

DESARROLLO Y DISEÑO DEL SERVICIO.

1. RETOS DEL DISEÑO DEL SERVICIO.

Debido a que los servicios no pueden ser tocados, examinados o probados, con frecuencia la gente recurre a las palabras en su esfuerzo por describirlos.

Lynn Shostack, un precursor en el desarrollo de conceptos de diseño para servicios , ha destacado cuatro riesgos en el intento por describir los servicios sólo con palabras.

- Simplificación excesiva.
- Incompleto.
- Subjetividad.
- Interpretación sesgada.

2. DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS.

Para el sistema de desarrollo de nuevos servicios debemos contar con cuatro características básicas:

- Ser objetivo, no subjetivo.
- Ser preciso, no inconcreto.
- Atenerse a los hechos, no a las opiniones.
- Ser metódico.

Debido a que los servicios se producen y consumen en forma simultánea y con frecuencia implican interacción entre empleados y clientes, también es fundamental que el proceso de desarrollo del nuevo servicio involucre tanto a empleados como a clientes.

Con frecuencia los empleados son el servicio o al menos desempeñan o proporcionan el servicio.

3. TIPOS DE NUEVOS SERVICIOS.

- Las grandes innovaciones.
(Nuevos servicios para mercados todavía no definidos).
- Los negocios nuevos.
(Nuevos servicios para un mercado ya existente).
- Los nuevos servicios para mercados atendidos en la actualidad.
(La competencia ya los tiene).
- Las extensiones de líneas de servicio.
(Aerolínea que ofrece nuevos destinos).
- Las mejoras en los servicios
(representan quizá el tipo más común de innovación en los servicios.)
- Los cambios de estilo.
(Cambian sólo la apariencia del servicio). Por ejemplo nuevo envase.

4. ETAPAS DEL DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS.

PLANIFICACIÓN

DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.
ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL NUEVO SERVICIO.
GENERACIÓN DE IDEAS.
TAMIZADO DE IDEAS.
DESARROLLO Y EVALUACIÓN DEL CONCEPTO.
TEST DE CONCEPTO.
ANÁLISIS DEL NEGOCIO.
TEST DE RENTABILIDAD Y VIABILIDAD.

IMPLEMENTACIÓN.

TEST DEL SERVICIO.
TEST DE MERCADO.
TEST DEL MARKETING MIX
COMERCIALIZACIÓN DEL LANZAMIENTO
EVALUACIÓN DEL POST- LANZAMIENTO (INTROD. MDO.).

PROCESO DE DESARROLLO DE UN NUEVO SERVICIO.

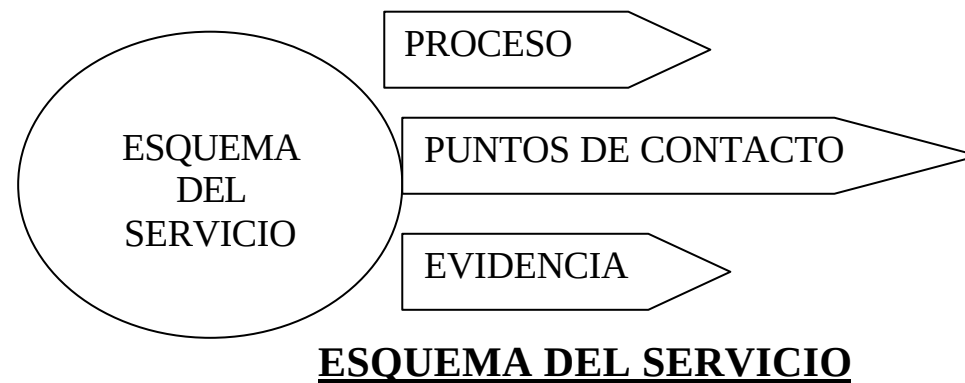
5. ESQUEMA DEL SERVICIO.

Un gran obstáculo en el desarrollo de nuevos servicios es la dificultad para describirlos en las fases del desarrollo del concepto, desarrollo del servicio y test de mercado.

El esquema del servicio es una herramienta que permite DISEÑAR y ESPECIFICAR los procesos de los servicios.

5.1 ¿QUÉ ES UN ESQUEMA DE SERVICIO?

Lo podemos definir diciendo que es “una herramienta para describir simultáneamente el proceso del servicio , los puntos de contacto de los clientes y la evidencia del servicio desde la perspectiva del cliente.



El esquema del servicio es un cuadro o mapa que retrata en forma precisa el sistema de servicio de modo que las que han de proporcionarlo, lo comprendan y traten con el de forma objetiva, sin tener en cuenta sus puntos de vista personales. Es decir muestra el servicio de forma visual.

MATRIZ SERVICIOS / MERCADOS

SERVICIOS	MERCADOS	
	<i>CLIENTES ACTUALES</i>	<i>NUEVOS CLIENTES</i>
<i>SERVICIOS EXISTENTES</i>	PENETRACIÓN	DESARROLLO DE MERCADO
<i>NUEVOS SERVICIOS</i>	DESARROLLO DE SERVICIOS	DIVERSIFICACIÓN

6. DESPLIEGUE DE LA FUNCIÓN DE CALIDAD.

El despliegue de la función de calidad se ejecuta a través de lo que se conoce como LA CASA DE LA CALIDAD.

Contiene los siguientes elementos:

- Expectativas del cliente.
- Importancia de las expectativas.
- Elementos controlables del servicio.
- Relación entre elementos.
- Asociación entre expectativas y elementos de servicio.
- La importancia total de los elementos de servicio para cubrir las expectativas del cliente.
- Clasificaciones de dificultad.
- Evaluación de competitividad.

7. INNOVACIONES DEL SERVICIO DE DESEMPEÑO ELEVADO.

7.1 ESCOJA LOS PROYECTOS CORRECTOS.

Seleccionar los proyectos correctos y hacerlos bien.

La administración de la cartera de nuevos productos, la manejan de manera similar a su cartera de inversiones.

7.2 INTEGRE NUEVOS SERVICIOS

Son procesos que por lo general se prestan en parte por personas, consumidores y producidos en forma simultánea.

- 1) decidir qué proyectos continuar, a veces el efecto destructivo sobre los sistemas existentes es demasiado grande para justificar la inversión.

2) Saber cómo proceder durante la implantación, qué elementos de procesos existentes, personas e instalaciones físicas precisarán ser ajustados, agregados o cambiados.

7.3 CONSIDERE MÚLTIPLES MEDIDAS DEL ÉXITO.

- El desempeño financiero.
- La mejora de la relación.
- Desarrollo de mercado.

7.4 APRENDA DE LOS GRANDES ÉXITOS.

- Sinergia de mercado.
- Proceso de nuevo servicio dirigido por el mercado
- Comunicaciones efectivas de marketing.
- Servicio al cliente.

- Sinergia administrativa y financiera.
- Preparación para el lanzamiento.
- Responsabilidad del producto.
- Ventaja del producto.
- Tecnología innovadora.

7.5 MANTENGA CIERTA FLEXIBILIDAD.

El éxito de los nuevos servicios depende de:

- Procesos de nuevos servicios orientados por el mercado y enfocados a los clientes.
- Énfasis en la planeación y la ejecución del lanzamiento.
- Integración de servicios dentro de procesos existentes.
- Fuertes comunicaciones de marketing internas y externas.