

Projekt Smart logistik - moderní výuka logistiky, registrační číslo projektu CZ.1.07/1.5.00/34.0110
 Příjemce: Střední odborná škola logistická a střední odborné učiliště Dalovice, Hlavní 114, 362 63 Dalovice
 Autor materiálu: Ing. Dagmar Pecháčková
 Název materiálu: VY_32_INOVACE_06.08_PM_Umístění služeb
 Ročník: 3.
 Vzdělávací oblast / téma: Projektový marketing/ marketingové strategie
 Datum (období) tvorby: 4. 12. 2012
 Anotace: Materiál je určen žákům 3. ročníku - studentům projektového marketingu. Nejprve jsou krátce seznámeni s teorií umístění služeb. Zodpovídají jednotlivé otázky podle IT.

Materiál je určen k bezplatnému používání pro potřeby výuky a vzdělávání na všech typech škol a školských zařízení. Jakékoliv další používání podléhá autorskému zákonu.

Tento výukový materiál vznikl v rámci Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost.






INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Úvodní stránka

Klíčová slova

umíst'ování, služby, konkurence, nehmataitelnost, nedělitelnost

VI 12-22:25

Umíst'ování a služby

Každý podnik nebo jeho služby jsou určitým způsobem zapsány v povědomí zákazníka.

Umístění podniku v mysli zákazníka ovlivňuje jeho rozhodování o nákupu jeho zboží nebo služeb.

Rozhoduje o tom, zda zákazník dá přednost naší firmě nebo konkurenci.





XII 2-22:04

Cílem plánovitého umíst'ování je:

odlišit své služby od služeb konkurence tak, aby se žádoucím způsobem zapsaly do povědomí zákazníka.

Firma musí, aby se odlišila, volit takové vlastnosti služeb, které zákazník považuje za důležité a které mají podstatný vliv na jeho rozhodování při jejich nákupu.

Kupující mají rozdílné potřeby a požadavky, které vyžadují odlišné nabídky.

I 1-21:00

Vlastnosti produktů, které ovlivňují odlišení :**Významnost** - odlišení je významné pro dostatečně velký počet zákazníků**Zřetelnost** - odlišení od ostatních nabídek je dostatečně zřetelné**Sdělitelnost** - odlišení je snadno a jednostranně sdělitelné**Nenapodobitelnost** - odlišení je jedinečné a nelze jej snadno napodobit**Dostupnost** - cíloví zákazníci budou schopni a ochotni za odlišení zaplatit. Jakékoliv další náklady na odlišení budou vnímány jako náklady plně kompenzované hodnotou, kterou přinášejí.**Ziskovost** - odlišení přinese firmě dostatečný zisk.

I 1-21:06

Odlišné vlastnosti služeb od ostatních produktů :

- nehmataitelnost
- proměnlivost
- nedělitelnost
- pomíjivost

I 1-21:12

NEHMATATELNOST

Ve výrobě jsou produkty hmatatelné a mohou být snadno srovnávány s jinými podobnými výrobky.
Pro spotřebitele služeb je obtížné identifikovat vlastnosti služby a porovnávat je s ostatními produkty. Např. přínosy právní služby, jsou nehmataelné.

Pro zákazníka je těžké volit mezi různými firmami poskytující služby, když nemůže předem hodnotit jejich kvalitu

Podniky mohou prezentovat nehmataelný užitek hmatatelným způsobem. Např. hoteloví hosté očekávají nehmataelný užitek - čistotu. Tuto vlastnost může hotel zviditelnit zabalením hygienických pomůcek nebo speciální páskou. Host si může očekávanou vlastnost služby lépe uvědomit.

I 1-21:18

Odezva na vlastnost nehmataelnost1) nabídnout hmatatelné důkazy

Některé firmy se snaží zhmotnit své služby propagací dobré pověsti odborníka a spolehlivých výsledků. Např. prezentují dlouholeté poskytování služeb bohaté klientele a význačným osobám nebo zveřejnění diplomů a ocenění v soutěžích.

2) nabídnout rozšířenou službu

Rošířit poskytované služby o další služby. Např. ubytování o dopravu, buzení ...

Úkol č. 1:

Uveďte jednotlivé druhy služeb a vlastní odezvu na jejich nehmataelnost.

I 1-21:23

PROMĚNLIVOST

Vnímání kvality služby zákazníkem je přímo ovlivněna kvalitou výkonů zaměstnanců, kteří službu poskytují Na nich závisí celkový dojem. (Číšník, kadeřnice)

Kvalita poskytované služby kolísá, protože se výkony jednotlivých zaměstnanců liší. Také výkon určitého zaměstnance se liší v čase.

Kvalita dílčího výkonu může ovlivnit vnímání kvality poskytnuté služby jako celku. Např. potíže při placení a odjezdu z hotelu pokazí celý dojem.

I 1-21:41

Odezva na vlastnost Proměnlivost:

1) provést pečlivý výběr, výcvik a sledování zaměstnanců.
jsme ve výhodě, máme-li kvalitní zaměstnance v první linii

2) vytvářet atraktivní ucelenou nabídku souvisejících služeb.
Např. k ubytování lyžařský výcvik.

Úkol č. 2:

Uveďte jednotlivé druhy služeb a vlastní odezvu na jejich proměnlivost.

I 1-21:53

NEDĚLITELNOST

Pro služby je charakteristické, že je zákazník většinou fyzicky přítomen v celém jejím procesu.

Např. přítomnost zákazníka při stravování nebo při přepravních službách.

Výrobci výrobků kontrolují výrobky a mohou vadné předem vyřadit. Podniky služeb tuto možnost nemají.

Pokud se podnik chce maximálně přiblížit požadavkům zákazníka, aby byl spokojen, musí si pro toto nejdříve vytvořit podmínky.

I 1-22:02

Odezva na vlastnost Nedělitelnost:

1) rozšířit síť poboček a zajistit tak dostupnost poskytování služby

2) upravit provozní dobu a umožnit poskytování služeb i v jinou dobu

3) přizpůsobit služby požadavkům zákazníka: individuální přístup

4) uspokojovat více potřeb zákazníka

Úkol č. 3:

Uveďte jednotlivé druhy služeb a vlastní odezvu na jejich nedělitelnost.

I 1-22:06

POMÍJIVOST

Služby nelze skladovat .

Odezva na vlastnost Pomíjivost:

Musíme dlouhodobě zajistit co nejvyšší kvalitu poskytovaných služeb.

Nepřipustíme klesající úroveň služeb.

Poškozená pověst se těžko napravuje.

Úkol č. 4:

Uveďte jednotlivé druhy služeb a vlastní odezvu na jejich pomíjivost.

Děkuji za pozornost.



I 1-22:16

XII 5-20:35

Seznam použité literatury a pramenů:

VAŠTIKOVÁ, Miroslava MARKETING SLUŽEB efektivně a moderně. Praha: Grada, 2008, ISBN 978-80-247-2721-9

PAYNE, Adrian Marketing služeb Praha: Grada, 1996, ISBN: 80-7169-276-X

Objekty, použité k vytvoření sešitu, jsou součástí SW Smart Notebook 11 - licence SOŠ logistická a SOU Dalovice, nebo pocházejí z veřejných knihoven obrázků (public domain) nebo jsou vlastní originální tvorbou autora.

Autor:

Ing. Dagmar Pecháčková
SOŠL a SOU Dalovice
pechackova@logistickaskola.cz
prosinec 2012

Závěrečná stránka