

1er Parcial. Marketing de Servicios

03/Sep

1.- Define que son los servicios y la importancia del marketing de servicios

- Servicio: Actos, procesos, actuaciones y prestaciones que realiza una entidad para satisfacer la necesidad de otra.
- Importancia: Primero que nada, porque los servicios dominan la economía mundial, y es importante tener un tipo de marketing que nos ayude a comprender que necesidades tienen los consumidores y como podemos satisfacerlas.

2. Explica las características de los servicios y da un ejemplo

- Intangible: No se puede tocar ni almacenar. No podemos "guardar" un servicio para usarlo luego.
- Heterogeneo: Depende de muchas situaciones que el proveedor no puede controlar, como la manera en la que los empleados brindan el servicio, actitudes que tengan los consumidores o hasta el clima; Si llueve, puede cambiar todo.
- Simultaneo: Cuando se produce, se consume. Si tomas un tour, se esta produciendo mientras lo estas tomando.
- Perecedero: No puedes devolver o revender un servicio. Si vas a tomar un vuelo, y no lo usas, no podras regresar a ese exacto vuelo.

3.- ¿Cuáles son los factores clave que conducen a las brechas de servicio al cliente?

- Brecha 1. Escucha
 - Poca investigación sobre el mercado
 - Falta de comunicación entre clientes y directivos
 - Falta de servicio y comunicación postventa

- Brecha 2. Diseño de servicios
 - Pocos diseños de servicio
 - Falta de estándares dirigidos al cliente
 - Espacio de venta inapropiado
- Brecha 3. Servicios ofrecidos.
 - Falta de empoderamiento al cliente
 - Fallo de ajustar oferta y demanda.
 - Problemas con intermediarios
- Brecha 4. Comunicación
 - Prometer de más
 - Falta de comunicación entre empleados
 - Precio inapropiado

4.- Desde tu perspectiva, explica porque puede haber brechas muy grandes en el servicio al consumidor.

Por falta de comunicación.

Considero que todas las brechas son consecuencias de la falta de comunicación, o comunicación ineficiente tanto interna (empleados-directivos) como externa (empresa-consumidor).

El nivel de información que se maneje entre los sujetos harán que crezca o no la brecha.