



بازاریابی خدمات و روش های آن

تیم تحریریه اقیانوس آبی

برای موفقیت هر چه بیشتر کسب و کار، اهمیت بازاریابی و مارکتینگ بر هیچ مدیری پوشیده نیست. یکی از انواع مهم بازاریابی، بازاریابی خدمات است. هر فرد در طول زندگی خود از خدمات مختلفی استفاده می کند. این خدمات به نحوی با زندگی ما عجین شده است که حتی ما آن ها را دیگر حس نمی کنیم. بازاریابی خدمات نیز برای هر کسب و کاری که خدماتی را ارائه می دهد بسیار مهم می باشد که پیچیدگی های خاصی را به همراه دارد. حال کسب و کارهایی که خدماتی را ارائه می دهند، سهم زیادی در به وجود آوردن ارزش افزوده برای مخاطبین خود را دارا هستند. در این مقاله به بررسی بازاریابی خدمات و اصول آن می پردازیم. برای دانلود بازاریابی خدمات pdf ایمیل و شماره خود را در باکس مربوطه وارد کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

بازاریابی خدمات چیست؟

بازاریابی خدمات مبتنی است بر رابطه‌ها و ارزش ارائه شده است، یعنی کسب و کار به مشتریان خود چیزی را ارائه می‌دهد که در واقع بیشتر یک ارزش است تا یک جسم فیزیکی. بازاریابی خدمات شامل بازاریابی کسب و کارهای b2b و b2c می‌شود، یعنی آن دسته از کسب و کارهایی که به جای ارائه کالا، خدماتی را ارائه می‌دهند. امروزه با محبوب شدن خدمات در اقتصاد جهانی، مسئله بازاریابی خدمات تبدیل به موضوعی پر اهمیت شده است.

اهمیت بازاریابی خدمات

امروزه در کشورهای پیشرفته بازاریابی خدمات و خدمات ارزش افزوده به نحوی اهمیت پیدا کرده که نسبت به فعالیت‌های دیگر مانند کشاورزی و تولید به آن بیشتر پرداخته می‌شود. امروزه در اقتصادهای توسعه یافته، کسب و کارهایی که خدماتی را ارائه می‌دهند اشتغال را تحت سلطه خود دارند.

انواع خدمات

برای آن که بتوانیم بیشتر با بازاریابی خدمات آشنا شویم باید ابتدا انواع خدمات را بشناسیم. اگر خدمات را بخواهیم به شکل کلی بررسی کنیم به ۲ نوع خدمات اصلی و خدمات تکمیلی تقسیم می‌شوند. خدمات اصلی خدماتی هستند که حول محور معامله قرار می‌گیرند مانند نظافت منزل و خدمات تکمیلی خدماتی هستند که به شکل جانبی و در کنار محصول اصلی عرضه می‌برند، در واقع ارائه این گونه

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

خدمات باعث می شود تا ارزش محصول بالاتر برود، مانند تحویل درب منزل
فروشگاه ها.

اما اگر بخواهیم خدمات را به صورت جزئی تر بررسی کنیم به ۴ دسته تقسیم می
شوند. در ادامه به بررسی و شرح انواع مختلف خدمات به صورت جزئی تر می
پردازیم.

ارائه خدمات به عنوان محصول

این شرکت ها همان شرکت هایی هستند که محصولات غیر محسوس را به عنوان
محصولات خود ارائه می کنند. برای مثال شرکت های طراحی سایت، طراحی لوگو و...

شرکت های خدماتی

این بخش در واقع شامل آن دسته از شرکت هایی می شود که به آن ها اصطلاحا
شرکت های خدماتی گفته می شود و محصول اصلی آن ها ارائه یک خدمت است،
مثل شستشوی فرش.

خدمات پس از فروش

یکی از مهم ترین انواع خدمات، خدمات پس از فروش است، یعنی همان سرویسی
است که به مشتریان برای پشتیبانی از محصول به فروش رفته ارائه می شود.
معمولا برای ارائه این گونه خدمات از مشتریان پولی دریافت نمی شود. برای مثال
خدمات پس از فروش دستگاه های صنعتی

خدمات مشتق شده

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



در یکی از مقالات معتبر که در رابطه با بازاریابی خدمات بود عنوان شد که ارزش یک کالای فیزیکی در واقع به خدمتی است که ارائه می‌کند نه به خود آن کالا. برای مثال ارزشی که یک دستگاه چاپ دارد به کیفیت آن است نه به کالایی که چاپ می‌کند.

