

Posicionando e Projetando os Serviços

AMPLITUDE DAS OFERTAS DE SERVIÇO

		Estreita	Ampla
NÚMEROS DE MERCADOS ATENDIDOS	Muitos	Foco no Serviço Por ex., Capital Prestige Travel	Sem Foco (Tudo para todos)
	Poucos	Foco Pleno (Foco no serviço e no mercado) Por ex., Aspen Travel	Foco no Mercado Por. ex. Travelfest

“Tecnografia”: Segmentando os Clientes em Relação ao Uso de Tecnologia

	CARREIRA	FAMÍLIA	ENTRETENIMENTO
OTIMISTAS	Apressados em Avançar	Cultivadores da Nova Era	Ratos da Rede
	Tecno-esforçados	Esperançosos Digitais	Catadores de Bugigangas
PESSIMISTAS	Apertadores de Mãos	Tradicionalistas	Drogados na Mídia
	Cidadãos à parte: Não se interessam por tecnologia.		

Mais Afluentes
 Menos Afluentes

Fonte: Forrester Research

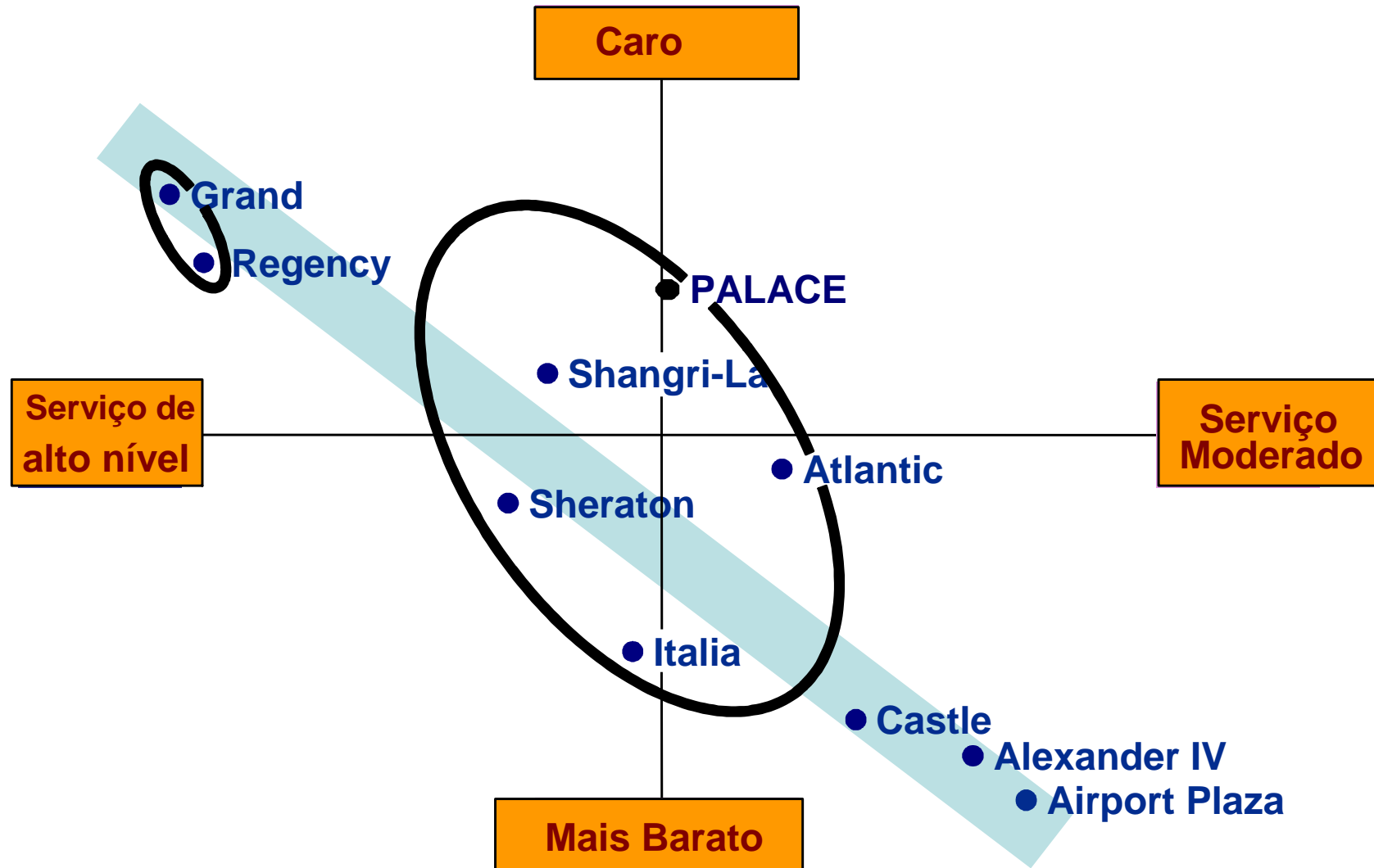
Definindo uma Estratégia de Serviço

- Determinar os atributos mais importantes para atender e superar as expectativas dos clientes
- Determinar os atributos importantes do serviço nos quais os concorrentes são mais vulneráveis
- Determinar as capacidades existentes / potenciais de nossa empresa
- Avaliar nossas forças e fraquezas, reputação, valores
- Desenvolver estratégia de serviços que:
 - dirija-se às necessidades dos clientes
 - explore as fraquezas dos competidores
 - ajuste-se às nossas capacidades e potencial

