

Разработка новых услуг

Категории новых услуг

- *Крупные нововведения в сфере услуг*
- *Крупные нововведения в процессах*
- *Расширение ассортимента продуктов.*
- *Расширение ассортимента процессов*
- *Нововведения дополнительных услуг*
- *Усовершенствованные услуги*
- *Изменение стиля.*

Причины разработки новых услуг

- Финансовые
- Действия конкурентов
- Необходимость сбалансирования спроса и предложения
- Технологические изменения

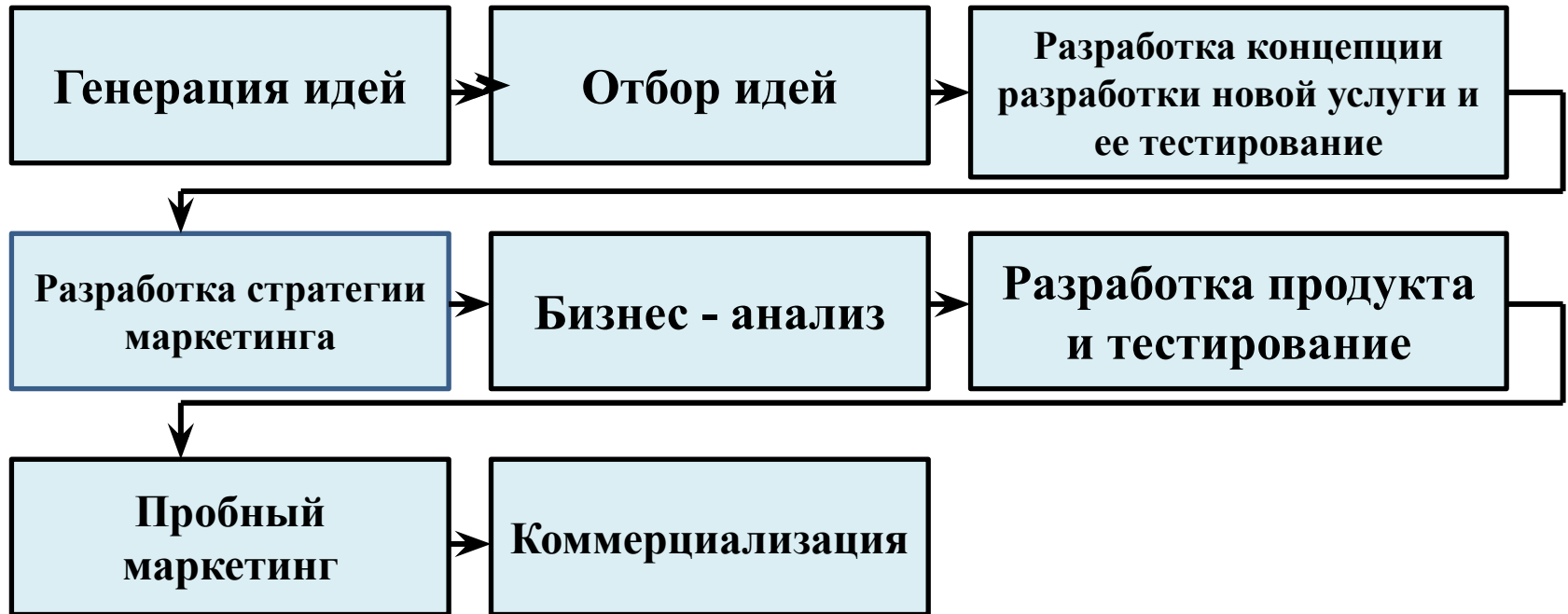
Различия в подходах к разработке товаров и услуг

Товар	Услуга
Наличие исходных ресурсов	
Изготовление товара всегда требует определенного количества ресурсов, таких, как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила, электроэнергия, оборудование и т.д.	Сырье, материалы, полуфабрикаты не всегда обязательны для оказания услуг
Результат разработки	
Результат конструкторской деятельности – это набор стандартов и технических условий. Соответствие техническим условиям и стандартам очень важно; отклонения, превышающие допуски, приведут к изготовлению бракованных изделий	Результата разработки услуг – это ее концепция. Стандарты тоже могут быть разработаны, но их мало, а отступления от них не всегда делают услугу «бракованной»

Различия в подходах к разработке товаров и услуг

Товар	Услуга
Возможность демонстрации результатов разработки	
Концепция товара может быть наглядно продемонстрирована документально, а опытный образец можно изучить, оценить, протестировать.	Из-за неосвязаемости услуги ее концепцию сложно продемонстрировать. Услугу можно протестировать при контрольном опыте, но каждый раз ее исполнение может быть разным, так как в процесс вовлекаются различные потребители и производители услуг
Уровень стандартизации	
Когда разработка закончена и началось производство продукта, все товары идентичны друг другу	Когда разработка закончена и услуга предлагается потребителю, не бывает двух абсолютно одинаковых выполнений услуги и опыт каждого потребителя уникален
Возможность изменения	
Изменение товара является дорогостоящим процессом. Когда разработка товара закончена и зафиксирована, ее нелегко изменить	Возможна модификация и адаптация в процессе оказания услуги, более того – иногда это даже необходимо для удовлетворения разнообразных потребностей потребителей. К тому же изменение дизайна услуги не влечет за собой столько затрат, как при изменении проектирования товара

