

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

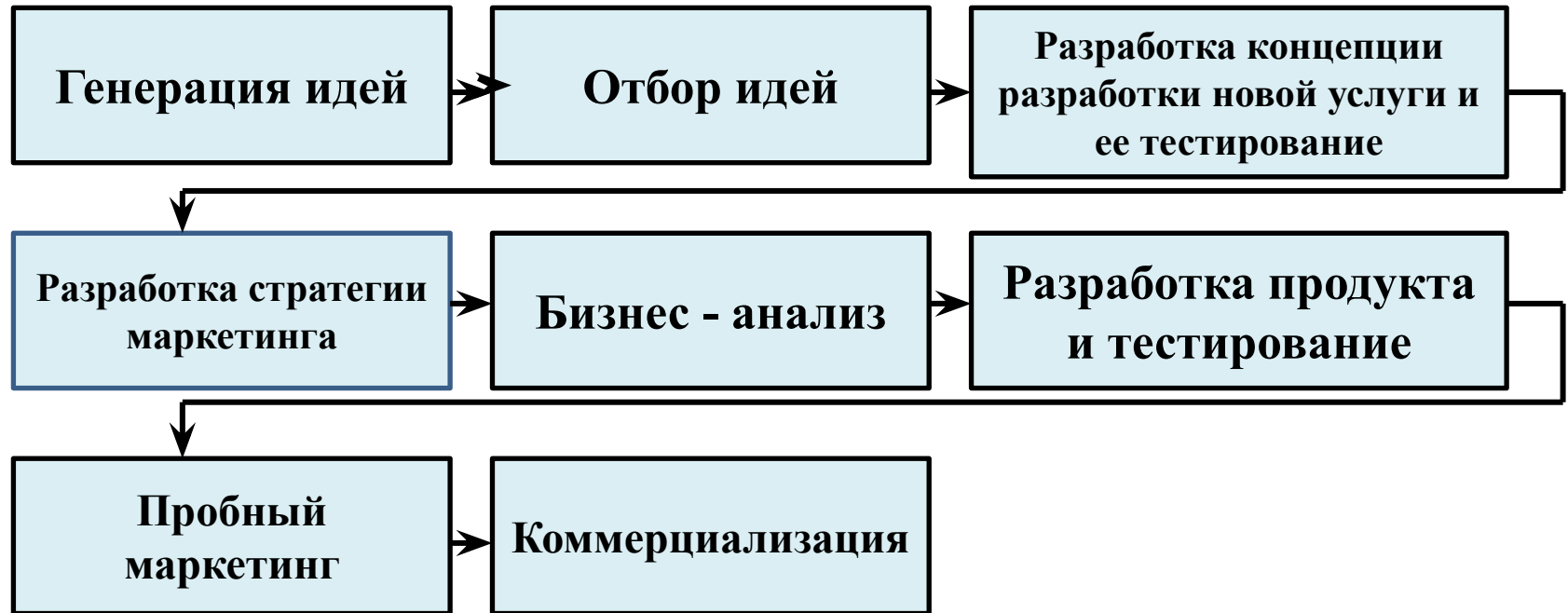
Различия в подходах к разработке товаров и услуг

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

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

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

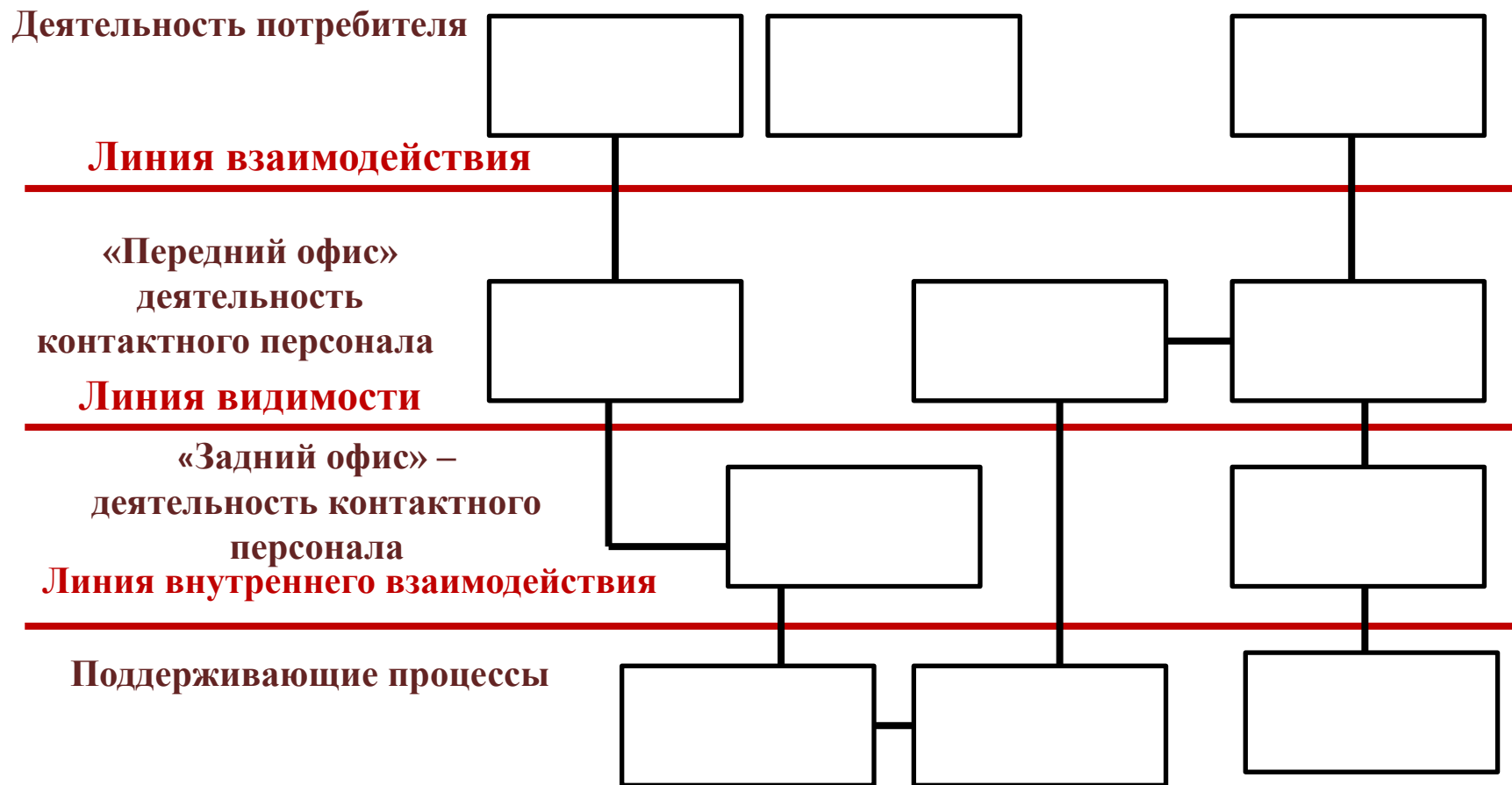
Методы проектирования процессов:

- *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**