

وبدأت كثير من المؤسسات الخدمية العالمية الاهتمام بهذا الاتجاه، شركة النقل الجوي السويسرية (Swissair) حيث أعدت برنامجاً تدريبياً لمدة 3 ثلاثة أشهر يتضمن كيفية التعامل مع المسافرين منذ لحظة الحجز في مكتب الحجز والدخول إلى المطارات ثم الصعود على متن الطائرة والجلوس والانتفاع بالخدمة المقدمة خلال مدة الرحلة إلى التوديع بابتسامه لطيفة. وبهذا الإجراء فإن شركة الطيران السويسرية استطاعت الوصول إلى فهم دقيق لتطبيق سياسة التشغيل لعاملها وبما يتلاءم وحاجات ورغبات مسافريها، قد حقق نتائج طيبة لكل من العاملين والمسافرين. إن نجاح وكفاءة أداء برنامج التسويق الداخلي يعتمد بالدرجة الأساس على عملية التعاون والتنسيق بين قسم التسويق وإدارة الموارد البشرية ويعتبران المفتاح الذي يحقق نجاح برنامج التسويق الداخلي. - فريق عمل العمل الجماعي في المنظمات التي تطبق التسويق الداخلي، إذا قام أحد العاملين بارتكاب خطأ تجاه الزبائن فإن زملاءه الآخرين يحاولون تغطية أو معالجة هذا الخطأ دون أن يلاحظه الزبون. وهذه الحالة دائمة الحدوث في على سبيل المثال عندما يخطأ موظف الحجز في المكتب الأمامي للفندق فإن موظف الاستقبال يبادر مباشرة إلى معالجة الموقف وبشكل إداري دون أن يشعر النزول في الفندق. ولذلك نلاحظ أن المنشآت التي تطبق نظام العمل الجماعي تمتلك بيئة عمل هادئة وانسيابية سريعة في أداء وتنفيذ الأعمال اليومية. ولدينا أمثلة كثيرة على فكرة العمل الجماعي المطبقة في مجالات متعددة وتبدو أكثر وضوحاً في المجال الرياضي، كما هو الحال في فريق لعبة الركبي وفريق كرة القدم والسلة، حيث يلعب جميع أعضاء الفريق كوحدة متكاملة يكمل أحدهم الآخر وأن أي خطأ يرتكبه أحد اللاعبين سوف يؤدي إلى نتائج سلبية وعليه نلاحظ إذا ما حدث خطأ ما فإن زميله يعالجه بأسرع وقت ممكن. على وفق هذا الأسلوب الجماعي يتطلب من المنشآت الخدمية أو الإنتاجية أن تعمل على تطبيقه وتنفيذه للوصول إلى نتائج أفضل.