



همایش بین المللی مدیریت

International Conference on Management

بازاریابی داخلی و برندینگ داخلی چرایی و چگونگی

صبا کاکاپور

کارشناس ارشد MBA، دانشکده اقتصاد مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان، ایران

Saba.2kpour@gmail.com

چکیده

اخیرا شرکت های مختلف پی برده اند که کسب موفقیت در انجام فعالیت های بازاریابی و ایجاد تصویر برند در ذهن مشتریان خود تنها از طریق هدف قرار دادن مشتریان بیرونی امکان پذیر نیست. بازاریابی و برندینگ داخلی می تواند از جمله مزایای رقابتی شرکت ها در کسب رضایت مشتریان باشد. این تحقیق با بررسی مفاهیم بازاریابی و برندینگ داخلی به اهمیت و روش های پیاده سازی و تاثیر گذاری این دو مقوله جدید در مباحث بازاریابی و منابع انسانی پرداخته است.

واژگان کلیدی: بازاریابی، بازاریابی داخلی، برندینگ داخلی، برندینگ کارکنان، منابع انسانی.

Internal Marketing and Internal Branding: why and How?

Saba Kakapour

MBA graduate, Faculty of Economics, Management and Administrative Science, Semnan University, Iran

Abstract

Recently, various organizations have found that with only focusing on external customers, achieving success in marketing activities and creating image brand in customers' mind is not possible. Internal marketing and branding can be a competitive advantage for satisfying external customers. This study investigates meanings of internal marketing and branding and its importance as well as the ways of implement of them.

Key words: Internal Marketing, Internal Branding, Employee Branding, Human Resource.