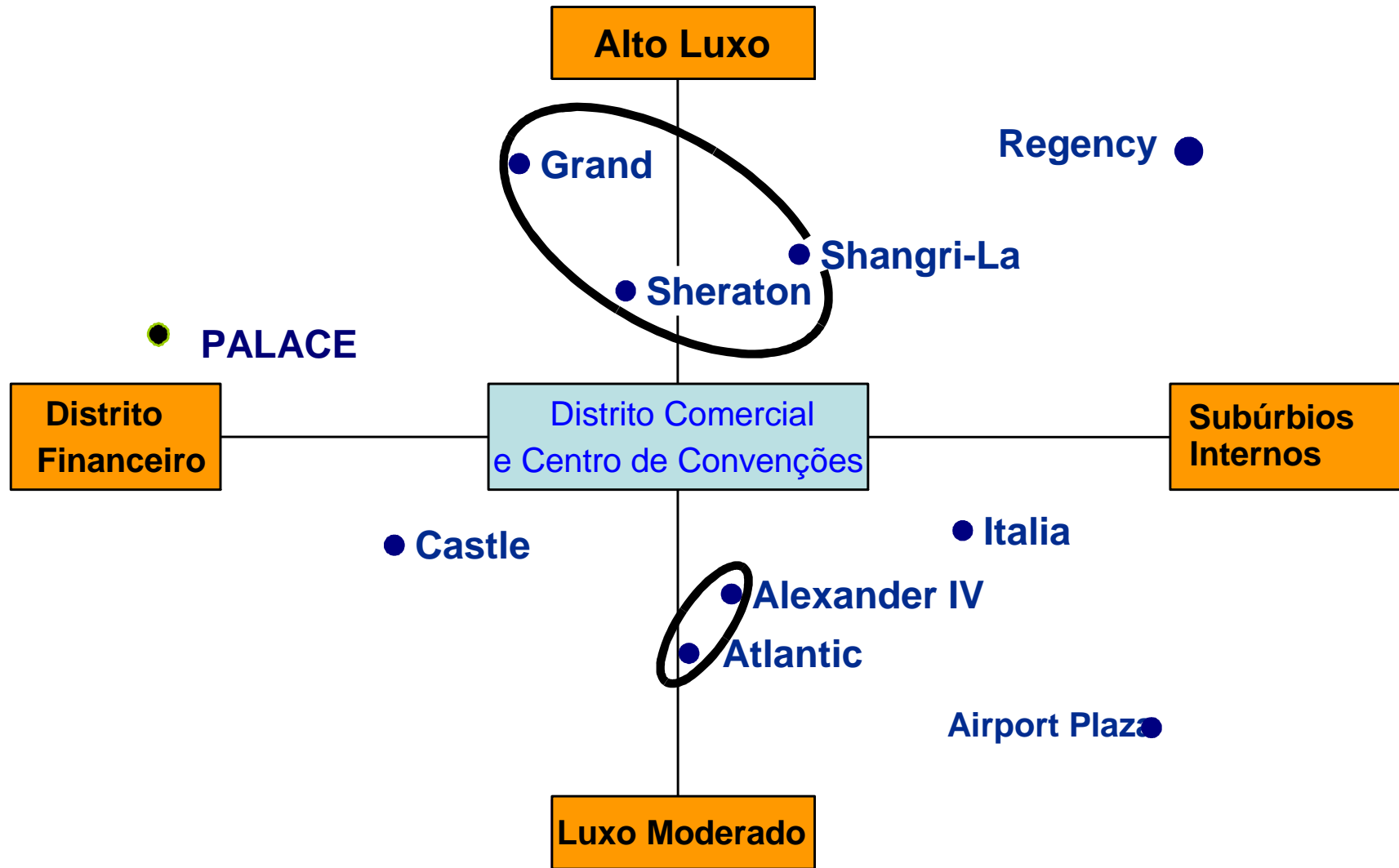


- Define e compreende as relações entre produtos e mercados
- Identifica as oportunidades de mercado
 - introduz novos produtos
 - substitui produtos existentes
 - elimina produtos não funcionais
