

Cíle marketingové strategie

Hlavní strategický cíl	Vytvářet pozitivní obraz Krajského úřadu Královéhradeckého kraje a jím poskytovaných služeb u veřejnosti
Oblast vztahy s veřejností	základním cílem této oblasti by nemělo být pouze neustálé zlepšování komunikace s veřejností, ale rovněž zvyšování její znalosti o úkolech, rozsahu působnosti a sortimentu služeb, které ji krajský úřad poskytuje a to jak přímo, tak nepřímo. Veřejnost, která bude rozumět smyslu role krajského úřadu a znát služby, které úřad zajišťuje, bude tento úřad vnímat pozitivně, zvláště pokud se setká se vstřícnou komunikací ze strany jeho pracovníků.
Oblast produkty úřadu	přestože produkt, místo a cenu stanovuje legislativa, je zde prostor pro zlepšování, zejména v oblasti způsobů jeho poskytování jednotlivým skupinám veřejnosti. U produktů poskytovaných v rámci samostatné působnosti rozhoduje úřad o jejich finální podobě.
Oblast realizace marketingu	k dosažení hlavního cíle je nutno vytvořit na úřadě podmínky (organizační, materiální) pro dlouhodobě úspěšnou realizaci marketingu a nastavit systém měření jeho úspěšnosti.



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



OPERAČNÍ PROGRAM
LIDSKÉ ZDROJE
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Projekt je financován z prostředků Evropského sociálního fondu prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a krajského rozpočtu.

Oblast	Vztahy s veřejností – u těchto cílů vystupují do popředí atributy jako image, postoj, účast, kvalita, efektivita
Cíl 1	Veřejnost KÚ jako instituci důvěřuje a má pocit, že k nim přistupuje spravedlivě a profesionálně a že jeho zaměstnanci s nimi jednájí otevřeně, korektně a přátelsky
Cíl 2	Okolí vnímá KÚ jako úřad poskytující kvalitní a efektivní službu
Cíl 3	Veřejnost zná kompetence KÚ
Cíl 4	Okolí vnímá KÚ jako výlučného poskytovatele služeb vymezených legislativou
Oblast	Produkty úřadu – u těchto cílů vystupují do popředí atributy jako cena, životní cyklus, distribuce, kvalita, produkt ...
Cíl 5	Služby v samosprávné činnosti jsou poskytovány s ohledem na potřeby cílových skupin a finanční možnosti kraje
Cíl 6	Služby v přenesené působnosti jsou poskytovány s maximální efektivitou pro konkrétního uživatele
Cíl 7	Forma poskytnutí služby je specifická dle skupin příjemců dle osobních charakteristik (věk, vzdělání, handicap, místo bydliště...)
Oblast	Realizace marketingu
Cíl 8	Marketing je standardním procesem
Cíl 9	Měřit účinnost marketingu