

การตลาดภายใน : ทำไมต้องให้ความสำคัญ

INTERNAL MARKETING : WHY MUST BE IMPORTANCE

นัทธีรา พุมมาพันธุ์**

บทคัดย่อ

การตลาดภายใน (Internal Marketing) เป็นแนวคิดในวิธีการที่จะนำไปใช้กับ “คน” โดยกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้ปฏิบัติ (พนักงาน) ตลอดจนบุคลากรในองค์กรในทุกระดับชั้นขององค์กร โดยเน้นให้เกิดความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน การมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร การยอมรับ ศรัทธาขององค์กร พร้อมที่จะพัฒนา ทুমุ่เทแรงกาย แรงใจเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายออกมาดีมีคุณภาพ พร้อมนำส่งลูกค้าภายนอกด้วยความตระหนักในความรับผิดชอบ ส่งผลให้ลูกค้าภายนอก (External Marketing) รับรู้ได้ถึงความตั้งใจของผู้ส่งมอบ โดยเฉพาะงานด้านการบริการ ในสภาวะการ ตลาดเป็นผู้บริโภค (ผู้ซื้อ) ซึ่งมีโอกาสในการเลือกมากด้วยการแข่งขันที่รุนแรงและความหลากหลายของผู้ผลิต ผู้ขายและผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริหารองค์กรในแต่ละตราหือให้ความสำคัญการตลาดภายในโดยควบคู่กับการทำการตลาดภายนอก ก็คือ การมุ่งเน้นทั้งลูกค้าภายใน (Internal Customer) และภายนอก (External Customer) ขององค์กรเท่า ๆ กัน ด้วยทั้งสองลูกค้ามีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกันในการส่งมอบคุณค่าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะงานที่ต้องใช้คน ซึ่งถือเป็นแนวคิดการตลาดแบบองค์รวมเช่นกัน

คำสำคัญ : การตลาดภายใน , ความสำคัญ

Abstract

The internal market (Internal Marketing) is a concept in method that would lead to "the people" by the mainstream audience. Is practitioners (employees) as well as people in the organization at all levels of the organization. By focusing on understanding aligned. Having a positive attitude towards enterprise adoption faith organization dedicated to the development energies to the tasks assigned to quality. And submission of external clients with awareness of responsibility. The external customers (External Marketing) recognize the intention of delivering.

** อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

Especially in the areas of market conditions as consumers (buyers) who have the opportunity to choose a very strong competition and a variety of manufacturers. Vendors and Products The organization of each brand to focus on the internal market. In conjunction with the external market. It is to focus on both internal customers (Internal Customer) and external (External Customer) and equally by the two customers are related to each other in terms of delivering value to achieve customer satisfaction. The job requires someone. This is the concept of holistic marketing as well.

Keywords: Internal Marketing , Importance