- Tomar outras decisões para o composto de marketing, responder a passos competitivos
 - distribuição /entrega de serviço
 - preço
 - comunicação

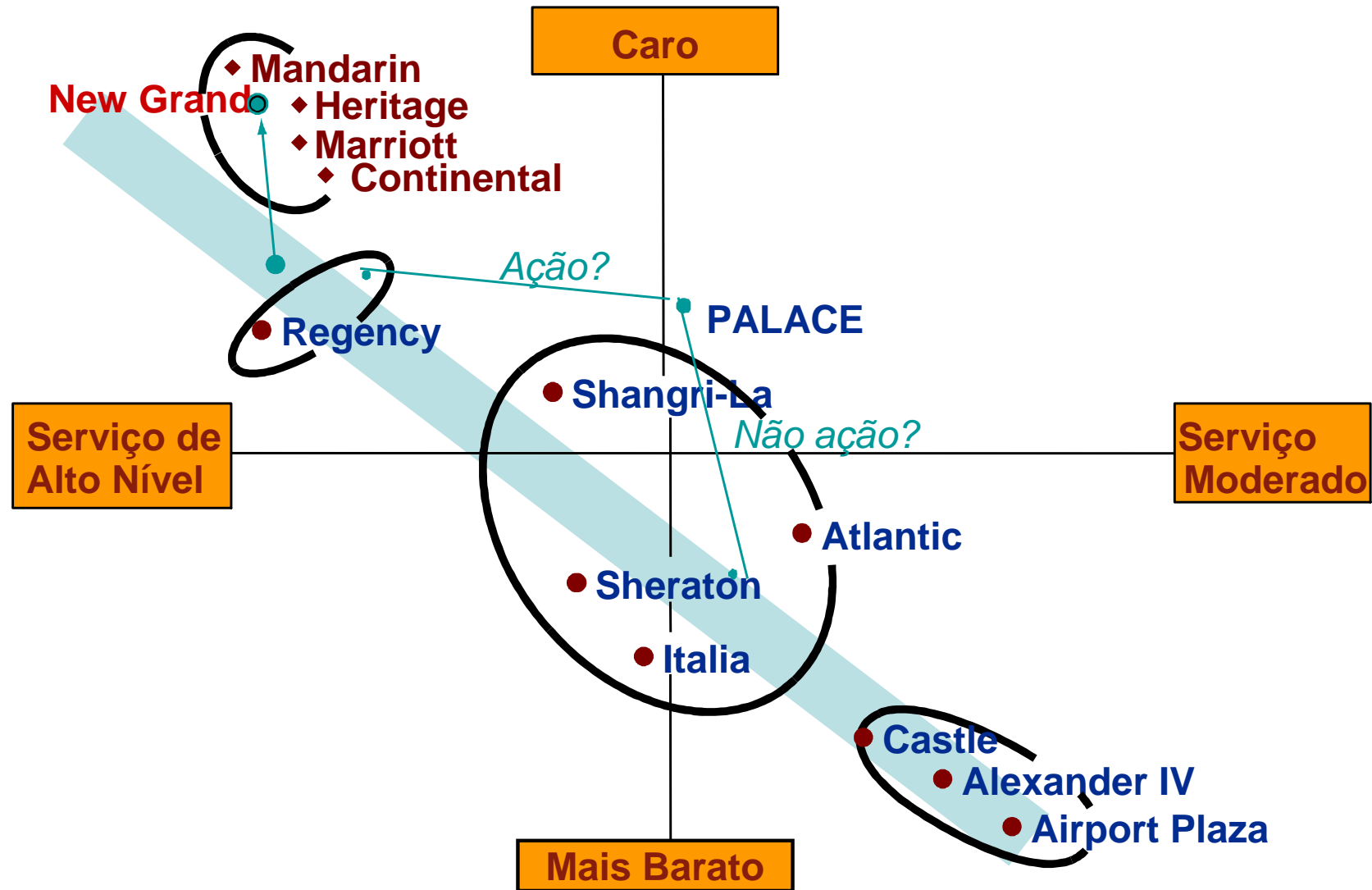
Posicionamento de Hotéis em Belleville: Preço versus Nível de Serviço



