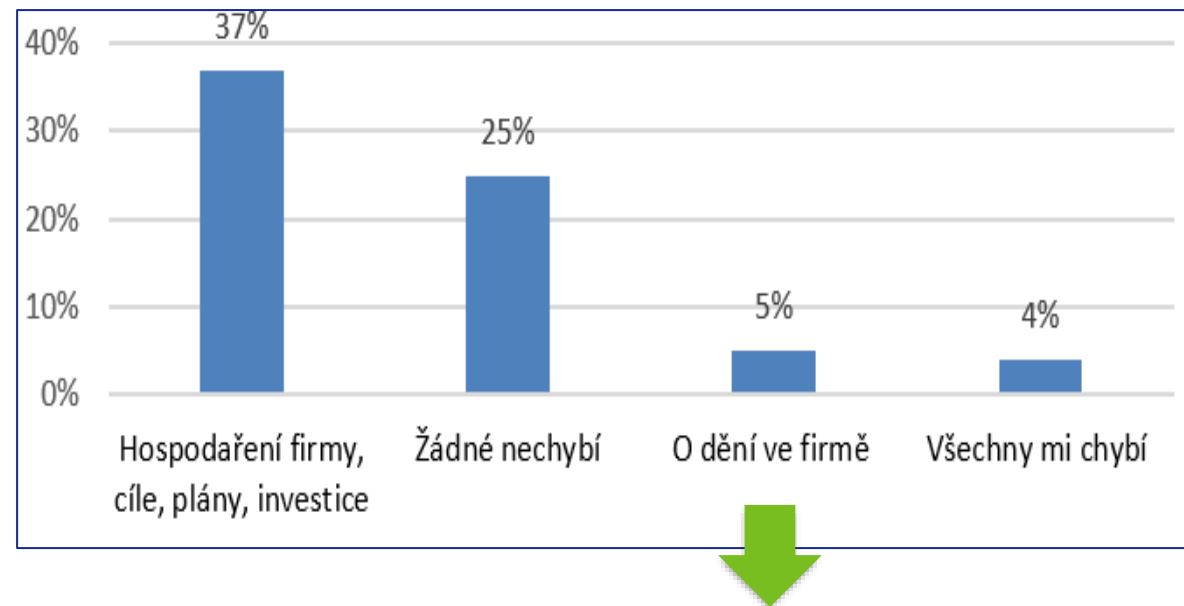
Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

**BUDOVÁNÍ SYNERGIE, DŮVĚRY, ODPOVĚDNOSTI, PROFESIONALITY
→ KOMUNIKACE**

**Z jakých zdrojů se k vám
dostávají informace?**



Které informace postrádáte?

