

# Compreendendo os Processos de Serviços

# Susan Munro: Um Dia na Vida de Uma Consumidora de Serviços

- Previsão do tempo na TV
- Carta no correio
- Percurso de ônibus
- Educação
- Serviço de alimentação
- Banco 24 horas
- Telefone
- Cabeleireira
- Lavagem a seco
- Entrega de correio
- Serviço de eletricidade
- Entrega de pizza

# Classificação no Marketing de Serviços:

(A abordagem baseada nos bens aplicada aos serviços)

- Conveniência, compra e especialidade do produto
- Benefícios duráveis versus não-duráveis
- Serviços para o consumidor versus de empresa para empresa

# Modos Preferidos de Classificar os Serviços

- Tangibilidade X intangibilidade dos processos de serviço
- Quem ou o quê é o destinatário direto do processo de serviço
- Clientes
- Posses pertencentes aos clientes
- Tempo e lugar da entrega de serviço
- Personalização ou padronização
- Natureza da relação com os clientes
- Medida na qual a oferta e a demanda estão em equilíbrio
- Instalações, equipamento e pessoas como partes do serviço



# Quatro Tipos de Processos de Serviço

## **DIRIGIDO ÀS PESSOAS**

### **ATOS TANGÍVEIS**

#### *Processar Pessoas*

por ex., empresas aéreas,  
hotéis, restaurantes,  
cabeleireiros, academias  
de ginástica

### **ATOS INTANGÍVEIS**

#### *Processar Estímulos Mentais*

por ex., propaganda,  
artes e entretenimento,  
transmissões de rádio e  
televisão/cabo, telefone

## **DIRIGIDO ÀS POSSES**

#### *Processar Posses*

por ex., transportes de  
cargas, reparos,  
limpeza, paisagismo,  
varejos, coleta de lixo

#### *Processar Informações*

por ex., contabilidade,  
finanças, seguros,  
jurídicos,  
pesquisa



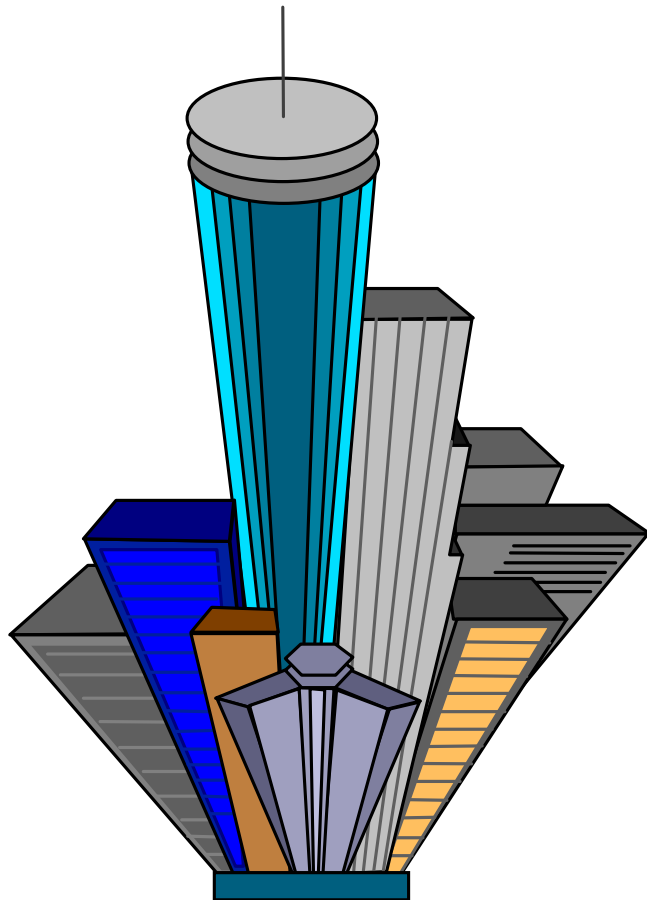
## Benefícios recebidos através da entrega de serviços

- Previsão do tempo: o cliente melhor informado
- Transporte: o cliente (ou carta, ou pizza) levado de um lugar a outro
- Serviço de alimentação: o cliente satisfaz a fome sem cozinhar
- Finanças: banco 24 horas - o cliente tem mais dinheiro vivo
- Cabeleireiro: o cabelo é limpo, bem arrumado, mais elegante
- Lavagem a seco: roupas mais limpas, passadas, melhor aparência

# Implicações dos Diferentes Processos de Serviço:

## (2) Projetando a Fábrica de Serviço

Os serviços que processam pessoas exigem que os clientes visitem a "fábrica de serviços", por isso:



- Pense nas instalações como um "palco" ou "panorama de serviço"
- Projete o processo em torno do cliente
- Escolha o local apropriado
- Crie aparência agradável, evite ruídos e cheiros indesejáveis
- Considere as necessidades do cliente - informação, estacionamento, alimento, banheiros, etc.

Para serviços que processam posses, estímulos mentais ou informação, as alternativas incluem:

1. Clientes vêm à fábrica de serviços
2. Clientes vêm ao escritório de varejo
3. Funcionários do serviço visitam a casa ou o trabalho do cliente
4. Empresa é administrada numa base toda impessoal
  - Canais físicos (por ex., correio, serviço de mensagens)
  - Canais eletrônicos (por ex. telefone, fax, e-mail, site da Internet)

# Implicações dos Diferentes Processos de Serviço: (4) Equilibrando Oferta e Demanda



Quando a capacidade de servir é limitada e a demanda varia muito, os problemas aumentam porque os produtos do serviço não podem ser armazenados:

1. Se a demanda for grande e exceder a oferta, podem-se perder negócios
2. Se a demanda for pequena, a capacidade produtiva é perdida

## Soluções potenciais:

- **Administrar a demanda**
- **Administrar a capacidade**

# Implicações dos Diferentes Processos de Serviço: (5) Tirando o Máximo da Informática

Todos os serviços podem tirar proveito DELA, mas os serviços que processam estímulos mentais e informações têm muito a ganhar:



- Entrega a distância de serviços baseados em informação "a qualquer hora, em qualquer lugar"
- Novos aspectos do serviço através de sites da Web, e-mail e Internet (por ex., informação, reservas)
- Mais oportunidades para auto-serviço
- Novos serviços podem ser oferecidos