

NONPROFIT ÉRDEKVÉDELMI SZERVEZETEK FEJLESZTÉSE

(PL.3346)

Kommunikáció, nonbusiness marketing, és hálózatépítés I.



A projekt az Európai Unió támogatásával,
az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósul meg.

CIMET
- A CIVIL VILÁG FŰSZERE

TÁMOP 5.5.3-09/1-2009-0013

BEMUTATKOZÁS

Márki-Zay Péter

Szegedi Tudományegyetem, Gazdálkodástudományi Kar

- Közgazdász, BKE (ma: Corvinus), 1996
- PhD, PPKE, 2006
- Démász, ügyfélszolgálat, marketing, 1996-2001, 2009-
- Legrand, marketing vezető, 2001-2004
- CARQUEST (Kanada, USA), marketing, 2004-2009

Egyháztanács (Szentés, Hódmezővásárhely), SZMK, NOE,
Munkaerő-fejlesztés (EIRWB), YMCA

7 gyermek (1996-2009), feleségem fizikus és bába



HENRY COUNTY YMCA

Létrehozás:

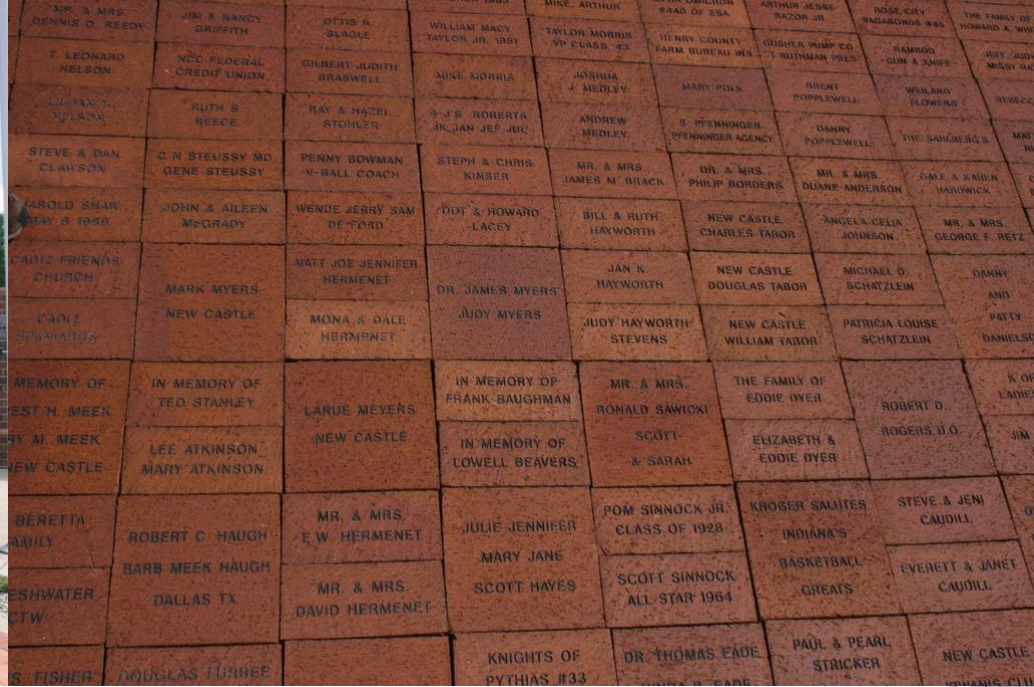
1. \$4M, adományok
2. \$500k hitel



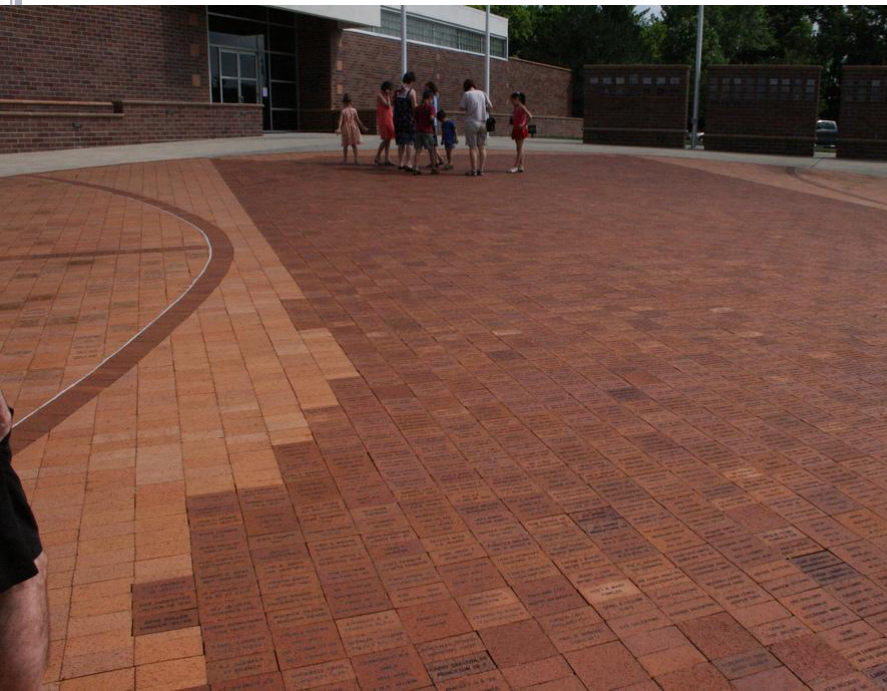
Működtetés:

1. Vállalati struktúra, prg. díj
2. \$1M/év költség (2009:-20%!) **Challenge**
3. 4000 egyéni/családi tag
4. 50% saját program bevétel (pólók, automaták, 5k, Corporate **Challenge**)





Indiana Basketball Hall of Fame, New Castle, IN, USA



MIÉRT ÉPPEN AMERIKA?

Múzeumok: tagsági, múzeumi üzlet, szponzorok, audió-kalauz, kipróbálás (vakoknak is)

