

Маркетинг в сфере услуг получает всё большее распространение в связи с развитием самой сферы услуг, занимающей в развитых государствах уже более 50% экономики. За исключением стандартных элементов Marketing Mix (продукт, место, цена и продвижение) в сфере услуг важную роль играют такие элементы, как люди, материальные свидетельства и способ предложения услуг.

По большому счёту услуги предоставляются непосредственно людьми, при их прямом участии, что вынуждает управляющих уделять особое внимание своим кадрам. Нужно не только найти толкового работника, но и зачастую научить и наиболее важно - удержать. Специалисту по маркетингу следует выработать сценарии и нормы общения персонала с клиентами, а также следить за их выполнением. Также следует внедрить фирменный стиль в одежду служащих.

Услуги неосязаемы, но им постоянно сопутствуют вполне осязаемые, материальные свидетельства. Подобными свидетельствами вполне может служить офис или иное место оказания услуги, сувениры, предметы интерьера, внешний вид персонала. За исключением визуальных материальных свидетельств возможно использовать запахи, звуки, в принципе влиять можно на все органы чувств. Всё это в совокупности и будет развивать связь клиента с Вашей фирмой и услугой. Как Вы считаете, с чем должна ассоциироваться ваша услуга/фирма у клиента? С профессионализмом? Безопасностью? А может просто с надёжностью?

Желательно, чтобы способ предоставления услуг был не один. Большая часть услуг может быть предоставлено по телефону или "на дому" - в отсутствие личного контакта. Не следует недооценивать такие способы предложения услуг, оставьте клиентам возможность выбора, старайтесь не ограничивать их своими рамками. Расширение спектра услуг позволяет увеличить круг потенциальных клиентов, что влечет за собой ряд положительных последствий - повышение узнаваемости, увеличение выручки и т.д.

Нужно сознавать, что качество услуги трудно оценить, порой даже после её оказания. Наибольшую важность при выборе компании для большинства клиентов имеет - плата за услугу (многие люди не сомневаются, что она прямопропорциональна качеству), а также отзывы других клиентов (в наибольшей степени рекомендации знакомых). Высокий риск при выборе фирмы является причиной увеличения приверженности среди уже удовлетворенных клиентов. Маркетинг в сфере услуг занимает особое место, куда более значимое, чем в любой другой сфере экономики.

