

Formação



N.º 10

GESTÃO OFICINAL BY CAR ACADEMY



Marketing de serviços

Muitas das vezes associada apenas à publicidade, a vertente de marketing assume um papel preponderante naquela que é a definição estratégica e de posicionamento de uma organização. É importante que o gestor conheça e domine aqueles que são conhecidos como os “8 P’s” do Marketing de Serviço:

PRODUTO (Product) - Produtos e serviços têm a mesma finalidade, ou seja, satisfazem um desejo ou necessidade dos consumidores, gerando satisfação e valor. No caso da prestação dos serviços, o produto é considerado um componente intangível, pela que a sua percepção de qualidade pelo cliente pode nem sempre ser entendida.

PREÇO (Price) - Em serviços existe uma incidência maior de custos fixos do que de custos variáveis. Grande parte dos serviços possui custos invisíveis para o cliente. A grande diferença está no que chamamos de poder de comparação, onde um produto pode ser facilmente comparado a outro, enquanto que um serviço precisa ser analisado com maior detalhe.

DISTRIBUIÇÃO (Place) - A distribuição de serviços implica, quase sempre, a distribuição de custos fixos. Distribuir serviços requer a disponibilidade dos mesmos no momento em que o cliente precisa, visto que eles não são stockáveis, e por isso exigem um planeamento mais apurado.

PROMOÇÃO (Promotion) - As comunicações em serviços costumam ser pessoais e interativas, com o alto predomínio da indicação, do boca-a-boca e da venda pes-

soal. Mesmo nos casos de comunicação de massa, tem-se uma forte presença de pessoas e é por isso que se diz que a comunicação tem o papel de “tangibilizar” os serviços.

PESSOAS (People) - Quando falamos em pessoas, referimo-nos a todos aqueles envolvidos, direta ou indiretamente, na prestação do serviço em si. No caso dos serviços, diferentemente dos produtos, a mão-de-obra é a matéria-prima para a produção dos serviços, portanto, a preocupação com as pessoas envolvidas é de fundamental importância.

PROCESSOS (Process) - Este item é muito importante, e representa todos os fluxos de trabalho, procedimentos e metodologias utilizadas na prestação de um serviço. O gestor precisa entender os seus processos e otimizá-los para garantir o sucesso da prestação do serviço e, conseqüentemente, a fidelização do cliente.

PRODUTIVIDADE (Productivity) - A produtividade e a qualidade são fatores de sucesso em qualquer empresa. Por isso, é necessário ter atenção especial a estes aspetos no marketing de serviços. É preciso assegurar a produtividade dos colaboradores e manter a qualidade na prestação do serviço, desde o seu planeamento até ao momento da entrega ao cliente.

PERFIL (Physical Evidence) - Trata-se do local onde o serviço é prestado. São as evidências físicas da prestação do serviço, tais como: layout da oficina, atendimento, cartões de visita, equipamentos, instalações etc. É preciso pensar onde e como os serviços são prestados e como isto pode ser maximizado para que a experiência de consumo do cliente possa ser a melhor possível. ●