Regionális Munkaerő-fejlesztési Felügyelőbizottság: „Miss America és a fekete gyerekek”

Templom: rákbeteg testvérünk segítése

Leánycserkészek: sütemény-árusítás

CQ - National Breast Cancer Day, edzősködés, színház

Iskolák: pót-nagymamák, könyvolvasás népszerűsítése, napi politikai tájékozottság, szemétszedés, kitüntetések



A dolgozók 27%-a ingyenes társadalmi munkával is foglalkozik. A

Márki-Zay Péter, SZTE
GTK

jótekonny célú

MI A MARKETING?

Valamennyi tevékenység fókuszában a célközönség van, ez a kiindulási alap. Cél a viselkedés befolyásolás:

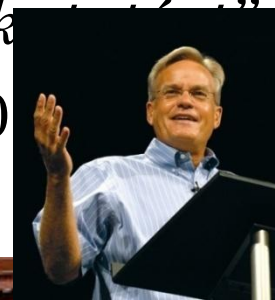
„Választást akarunk nyerni, nem közvéleménykutatást.”

Pl. istentisztelet látogatottsága alacsony a 18-30 évesek körében:

- Egyesült Metodista Egyház:
SMS, internet, barátságosabb környezet, mosdók, jelek, fogadás istentisztelet előtt és után:

+ *15% látogatottság*

+ *6% visszatérők aránya*



MARKETING MENEDZSMENT


Definíció: A célközönség viselkedésének befolyásolását célzó programok tervezése és végrehajtása, egyéni és szervezeti célok kielégítését szolgáló előnyös cseretranszakciók megvalósításával és fenntartásával. (*Ld. táblázat, köv. oldal*)

Csak módszer, önmagában nem cél – a célt a vezetés határozza meg.

