



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



OBCHODNÍ  
AKADEMIE  
PŘEROV

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

<i>Registrační číslo projektu:</i>	<b>CZ.1.07/1.5.00/34.0498</b>
<i>Název projektu:</i>	<b>OA Přerov – Peníze středním školám</b>
<i>Číslo a název oblasti podpory:</i>	<b>1.5 – Zlepšení podmínek pro vzdělávání na středních školách</b>
<i>Realizace projektu:</i>	<b>02. 07. 2012 – 01. 07. 2014</b>

<i>Autor:</i>	<b>Vladimíra Trnčáková</b>
<i>Období vytváření výukového materiálu:</i>	<b>12/2013</b>
<i>Ročník:</i>	<b>4.</b>
<i>Tematická oblast, předmět (klíčová slova):</i>	<b>Organizační struktura FIF, marketingový koordinátor</b>
<i>Způsob použití výukového materiálu ve výuce:</i>	<b>Individuální samostatná práce v hodinách prostřednictvím ICT</b>

### MARKETINGOVÝ KOORDINÁTOR

**Koordinování (Coordination)** patří mezi klíčové manažerské funkce (**funkce managementu**) a proto se týká všech oborů a aspektů organizace. Ekonomika a finance, informatika, kvalita, lidské zdroje, logistika a doprava, management organizace, marketing, služby, výroba.

**Koordinování** je podstatou práce manažerů, podobně jako ostatní manažerské funkce. Někteří autoři ji přímo jako jednu z manažerských funkcí vyjmenovávají, jiní chápou koordinování jako součást jiných funkcí (většinou jako součást organizování). Někdy se udává jako funkce průběžná - je tedy neustále vykonávaná. Potřeba koordinování totiž vychází z podstaty fungování organizací nebo sociálních skupin či sítí. Každá organizovaná skupina lidí potřebuje vzájemnou koordinaci, aby dosáhla svých cílů. A koordinace je na bedrech lídra skupiny či managementu organizace.

**Podstatou koordinování** je zajištění věcného, finančního, časového a případně prostorového souladu mezi jednotlivými cíli podniku, jeho částmi, činnostmi či jednotlivými pracovníky. Koordinování probíhá na úrovni strategického řízení prostřednictvím sdílených hodnot, nastavených pravidel, strategie (zejména poslání, vize a cílů) a v souladu s nimi, pomocí plánování, ale také na operativní úrovni dále prostřednictvím dílčích plánů, porad a přímého vedení lidí formou osobního styku.

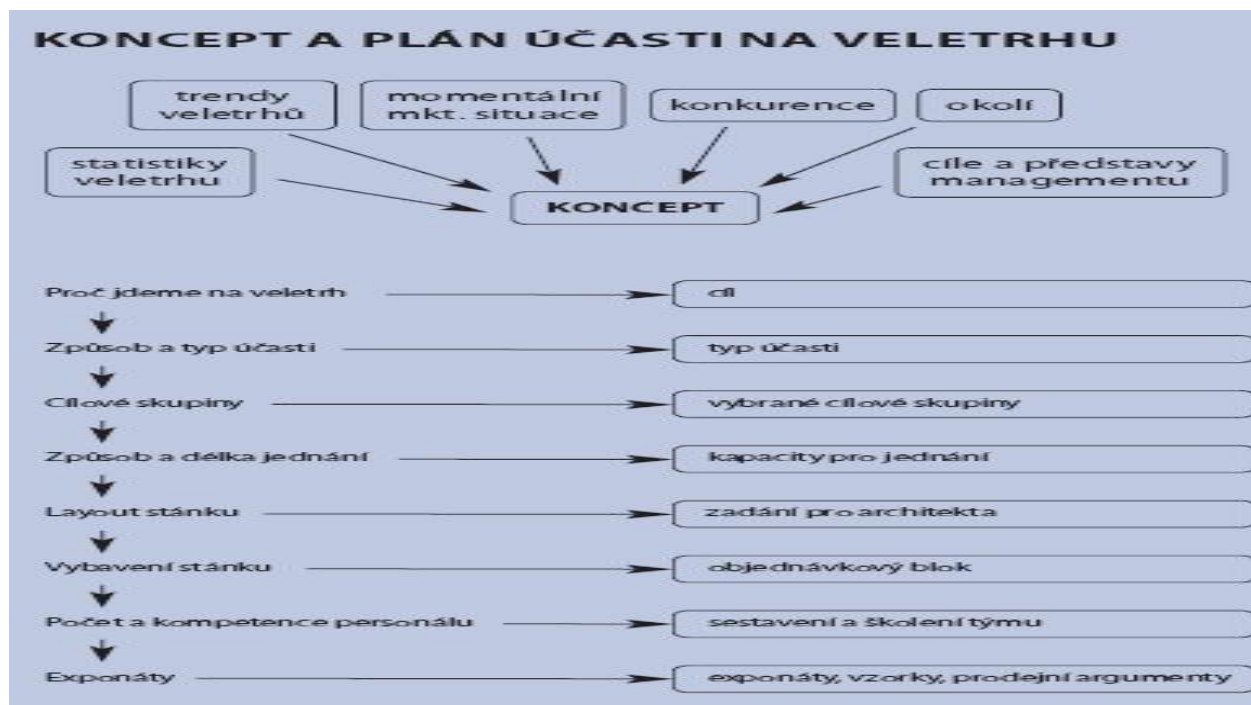
**Koordinování je součástí všech stupňů řízení a je důležité jak v běžném liniovém managementu, tak také v řízení projektů.**

