

Projetando os Sistemas de Entrega dos Serviços

Disponibilidade de Pontos de Serviço

Natureza da Interação Entre o Cliente e a Empresa	Estabelecimento único	Estabelecimentos múltiplos
Cliente vai à empresa	Teatro Barbearia	Serviço de Ônibus Cadeia de fast food
Empresa vai ao cliente	Pintura de Casa Lavagem móvel de autos	Entrega de Correio Serviço de Automóvel Clube
Transações impessoais	Companhia de Cartão de crédito Estação de TV Local	Rede de Teledifusão Companhia Telefônica

Evidência Física do Cenário de Serviços

- Impressões criadas nos 5 sentidos pelo ambiente físico da entrega
- Inclui estilo, aparência
 - arquitetura exterior e interior
 - móveis, decoração, cor
 - uniformes dos empregados
 - iluminação, música, perfumes
- Influencia o comportamento do comprador:
 - atrai atenção
 - comunica mensagem
 - cria ou aumenta o interesse

"24/7" - Fatores que Estimulam a Extensão do Horário de Operação

- Pressão Econômica dos consumidores
- Mudanças na legislação
- Incentivos econômicos a melhoria na utilização dos bens
- Disponibilidade de funcionários para trabalhar à noite, e em fins de semana
- Auto-serviço automatizado

- Ordenação dos passos da entrega de serviços
- Extensão da delegação aos intermediários
- Natureza do contato entre clientes e fornecedores
- Natureza do processo
 - clientes atendidos em grupos
 - clientes atendidos individualmente
 - auto-serviço
- Protocolo para distribuição de capacidade limitada
 - reservas
 - filas
- Imagens e atmosfera



A Tecnologia Revoluciona a Entrega do Serviço: Alguns Exemplos

- Páginas da Internet, Redes Internas
- Telefones inteligentes
- Faixa de alta frequência para telecomunicação
- Sistemas especialistas
- Terminais inteligentes
- Programas de reconhecimento de voz
- Quiosques automatizados de auto-atendimento (i.e., Caixas Automáticas)
- “Carteiras eletrônicas” com dinheiro eletrônico em cartões inteligentes

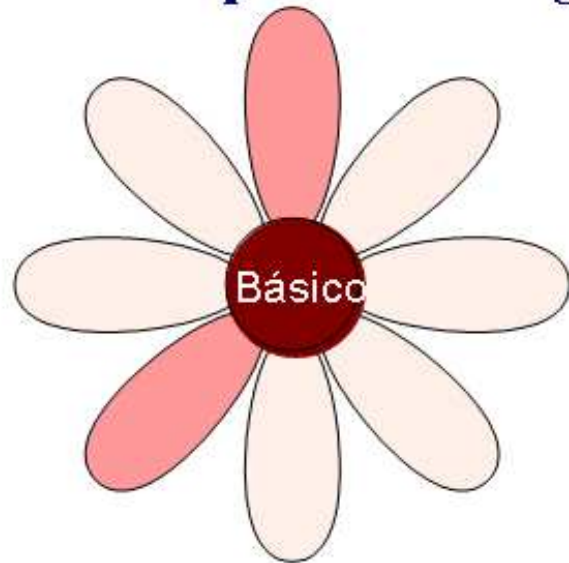
FMU Lugar de Mercado versus Espaço de Mercado

<p>Lugar de Mercado - clientes e fornecedores encontram-se em um ambiente físico</p>	<ul style="list-style-type: none">• Requerido por serviços que processam pessoas• Oferece experiência de interação física e social
<p>Espaço de Mercado - clientes e fornecedores fazem negócios eletronicamente num ambiente virtual criado por conexões telefônicas e de Internet</p>	<ul style="list-style-type: none">• Ideal para serviços baseados em informação• Economiza tempo• Facilita a coleta de informação sobre clientes• Pode utilizar o serviço de logística expressa para entregar os produtos básicos



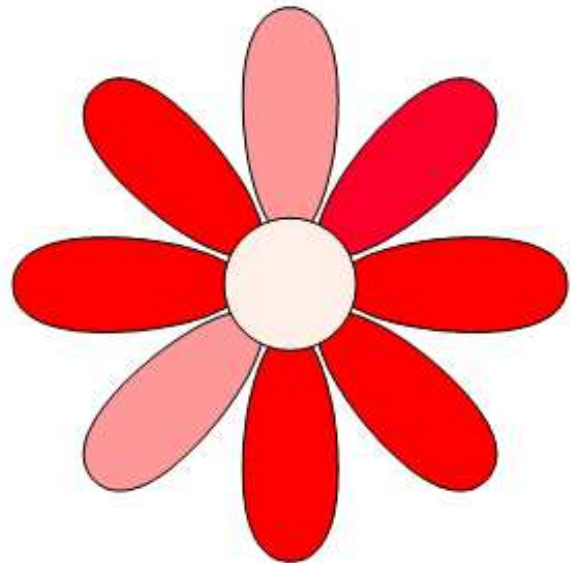
Divisão de Responsabilidades para os Elementos Suplementares ao Serviço

**Conforme
criado pela
empresa de origem**



+

**Conforme
ampliado
pelo distribuidor**



=

**Conforme
experimentado
pelo cliente**

