

Специфика маркетинга в сфере услуг

Аснович Н. Г.

Белорусский национальный технический университет

7 ключевых особенностей рынка услуг:

1. Трудности с оценкой качества услуги до совершения покупки
2. Непрозрачная структура себестоимости услуги
3. Более высокая неопределенность в уровне сервиса
4. Более низкий уровень знания компании
5. Сложности с определением итоговой стоимости до совершения

покупки

6. Непостоянная структура спроса
7. Высокая доля постоянных затрат

Потребителю сложно оценить качество услуги перед покупкой, и компаниям сложно доказать и показать потребителю качество своих услуг. При покупке товара потребитель видит визуальную составляющую продукта. При покупке услуги потребитель имеет лишь понимание о характеристиках услуги, и совершает покупку «вслепую».

Большинство компаний имеют трудности с определением затрат услуг, так как большую долю в себестоимости услуги составляют нематериальные расходы. Сложно определить и отправную точку для расчетов цены – что принимать за 1 единицу потребления.

Низкая осведомленность о качестве обслуживания мешает клиенту сформировать правильное представление о стоимости услуги. Обычному потребителю очень сложно сравнить услуги между собой, а компании сложно донести все дополнительные преимущества.

Низкая осведомленность о компаниях, предоставляющих услуги вызвана следующими факторами: не постоянная потребность в услугах не позволяет осуществлять постоянный контакт с клиентом; быстрая изменчивость рынка услуг; сложность продвижения части услуг.

В некоторых отраслях, итоговая стоимость услуги может быть определена только после ее завершения, что создает неопределенность перед потребителем, повышает риск совершения неправильного выбора, снижает воспринимаемую ценность услуги.

Спрос на услуги обычно непостоянен и носит сезонный характер, что создает для компании низко-прибыльные периоды.

Основное, что продают производители услуг – нематериальные блага и активы, и значительная часть себестоимости 1 единицы услуги составляют постоянные расходы.