



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	7.2.2005
Tekijä(t)	Tiina Mikkonen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	72
Otsikko	SISÄISEN MARKKINOINNIN TAVOITTEET JA KEINOT YRITYKSEN MENESTYKSEKÄÄN TOIMINNAN EDISTÄJINÄ Tapaus Delta Motor Group Oy		
Ohjaaja(t)	KTT Pekka Tuominen ja KTL Arja Lemmetyinen		

Tiivistelmä

Osaava ja työlleen omistautunut henkilöstö on yrityksen menestyksekkään toiminnan edellytys. Ilman pätevää henkilöstöä ei synny onnistuneita projekteja tai hyvin hoidettuja asiakassuhteita. Sisäinen markkinointi on sellaisten kyvykkäiden työntekijöiden palkkaamista, kouluttamista ja motivointia, jotka haluavat palvella asiakkaita hyvin. Sisäisen markkinoinnin käsite tuli yleisempään markkinointitermistöön 1970-luvun lopulla. 1980-luvun puolivälissä sisäinen markkinointi oli jo lähes kaikkien palveluyritysten johdon ja markkinointiväen ajatuksissa.

Kirjallisuudessa esiintyy monenlaisia, toisistaan poikkeavia näkemyksiä sisäisen markkinoinnin osatekijöistä. Tässä tutkimuksessa sisäisen markkinoinnin tärkeimmiksi tavoitteiksi on valittu rekrytointi, sitouttaminen ja motivointi, sillä ne kattavat hyvin koko tavoitteiden kentän ja erottuvat selkeästi toisistaan. Sisäisen markkinoinnin keinoista on valittu tarkemman tutkimuksen kohteeksi tiedotustoiminta, koulutus, kannustejärjestelmä ja me-hengen luominen. Niitä tutkimalla saa suhteellisen kattavan kuvan yrityksen käytössä olevasta sisäisen markkinoinnin keinovalikoimasta.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli kuvata ja analysoida sisäisen markkinoinnin tavoitteita ja keinoja yrityksen menestyksekkään toiminnan edistäjinä. Osaongelmina selvitettiin, miten sisäisen markkinoinnin tavoitteet näkyvät Delta Motor Group Oy:n toiminnassa ja mitä sisäisen markkinoinnin keinoja Delta Motor Group Oy:ssä käytetään. Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena tapaustudkimuksena ja tutkimusmenetelmä oli puolistrukturinen haastattelu. Haastateltaviksi valittiin Delta Motor Group Oy:n varaosapäällikkö, viestintäpäällikkö, hallintojohtaja ja markkinointijohtaja sen perusteella, että he tehtäviensä puolesta osaavat antaa mahdollisimman monipuolisen ja totuudenmukaisen kuvan yrityksen sisäisen markkinoinnin toiminnoista. Haastattelut suoritettiin 9.11.2004 Delta Motor Group Oy:n tiloissa.

Tutkimuksessa löytyi toimintoja kaikkiin sisäiseen markkinoinnin osa-alueisiin liittyen. Rekrytoinnissa tärkeitä ovat hakijan henkilökohtaiset ominaisuudet ja uusien nuorien tekijöiden saaminen yritykseen. Sitouttamisen välineitä ovat yrityksen yhteiset arvot, vuorovaikutus ja virkistytymistapahtumat. Motivointi perustuu palkkioihin ja palautteeseen. Tiedotus hoidetaan sähköpostin, esimiespalaverien ja osastopalaverien kautta. Koulutusta järjestetään tarpeen mukaan, panostaen erityisesti kielten opiskeluun ja esimieskoulutukseen. Kannustejärjestelmässä tärkeää on välitön palaute. Myös hyvään me-henkeen ja henkilöstön hyvinvointiin on kiinnitetty huomiota.

Delta Motor Group Oy:n sisäinen markkinointi tuntuu toimivan hyvin. Hyvin hoidetut sisäisen markkinoinnin osa-alueet ovat mahdollistaneet yrityksen viime vuosien aktiivisen laajentumisen ja sen vaatiman kovan työtahdin ja tuloksen teon. Sisäisen markkinoinnin tavoitteet ja keinot on otettu hyvin huomioon ja ne tuntuvat myös edistäneen yrityksen menestyksestä toimintaa.

Asiasanat	sisäinen markkinointi, henkilöstö, motivointi
Muita tietoja	