### Stanovte cíle při organizaci účasti na veletrhu

Při záměru účastnit se veletrhu je potřeba si klást otázky **CO**, **KOMU** a **PROČ** prezentovat a v příštů k hledání řešení, **JAK** nejlépe tuto prezentaci připravit.

Je nutné určit cíle prezentace na veletrhu, kvantifikovat je a stanovit postup jejich měření a vyhodnocování. Jednotlivé dílčí cíle mají vést ke zvýšení, nebo alespoň k udržení objemu prodeje.

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



### Vytvořte si kontrolní seznam:

- popis veletrhu, kterého se zúčastníte: pozice na trhu, odbornost, velikost, počet vystavovatelů a návštěvníků,
- Vaše cíle účasti: kvalitativní a kvantitativní,
- exponáty: seznam a popis, ceníky, modality dodávek, atd.,
- návštěvníci minulého veletrhu: struktura, srovnání s cílovými skupinami, o něž usilujete,
- organizace na místě: plánek pavilonu, plánek stánku, směr průchodu, proud návštěvníků, konkurenční prostředí v pavilonu,
- získávání návštěvníků na veletrhu: inzerce, pozvánky, kupóny, reklamní předměty,
- doprovodný program na veletrhu,
- týmová práce: harmonogram, přestávky, pravidla, pracovní doba na stánku, oděv a jmenovky, porady, vyhodnocení,
- servis pro zákazníky: materiály, občerstvení,
- formuláře pro záznamy z jednání, vzory, vysvětlivky.

### Během veletrhu dále zjišťujte:

#### 1. výkon konkurence:

- Jaké jsou prezentované výsledky, jaký je podíl na veletrhu, vynaložené náklady na expozici a doprovodné aktivity?



evropský  
sociální  
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání  
pro konkurenceschopnost



OBCHODNÍ  
AKADEMIE  
PŘEROV

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

### 2. cílové skupiny konkurence a nástroje pro jejich oslovení:

- Na jakou cílovou skupinu se zaměřuje?
- Cílí na celý trh, na několik segmentů nebo pouze na jeden segment?
- Kdo jsou návštěvníci stánku, jaký je poměr „odlovených“ kolemjdoucích oproti cíleně pozvaným?
- Jaké jsou marketingové nástroje a jejich rozpočet.

### 3. komerční síla/slabost konkurence

- Jaký je sortiment výrobků, jejich kvalita, ceny?
- Jak zajišťují distribuci na místním trhu?
- Jaké jsou silné a slabé stránky, výhody a nevýhody konkurence?
- **Veletrh je ideální příležitostí pro poznání konkurence, vymezení se a posílení své pozice vůči konkurenci. Stejně tak je však možné špatně realizovanou veletržní účastí svou pozici na trhu poškodit.**

