

Características de la Mercadotecnia de Servicios

www.rrhh-web.com

Cultura del servicio

- Inicia en los altos niveles de la organización y continua en el resto del personal.
- Se centra en servir y satisfacer al cliente.
- Da autoridad al empleado para resolver los problemas de los clientes.
- Esta cultura se apoya en sistema de recompensas con base en satisfacción del cliente.

Características del servicio

- Intangibilidad
- Inseparabilidad
- Heterogeneidad
- Carácter perecedero

Intangibilidad

- Los servicios no pueden verse ni tocarse, degustarse, sentirse, oírse ni olerse antes de su adquisición.
- Para reducir incertidumbre causada por la intangibilidad, los compradores buscan una evidencia tangible que les proporcione información y confianza sobre el servicio.

Ejemplo de Características de servicio de un centro de convenciones

- Salas exclusivas para juntas,
- Servicio de café,
- Uso durante 24 horas,
- Precio que incluye el servicio completo.
- Equipo audio visual
- Internet
- Servicio teléfono

www.rrhh-web.com

Inseparabilidad

- En los servicios de hospitalidad, el proveedor del servicio como el cliente deben estar presentes para que la transacción se lleve a cabo.
- También significa que los clientes forman parte del producto (pareja, grupo)
- Los clientes y los empleados deben conocer el sistema de entrega del servicio.(forma de pago Holiday Inn)

Heterogeneidad

- La falta de consistencia en el producto es una causa importante de la insatisfacción del cliente.
- El alto grado de contacto entre el proveedor de servicios y el huésped, significa que la consistencia de los productos depende de las habilidades y el desempeño del proveedor.

Carácter perecedero

- Los servicios no pueden almacenarse.
- Para que los servicios aumenten al máximo las ganancias, deben manejar la capacidad y la demanda, y que no pueden vender el inventario no vendido.
- Ejm. Si un Hotel cuenta con 100 habitaciones no puedo reservar 140, especulando que las personas que reservaron no lleguen.

Estrategias de dirección para las empresas de servicios

- **Lograr que el producto sea tangible**
 - El material de promoción POP (Brochure)
 - La apariencia de los empleados (uniformes)
 - Algún con fotos que muestre la presentación de salas y banquetes.
 - Toallas y jabones, servilletas con nombres del Hotel
 - **Atuendo comercial**
 - McDonalds (Arcos Dorados)
 - TGF toldas y carpas rojo y blanco

Estrategias de dirección para las empresas de servicios

- **Destacar las ventajas de la no propiedad** (no son dueños del local)
- **Usos de escenarios naturales en la industria de la hospitalidad** (Jardines, plantas, placetas con faroles, paisajes)
- **Manejo de los empleados** (los departamentos de recursos humanos y de mercadotecnia deben trabajar de la mano, Capacitación)

www.rrhh-web.com

Estrategias de dirección para las empresas de servicios

- **Manejo de la consistencia**
 - Se espera el servicio sin que haya inconvenientes.
- **Manejo de la capacidad de demanda**
 - Fiestas Navidad día del la madre
- **Manejo del riesgo percibido**
 - El cliente no conoce el producto ni el servicio.

Si deseas bajar esta presentación en formato PDF o si quieres conocer más sobre el espíritu empresarial, gestión corporativa, recursos humanos y empleo, visita la página:

www.rrhh-web.com