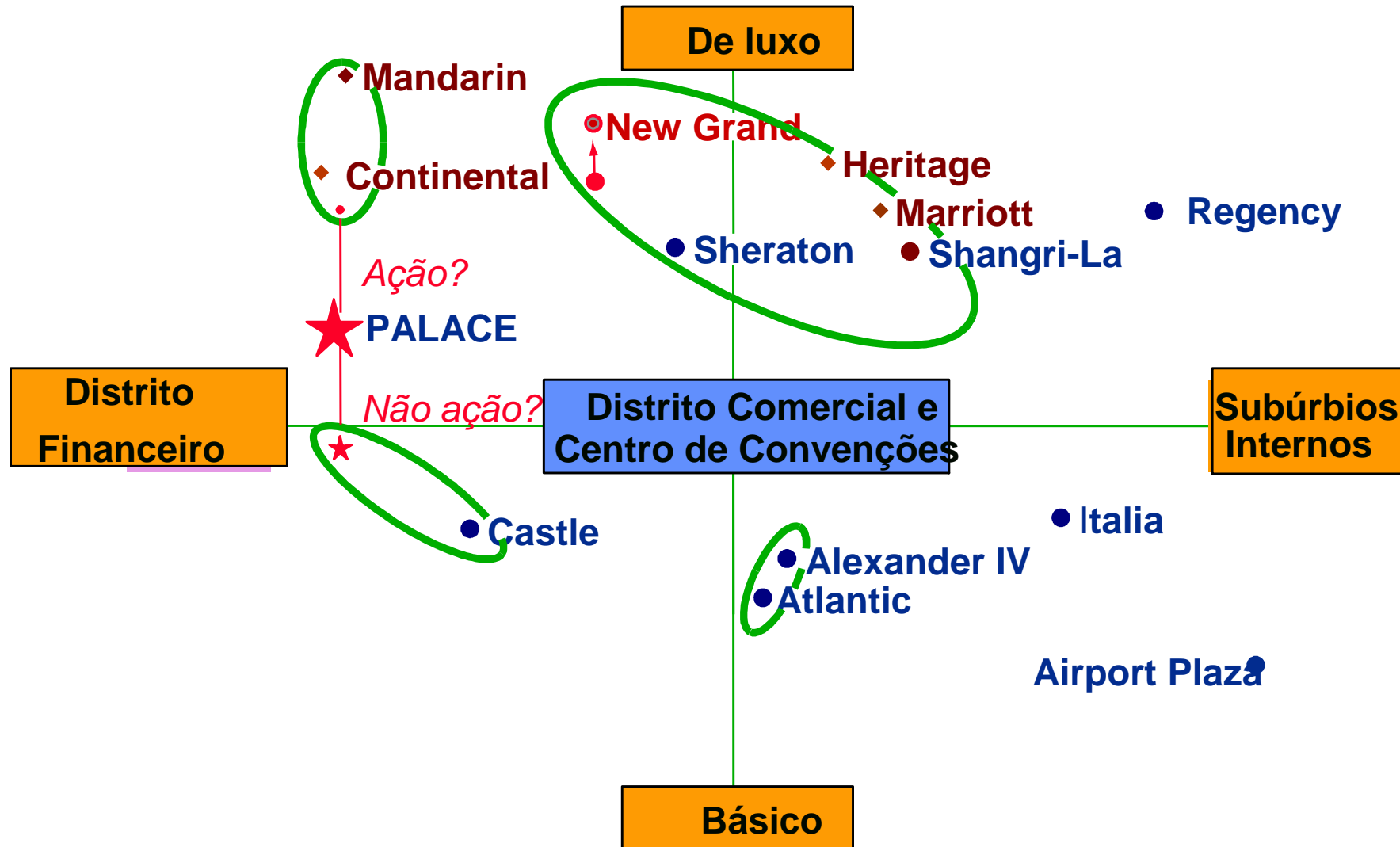
Posicionamento de Hotéis em Belleville: Localização versus Luxo das Instalações

