SPECIFIKA SLUŽEB

Podniková ekonomika
Ekoinkubátor

Ing. Eva Karpissová
KPH ESF MU

Vymezení služeb

- Služba je jakákoliv činnost nebo schopnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé straně.
- Svou podstatou je nehmotná a nevytváří žádné hmotné vlastnictví.
- Poskytování služby může (ale nemusí) být spojeno s hmotným produktem.

Specifika služeb

Nehmotnost.

- vyšší riziko při nákupu služby
- Vnímaná kvalita služby se odvíjí od zákazníkova očekávání

Proměnlivost výstupu

- Služba je zpravidla poskytována různými poskytovateli a podle toho se proměňuje výstup služby a tím i spokojenost zákazníka.
- spolehlivost a konzistentnost (shodnost) služeb

Nedělitelnost - služba je vytvářena a konzumována současně.

Specifika služeb

Intenzivní kontakt se zákazníkem

- může být pozitivem i negativem

Dočasnost (pomíjivost)

- nelze je nakoupit do zásoby

Decentralizované a územně rozptýlené

Marketing služeb

Snaha o trvale vyšší jakost než u konkurence.

Zákazník by měl mít pocit, že dostal lepší službu, než očekával.

Příčiny neúspěchů při poskytování služeb:

- Rozpor mezi očekáváním spotřebitele a předpoklady managementu
- Rozpor mezi poskytovanou službou a vnější komunikací
- Rozpor mezi vnímáním služby a očekávanou jakostí služeb.

Marketing služeb

5 rozhodujících kritérií pro posuzování jakosti služeb:

- Dostupnost
- Ochota
- Důvěryhodnost
- Citlivý přístup
- Materializace služeb

Literatura

- KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha : Grada Publishing, spol.s.r.o., 2001. 720 s. ISBN 80-247-0016-6.