Этапы разработки новых услуг



Нормативная модель разработки новых услуг

<i>Цели маркетинга</i> <i>маркетинга</i>	1. Формулирование целей и стратегии новых услуг.	<i>Анализ окружения</i>
<i>Внутренние источники</i>	2. Генерация идей. 3. Демонстрация идей.	<i>Внешние источники</i>
<i>Контактный персонал</i>	4. Разработка концепции. 5. Тестирование концепции.	<i>Клиенты, пользователи</i>
<i>Разработка бюджета</i>	6. Бизнес –анализ. 7. Разрешение на проект.	<i>Рынок</i>
<i>Производственный персонал</i>	8. Разработка и тестирование услуг.	<i>Пользователи</i>
<i>Производственный персонал</i>	9. Разработка и тестирование процессов и систем. 10. Разработка и тестирование маркетинга и программ. 11. Подготовка персонала.	<i>Пользователи</i>
<i>Весь персонал</i>	12. Тестирование услуг. 13. Рыночное тестирование. 14. Полномасштабный запуск. 15. После запуска	<i>Пользователи</i>

Результаты опроса 253 компаний (Майкл Боверс)

Этапы разработки услуг	
Разработка и тестирование услуг	2,48
Разработка деловой стратегии	3,79
Бизнес-анализ	3,88
Рыночное тестирование	2,33

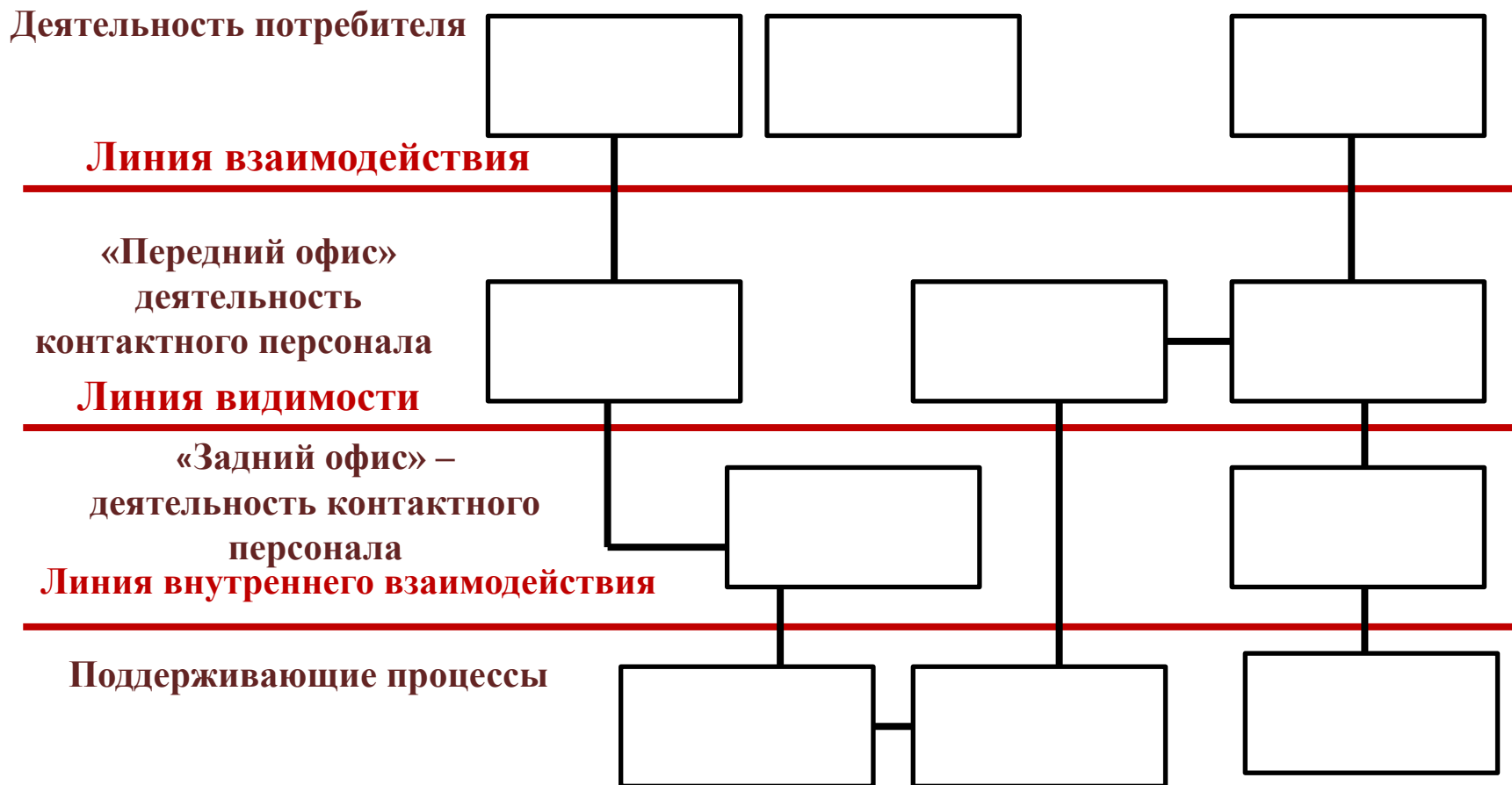
Методы проектирования процессов:

- *Метод потребительского сценария*
- *Метод точек соприкосновения*
- *Метод диаграммного проектирования*
- *(реинжиниринг)*

Метод диаграммного проектирования

Диаграмма процесса - это визуальное представление всего процесса производства услуги, одновременно отображающее процесс обслуживания, роли потребителей и обслуживающего персонала и материальные свидетельства услуги

Диаграмма процесса обслуживания



Высокая

Сложность

Низкая

Высокая

**Консультационные
Медицинские**

**Предприятия сферы
развлечений**

Отклонение

Низкая

**Услуги связи
Услуги гостиниц**

**Рестораны быстрого
обслуживания**