تکنیک‌هایی برای انجام بازاریابی خدمات

استفاده از بازاریابی خدمات هر روزه در حال گسترش و افزایش است به همین دلیل است که هر روزه به تعداد شرکت‌هایی که خدماتی را ارائه می‌دهند در حال افزوده شدن است. به همین دلیل است که بحث بازاریابی خدمات برای این‌گونه شرکت‌ها بسیار مهم است در این قسمت به برخی از تکنیک‌های بازاریابی خدمات می‌پردازیم:

۱. آگاهی کامل از خدمت ارائه شده

کسانی که کار بازاریابی خدمات را انجام می‌دهند باید درباره خدماتی که ارائه می‌دهند آگاهی کامل داشته باشند. زمانی که شما در حال ارائه اطلاعات خود به مشتریان و یا سرمایه‌گذاران باشید متوجه می‌شوید که آگاهی کامل از محصول به چه اندازه می‌تواند مهم باشد. همچنین به هنگام بازاریابی خدمات اگر بتوانید ارزش ادراک شده خدمت را از طریق ارائه اطلاعات کامل و جامع بالا ببرید، اعتماد مشتری خود را بهتر می‌توانید جلب کنید.

۲. ارائه خدمات به شکل محسوس

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اکیانوس آبی](#) سر بزنید.

يکي از راه هايي که مي توانيد بازاریابی خدمات را به شکلی صحیح و موفق انجام دهید این است که خدمات خود را به شکلی محسوس به مشتریان توضیح دهید. یکی از راه های ملموس کردن خدمات برای مشتریان این است که از شواهد و مستندات استفاده کنید. به وسیله این مستندات مشتریان شما به شکل راحت تری می توانند به بازاریابی خدمات شما اعتماد کنند و راحت تر تصمیم بگیرند.

۳. شناخت نیاز مشتری

در بازاریابی خدمات شما ابتدا باید نیازها و مشکلات مشتریان و مخاطبین را شناسایی کنید و سپس به شکلی موثر و مفید به آن ها توضیح دهید خدماتی که شما ارائه می کنید تا چه حد می تواند برای آنها مفید باشد.

۴. تجربه مشتری

همانطور که گفته شد ارائه خدمات به شکل نامحسوس و غیر قابل لمس هستند؛ به همین دلیل بازاریابی خدمات نیز کاری سخت و دشوار است. محصولات را مشتری می تواند با لمس و یا امتحان قسمت کوچکی از آن به کیفیت آن پی ببرد، اما برای خدمات این موضوع ممکن نیست. شما برای بازاریابی خدمات باید به فکر راهی باشید تا بتوانید آن را برای مشتریان خود ملموس کنید. یکی از راه های انجام این کار، استفاده از نظر مشتریان فعلی شما است.

تعاریف در حوزه بازاریابی خدمات

خدمات چیست؟

خدمات را این گونه تعریف می کنند: فعالیتی اقتصادی که از طرف یک کسب و کار به بخش های دیگر ارائه می شود.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.



هر مشتری انتظار دارد تا در ازای پول و زمانی که می پردازد به خدماتی مانند دسترسی به محصول، نیروی کار، آموزش و... دسترسی پیدا کند. اما در این حوزه مشتریان مالکیت یک کالای فیزیکی را در دست نمی گیرند.

تعریف دیگر خدمات این است: یک فعالیت نامحسوس و لمس نشدنی است که فرد یا کسب و کاری برای فرد یا افراد دیگری ارائه می کند. ارائه خدمات هم می تواند وابسته به کالای فیزیکی باشد هم می تواند این گونه نباشد، برای مثال فروش بلیط هواپیما، اجاره خانه، اجاره اتاق در هتل و...

تفاوت میان کالا و خدمات

همانطور که بالاتر نیز به آن اشاره کردیم خدمات در واقع عمل یا انجام کاری برای شخص، شرکت و یا چیزی است. این گونه محصول به شکلی نامحسوس و غیر قابل لمس است یعنی یک کالای فیزیکی نیست، اما یک محصول جسمی فیزیکی است و هم قابل لمس است هم می توان آن را به عینه مشاهده کرد.