

## INTRODUCCIÓN

### 1.-¿QUÉ SON LOS SERVICIOS?

LOS SERVICIOS SON ACCIONES, PROCESOS Y REALIZACIONES.

#### 1.1 DIFERENCIA ENTRE SERVICIOS Y SERVICIO AL CLIENTE.

• *LOS SERVICIOS* COMPRENEN UNA EXTENSA GAMA DE INDUSTRIAS:

1- TRANSPORTES Y SERVICIOS.

2- COMERCIO MAYORISTA.

3- COMERCIO DETALLISTA.

4- SERVICIOS FINANCIEROS, DE SERVICIOS Y BIENES RAICES.

5- SERVICIOS DIVERSOS:

- HOTELES Y ALOJAMIENTO.
- SERVICIOS PERSONALES.
- SERVICIOS EMPRESARIALES.
- OCIO.
- SALUD.
- SERVICIOS EDUCATIVOS.
- SERVICIOS SOCIALES SERVICIOS DOMÉSTICOS PRIVADOS.

6- GOBIERNO NACIONAL.

7- GOBIERNOS AUTONÓMICOS Y LOCALES.

- EL *SERVICIO AL CLIENTE* ES EL SERVICIO QUE SE PROPORCIONA PARA APOYAR LA UTILIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS DE LAS EMPRESAS.

### 1.2 GRADOS DE TANGIBILIDAD.

DOMINANTE TANGIBLE: SAL

DOMINANTE INTANGIBLE: ENSEÑANZA

### 1.3 TENDENCIAS EN EL SECTOR SERVICIOS.

PORCENTAJE DE LA FUERZA LABORAL DEL SECTOR SERVICIOS (1996): 71%

PORCENTAJE DEL P.I.B. DEL SECTOR SERVICIOS (1996):76%

## **2. IMPORTANCIA DEL MARKETING DE SERVICIOS.**

2.1 ECONOMÍA BASADA EN LOS SERVICIOS,

2.2 EL SERVICIO COMO FACTOR INDISPENSABLE EN LA INDUSTRIA Y EN LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.

2.3 NECESIDADES DERIVADAS DE LA DESREGULARIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS Y LOS SERVICIOS PROFESIONALES.

2.4 EL DESARROLLO TECNOLÓGICO ENGENDRA LA NECESIDAD DE NUEVOS  
CONCEPTOS DE SERVICIO,

2.5 EL MARKETING DE SERVICIOS ES DIFERENTE.

### **3.- MARKETING DE SERVICIOS VERSUS MARKETING DE PRODUCTOS.**

3.1 INTANGIBILIDAD.

3.2 HETEROGENEIDAD.

3.3 PRODUCCIÓN Y CONSUMO SIMULTÁNEOS.

3.4 PERECEDEROS.

3.5 PREGUNTAS Y DESAFÍOS PARA LOS PROFESIONALES DEL MARKETING DE SERVICIOS.

### **4.- RETOS DE LA DIRECCIÓN Y EL MARKETING DE SERVICIOS.**

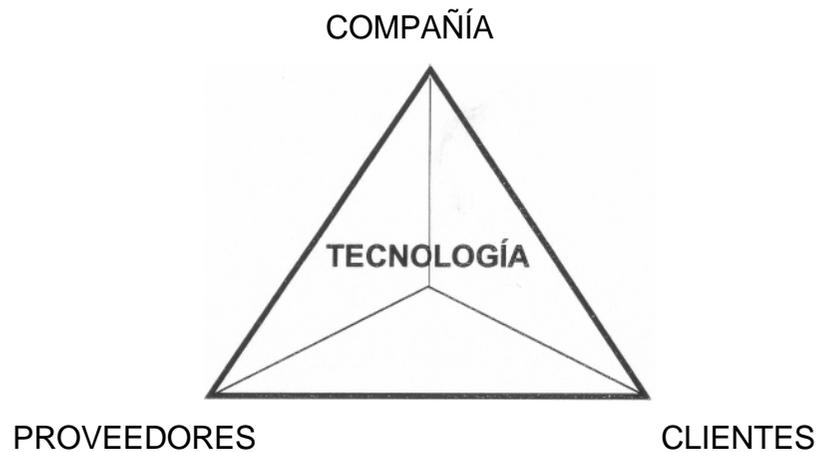
TRIÁNGULO DEL MARKETING DE SERVICIOS.

MIX DEL MARKETING DE SERVICIOS.

## 5.- TRIÁNGULO DEL MARKETING DE SERVICIOS.



### 5.1 EQUIDISTANCIA DE LOS LADOS DEL TRIÁNGULO.



## 5.2 TECNOLOGÍA Y EL TRIÁNGULO DEL MARKETING DE SERVICIOS.

### **6.- MEZCLA DEL MARKETING DE SERVICIOS.**

#### 6.1 MEZCLA DE MARKETING TRADICIONAL.

LAS 4 "P"

#### 6.2 AMPLIACIÓN DE LA MEZCLA EN EL CASO DE LOS SERVICIOS.

PERSONAS.

PHISICAL EVIDENCE (EVIDENCIA FÍSICA), PROCESO.

### **7.- MODELO DE LAS BRECHAS SOBRE LA CALIDAD EN EL SERVICIO.**

BRECHA 1.- NO SABE LO QUE EL CLIENTE ESPERA.

BRECHA 2.- NO SELECCIONAR EL DISEÑO NI LOS ESTÁNDARES DEL SERVICIO CORRECTOS.

BRECHA 3,- NO ENTREGA EL SERVICIO CON LOS ESTÁNDARES DE SERVICIO.

BRECHA 4.- NO IGUALAR EL DESEMPEÑO CON LAS PRMESAS.