

Маркетинг услуг

- ▶ **Маркетинг услуг** — научная дисциплина и отрасль современного маркетинга, изучающая особенности маркетинговой деятельности организаций, бизнес которых заключается в получении выгоды от предоставления услуг.

На маркетинг услуг влияет то, что услуги обладают рядом особенностей, отличных от товара:

- **неосвязаемость** - покупатель затруднен в определении качества услуги до момента ее оказания;
- **ненакапливаемость** – услугу нельзя сохранить или складировать как товар, что объясняет высокие издержки производства услуг и расходов на маркетинг услуг

- **неотделимость от источника услуги** - процесс оказания услуги трудно отделить от покупателя, который непосредственно участвует в процессе производства и оказания услуги.

- ▶ Отсюда вытекают и особенности маркетинга услуг, поскольку с товаром невозможно ознакомиться заранее в силу перечисленных причин, и покупателю услуг остается только верить маркетинговым сообщениям производителя услуг о качестве, своевременности оказания услуги.
- ▶ **Ожидаемая услуга** – субъективное представление потребителей о качественном уровне маркетинга услуг, который будет им предоставлен.

Целями маркетинга услуг являются:

1. прибыль от услуги и ее рост;
2. удовлетворенность покупателей
3. постоянные покупатели;
4. увеличение ценности услуги;
5. улучшение качества обслуживания (удовлетворенность, заинтересованность и высокая производительность труда служащих).

Модель маркетинга услуг должна основываться на следующих принципах:

- системности подхода к выработке целей, формирования и выделения ресурсов, разработки и реализации стратегических и тактических управленческих решений осуществляемых по всем векторам развития маркетинга услуг;
- формированием мероприятий по приоритетным направлениям развития с учетом изменения внешней среды и наличия внутренних ресурсов фирмы;
- концентрации всех возможных ресурсов для достижения приоритетных задач;

- комплексности: использования экономических, организационных и социально-психологических инструментов маркетинга;
- сочетаемости или непротиворечия разработанных мероприятий, их направленности на решение задач, подчиненных общей цели;
- оптимальности, при которой разработанные и реализуемые мероприятия.

Концепция маркетинга услуг включает:

- ▶ изучение и прогнозирование рынка;
- ▶ сегментацию и выбор целевого рынка;
- ▶ анализ клиентов;
- ▶ анализ конкурентов;
- ▶ формирование пакета услуг;
- ▶ формирование ценовой политики;
- ▶ разработку эффективной системы трейд маркетинга;
- ▶ разработку плана маркетинга;
- ▶ контроль за реализацией плана маркетинга;
- ▶ коррекция плана маркетинга по результатам контроля.