1. Szemléletmód
2. Stratégia, tervezés
3. Eszközök, taktika



KÖLTSÉG-HASZON ELEMZÉS

Költség	Haszon			
	Termék	Szolgáltatás	Társadalmi	Lelki
Gazdasági javak feladása	posztvásárlás	oktatásért, műtétért fizetni	Adomány az Alma Maternek	Jóteky szervezetnek adományozni
Értékek, szemlélet feladása	Ingyen ruhát kapni	Polgárörség	Párt támogatása	Abortusz ellenzése
Viselkedés-változtatás	Radió születés-szabályozásért	Detox	Időskorú egészségi kezelés	Biztonsági öv
Idő, energia	Ajándékért résztvenni egy felmérésben	Ingyenkoncert	Edzősködés	Véradás 

SZEMLÉLETMÓD FEJLŐDÉSE

Időrendben (DE: egymás mellett élnek):

1. *Termék- ill. szolgáltatás-központúság* (20. század eleje, elég a jó termék)
2. *Értékesítés-központúság* (fogyasztók meggyőzése, ld. ital/sörpiac, reklám + értékesítés)
3. *Célközönség-központúság*: A siker záloga a célközönség ismereteinek és igényeinek megismerése és folyamatos kielégítése versenyképes ajánlattal (kommunikáció, árazás, elosztás).

Tömegközlekedés, Champaign-Urbana, USA:

téli tömegközlekedés népszerűsítése, árak, P+R

Országos Rák Intézet: „A dohányzás káros” már el volt adva. 1. nem ismernek megfelelő módszert, 2. félnek a bukástól. Az orvosok és egészségügyi dolgozók bevonása.

NATIONAL[®]
CANCER
INSTITUTE



PÉLDÁK



- Buffalo Hangversenyzenekar – túl formális alkalom. Megoldás: kamarazene helyi vásárokon, szabadtéri alkalmakkor, focimeccs félidejében. Az új karmester megjelent a tévében népszerűsíteni a koncertjeiket.
- Országos Rák Intézet, mellrák szűrés önvizsgálattal (népszerűsítés és oktatás). Kudarca: hamar megnyugodtak és abbahagyták, mások féltek és megse próbálták. Kommunikáció: sokszor nem rosszindulatú a daganat és haladás van a kezelésben.
- Véradás: polgári kötelezettség vagy 20-gallonos verseny? Diagram, mobil vérállomás, csináljuk együtt, bátorság.

NATIONAL[®]
CANCER
INSTITUTE



CÉLKÖZÖNSÉG VISELKEDÉSÉNEK MEGÉRTÉSE



Orvostani Intézet: 50-100.000/év hal meg
(pl. bakteriális fertőzésben) az amerikai kórházakban

Járványügyi Hivatal: sétahajók, Hajó Fertőtlenítési
Program, kézmosás hajóraszálláskor

Kórházak: orvosi arrogancia, nincs kontroll felettük

1. Oktatás: email, fax, poszter – hiába
2. Marketing: kézfertőtlenítő átadása a doktoroknak
érkezéskor, 10\$ vásárlási utalvány a helyesen
cselekvőknek, ellenőrzés, vezetőségi ülés orvos
résztvevőinek kezéről vett baktrérium kitenyésztése
után képernyővédőre került elriasztásul. Az arány
ezután közel 100% lett...

1 kép felér 1000 szóval (*Cedars-Sinai Eü. Kp., Los Angeles*)



HATÉKONY SZERVEZETI PR

Egyetem bérbeadta volna a stadionját 5 meccsre, de a kerület leszavazza. Befolyásolók megtalálása, barátkozás, közösségi ebédek szponzorálása (véleményvezérek)

1. Közösségbe bekapcsolódni
3. Megnyílni a közösség előtt (sportpálya, teremhasználat)
4. Nyílt nap a helyieknek
5. Tanácsadó testület helyiekből
6. Weboldalra link a városra