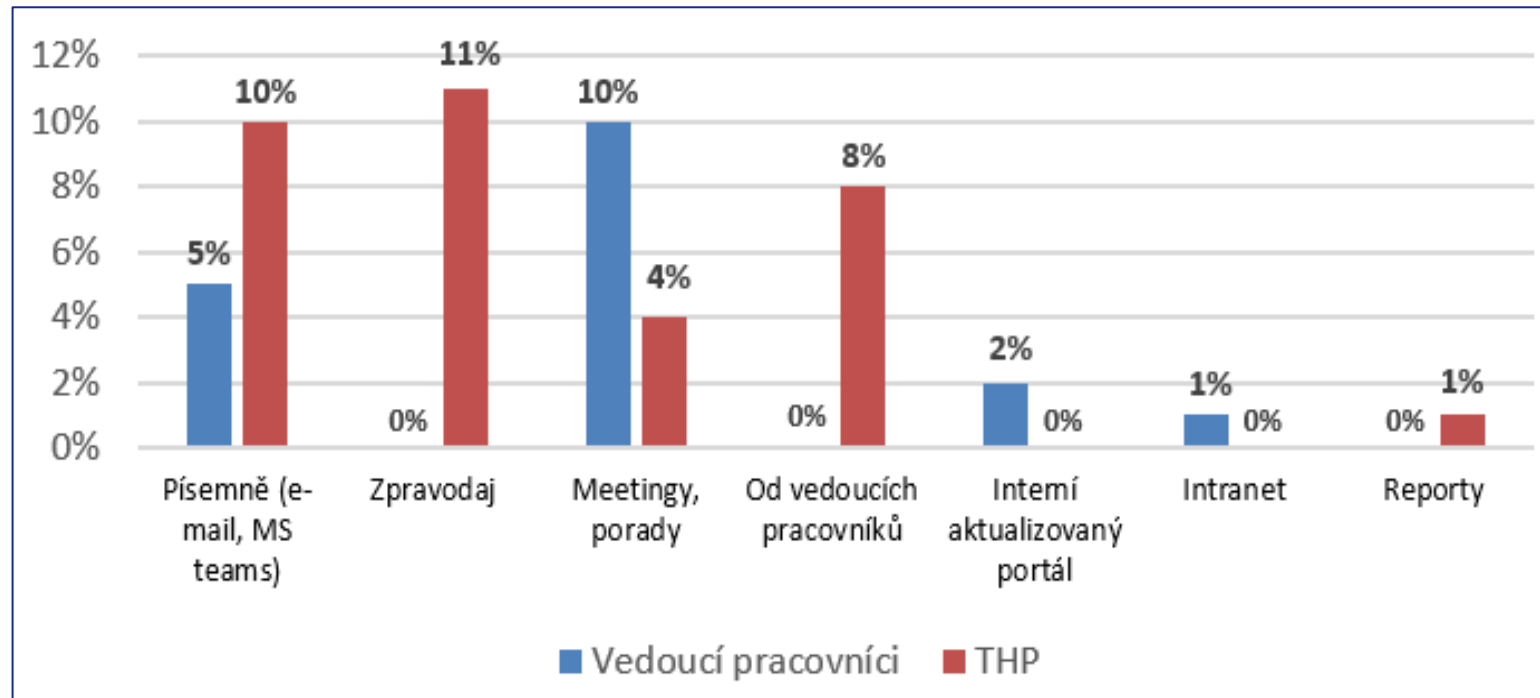


Mezi produktovými skupinami

Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

**BUDOVÁNÍ SYNERGIE, DŮVĚRY, ODPOVĚDNOSTI, PROFESIONALITY
→ KOMUNIKACE**

Jakým způsobem by bylo pro Vás vhodné informace získávat?



Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

BUDOVÁNÍ SYNERGIE, DŮVĚRY, ODPOVĚDNOSTI, PROFESIONALITY → KOMUNIKACE

Současná podoba interní komunikace

- Interní newsletter
- Hromadné e-maily - aktuální sdělení (noví kolegové, školení, omezení provozu jídelny, vyhlášení/připomenutí zaměstnaneckých programů...)
- Pravidelné porady – úsekové, meziúsekové
 - osobně
 - online – MS Teams
- Výrobní porady
- Informační monitor na recepci
- Intranet
- Setkání top managementu (1x ročně)
- Setkání vedení společnosti se zaměstnanci
- Neformální přenos informací
- Webové stránky
- Facebook, LinkedIn

Vše má své plusy i mínusy

Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

BUDOVÁNÍ SYNERGIE, DŮVĚRY, ODPOVĚDNOSTI, PROFESIONALITY → KOMUNIKACE

Témata interního newsletteru

- Výsledky hospodaření
- Jak to u nás vypadá (ukázka)
- Historické tržby skupiny Ochrana dřeva
- ACCU kvalita
- Rozhovor s novým šéfem kvality
- Feropur
- Investice do energetických opatření
- Sociální odpovědnost (ukázka)

Specifikace interního newsletteru

- CZ / DE / EN
- E-mailem (firemní i soukromé) + tisk na provozy - 1x měsíčně
- Odkazy na web a Facebook (další zdroje aktuálních informací)
- Výzva ke zpětné vazbě, dalším tématům

Interní marketing v podmínkách Bochemie a.s.

ORGANIZACE INTERNÍHO MARKETINGU → aneb samo „SE“ to neudělá



HR



Marketing



**Asistentka
vedení**



Interní marketing a jeho nástroje v podmínkách Bochemie a.s.

SHRNUTÍ

Všechno souvisí se vším

Klasické pojetí marketingového mixu 4P funguje i v pojetí interního marketingu

Marketing není umění, je to práce

Motivovaný a loajální zaměstnanec nám ušetří spoustu práce

V Bochemii si vážíme našich zaměstnanců, které považujeme za hlavní zdroj úspěchu firmy

DOTAZY



DISKUSE



Interní marketing a jeho nástroje v podmínkách Bochemie a.s.



Děkuji za pozornost.

Vlasta Kašparcová
vlasta.kasparcova@bochemie.cz

tel.: 724 834 081

www.bochemie.cz



@bochemie.cz

@bochemit.eu