

“En tjänst är något som man kan köpa
och sälja, men inte tappa på tårna”

- Evert Gummesson, författare

En tjänst är **unik** utifrån följande variabler,

- ▶ Inte påtaglig [fysisk]
Den är icke-konkret och den kan inte ses, kännas, smakas, höras eller luktas på innan du köper den. Du kan inte se resultatet i förväg.
- ▶ Heterogen
Den är varierande och kvaliteten beror på vem som utför tjänsten när, var och hur.
- ▶ Går inte att lagra
Den är försvinnande, d v s den går inte att spara och säljas vidare.
- ▶ Oskiljbar från de som utför den
Den kan inte separeras från den som utför tjänsten. Den köps och presteras direkt.

De flesta produkter som lanseras idag innehåller en kombination av båda, d v s en varudel och en tjänstedel. Det finns 5 olika kategorier av mix mellan vara och tjänst,

- ▶ 100% konkreta varor
- ▶ Vara med tillhörande tjänst
- ▶ Hybrid [50-50%]
- ▶ Tjänst med tillhörande produkt
- ▶ 100% tjänst

Du kan inte ta på en tjänst eftersom,

- ▶ En tjänst består av aktiviteter och processer
- ▶ Svårt att skapa förväntningar
- ▶ Svårt skapa en uppfattning om kvalitet
- ▶ Kunden äger inte tjänsten efter köpet

Din tjänst är heterogen eftersom,

- ▶ Den är svår att standardisera
- ▶ Val av utbildning och belöning är viktig för jämn kvalitet
- ▶ Kräver utvärdering för att få en uppfattning om tjänstens kvalitet
- ▶ Teknik kan i vissa fall generera jämnare kvalitet

Din tjänst går inte att lagra eftersom,

- ▶ Du kan inte ta fram tjänsten och titta på den senare
- ▶ Det går inte att sälja tjänsten vidare
- ▶ Det finns en variation i konsumtion av tjänster

Din tjänst går inte att särskilja från den som utfört den eftersom,

- ▶ Den konsumeras när den produceras
- ▶ Det krävs en leverantör av tjänsten
- ▶ Utbildning och belöning är en viktig ingrediens

Marknadsföringsmix för tjänster

- ▶ *Produkt [tjänst & varumärke]*
Eftersom kunden inte kan se produkten i förväg upplevs en större risk.
Kundens positiva upplevelse om varumärket blir viktigare.
- ▶ *Pris*
Priset kan indikera kvalitet och kan användas för att förhandla utifrån
Priskänsligt i olika segment
- ▶ *Plats*
Kunden kan inte själv flytta platsen för leverans
Det finns inget transport eller lagring av tjänsten
- ▶ *Påverkan*
Goda kundrelationer och referensmarknadsföring är viktig
Svårt att kommunicera kvalitet, service och omtanke

Som tjänsteföretag ska du utveckla,

- ▶ Dina kundrelationer
- ▶ Tjänsternas upplevda kvalitet
- ▶ Balansen mellan kvalitet och produktivitet

Din tjänsts upplevda kvalitet påverkas av,

- ▶ Kundens förväntade kvalitet när tjänsten startas
 - Dålig/bra leverans
 - Dålig/bra kvalitet
 - Otillräcklig/korrekt information
- ▶ Kundens upplevda kvalitet när tjänsten konsumerats

Ett tjänsteföretag utvecklas via företagets kundrelationer.
Goda kundrelationer genererar högre vinst.

När dina kunder är glada finns goda förutsättningar för,

- Nöjda anställda
- Ökad försäljning
- Minskade kontaktkostnaden/kund
- Ökat livstidsvärde/kund
- Gott rykte

Det billigaste sättet att marknadsföra ett tjänsteföretag är via referensmarknadsföring, d v s marknadsföring via goda kundrelationer.

- Leverera en kvalitativ tjänst
- Fråga kunden om han/hon är nöjd
- När kunden är nöjd ber du om 3-5 kontakter som kan ha nytta av din tjänst
- Fråga om du får använda han/hon som referens
- Kontakta företagen och referera till din nöjda kund
- Boka in säljmöte
- Få till ett avslut
- Leverera en kvalitativ tjänst

Olika metoder för att skapa goda kundrelationer

Bonding [att skapa starka band mellan er]

- Finansiella band
Lämnade rabatter, stämpelkort, kuponger och liknande
- Sociala band
Umgänge, långvarig relation anpassade tjänster
- Strukturella band
En produkt som bara kan underhållas av ett visst företag

Service Recovery [att rädda en mindre lyckad situation]

- Personalen
.. reder ut misstag och ersätter kunden
- System
.. där du loggar alla problem och lösningar
- Utbildning
.. vad en god kundrelation innebär och dess möjligheter