## Realizace – během veletrhu

- **Před zahájením**
- Zkontrolujeme kompletnost a funkčnost technického vybavení a označení expozice, umístění exponátů, vybavení provozním materiálem a materiály pro komunikaci s klienty. Provedeme kontrolu připravenosti veletržního týmu.
- **Veletržní tým**
- Stanovte harmonogram obslužnosti veletržní expozice s přihlédnutím k obvyklým „návštěvníckým vlnám“ na začátku a v prvních dnech konání akce.
- Vybavte proškolený tým jednotnými formuláři pro záznamy z jednání pro následné vyhodnocení jejich aktivit.
- Záznamy z jednání by tedy měly obsahovat minimálně tato povinná pole:  
**jméno pracovníka** (člena veletržního týmu)
  - údaje o firmě a návštěvníkovi,
  - časové údaje (příchod, odchod návštěvníka, den – datum),
  - cíl a průběh jednání,
  - přišel sám/osloven,
  - z jednání vyplývající úkol, termín splnění a zodpovědnost.

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

PŘÍKLAD ROZPISU SLUŽEB PRO VELETRŽNÍ TÝM:

Den	Tomáš	Aleš	Klára	Marian	Jiří
Pondělí	vedoucí služby	volno	služba	služba	prohlídka veletrhu
Úterý	prohlídka veletrhu	vedoucí služby	služba	služba	služba
Středa	služba	prohlídka veletrhu	vedoucí služby	volno	služba
Čtvrtek	služba	služba	prohlídka veletrhu	vedoucí služby	volno
Pátek	volno	služba	volno	prohlídka veletrhu	vedoucí služby

ÚČINEK EXPOZIC

**Orientační prostor**

V tomto prostoru se používají poutače k získání pozornosti kolemjdoucích. Jako pevné a volně stojící prvky se mohou použít věže, např. s logem společnosti.

**Demonstrační prostor**

V tomto prostoru by měly být zdůrazněny výhody produktu. Produkty představuje personál na stánku. Dochází zde k první interakci mezi pracovníkem a návštěvníkem. Návštěvníci očekávají příležitost získat stručné informace nebo vzorky.

**Konzultační prostor**

Klidné oddělené místo, které je stranou obvyklého obchodního ruchu.

Je možné zde pořádat jednání a rozhovory bez obtížného vyrušování. Ideální jsou uzavřené salony s konferenčním vybavením. V průměru stráví návštěvníci ve stánku 11,8 minut, tento čas by měl být využit produktivně.

**Logistický prostor**

Nevyužívají jej návštěvníci, má čistě funkční design. Skladovací prostory, malé kanceláře, kuchyňky, rekreační a cateringové plochy. Velikost těchto prostor závisí na velikosti stánku, malé stánky tyto prostory někdy vůbec nemají.

## INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

U velkých stánků význam **logistických prostor**

roste, neboť tyto stánky je možné srovnávat se sídlem společnosti, kde je nutné koordinovat mnoho povinností.

### **Zdroje:**

---

AUTOR NEUVEDEN. *Koordinování (Coordination)* [online]. [cit. 6.12.2013]. Dostupný na WWW: <https://managementmania.com/cs/koordinovani>

AUTOR NEUVEDEN. *Tři kroky k úspěšnému veletrhu* [online]. [cit. 6.12.2013]. Dostupný na WWW: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/tri-kroky-k-uspesnemu-veletrhu-13264.html#!>

AUTOR NEUVEDEN. *Jak uspět na veletrhu* [online]. [cit. 2.12.2013]. Dostupný na WWW: <http://www.mmspektrum.com/clanek/diskusni-forum-jak-uspjet-na-veletrhu.html>

Obrázek ze str. 2 AUTOR NEUVEDEN. *Google obrázky* [online]. [cit. 2.12.2013]. Dostupný na WWW: [http://www.businessinfo.cz/images/archiv/nezarazeno/120124\\_koncept\\_a\\_plan\\_ucasti\\_na\\_veletrhu.jpg](http://www.businessinfo.cz/images/archiv/nezarazeno/120124_koncept_a_plan_ucasti_na_veletrhu.jpg)

Obrázek ze str. 4 AUTOR NEUVEDEN. *Google obrázky* [online]. [cit. 2.12.2013]. Dostupný na WWW: [http://www.businessinfo.cz/images/archiv/nezarazeno/120128\\_rozpis\\_sluzeb\\_ucasti\\_na\\_veletrhu.jpg](http://www.businessinfo.cz/images/archiv/nezarazeno/120128_rozpis_sluzeb_ucasti_na_veletrhu.jpg)