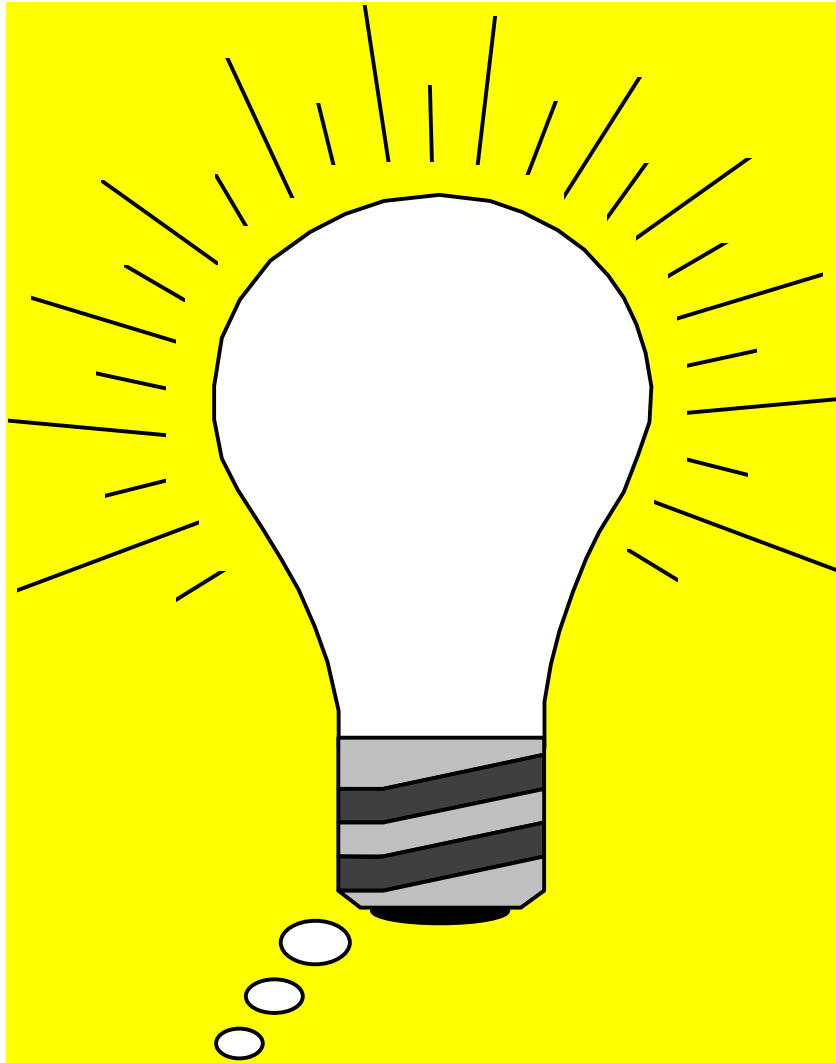


Posicionamento Após a Construção de um Novo Hotel: Serviço versus Preço



Posicionamento após a Construção de um Novo Hotel: Localização versus Luxo das Instalações





- Inovações importantes
- Negócios iniciais
- Produtos novos para um mercado correntemente atendido
- Extensões de linha de produto
- Melhorias de Produto
- Mudanças de Estilo