

SODRŽINA

VOVED	2
1. ISTORISKI POGLED ZA USLUGITE	4
2. DEFINIRANJE NA USLUGITE	6
3. PROIZVODITE NA USLUGITE NASPROTI POTROŠUVAČKITE USLUGI I POSTPRODAŽNITE USLUGI ...	8
4. USLUGITE NAMETNUVAAT RAZLIČNI MARKETING PREDIZVICI	9
4.1. Povećeto uslužni proizvodi ne možat da bidat skladirani	9
4.2. Nezavisnite elementi obično dominiraat pri sozdavanjeto na vrednosta	9
4.3. Uslugite se često teški za vizueliziranje i razbiranje..	10
4.4. Potrošivačite može da bidat involvirani vo koprodukcijata	12
4.5. Luđeto možat da bidat del od uslužnite iskustva	13
4.6. Operacionite inputi i autputi težneat da variraat mnogu poširoko	13
4.7. Vremenskiot faktor e od golemo značenje	14
4.8. Distribucijata može da se izveduva i preku određeni nefizički kanali	14
ZAKLUČOK	15
LITERATURA.....	17

VOVED

Servisnata industrija se naođa vo permanentni promeni koi vo poslednite dekadi dobivaat dramatičen karakter. Raznitate uslužni dejnosi, od smetkovodstvoto do aviosobračajot, se soočuvaaat so promeni na pazarot koi silno go determiniraat nivnoto delovno odnesuvanje.

Pritoa jasno e deka promenite vo okružuvanjeto, neminovno vlijaat i vrz promenite na korisnicite na uslugite, nezavisno na koj pazaren segment mu pripađaat.

Servisnata industrija vo mnogu nešto se razlikuva od proizvodstvoto i bara poseben priod pri planiranjeto i implementiranjeto na marketing strategijite.

So ova ne se misli deka marketingot na uslugite e tolku različen od marketingot na proizvodite.

Uslugata e aktivnost ili korist koja edna strana može da ja ponudi na druga, a koja e suštinski nematerijalna i ne rezultira so promenata na sopstvenosta na bilo što. Sèpak uslugite imaat svoi specifikiki, poradi koi rakovodenjeto so marketingot na uslugite e specifičen. Kako faktor na relativnata zastapenost na marketingot na uslugite vo odnos na marketingot na proizvodite se zema i širokiot aspekt na diverzifitet na uslugite, koj bara nivno podlaboko poznavanje za da može da se kreiraat specifični marketing politiki. Marketingot na uslugite na prv pogled e sličan so marketingot na proizvodite.

So godini istraživačite i analitičarite koriste eden ili poveće kriteriumi za da gi karakteriziraat uslugite. Tie otkrija različni karakteristiki koi se zaednički za povećeto uslugu. Se smeta deka uslugite se razlikuvaaat od proizvodite po slednite četiri karakteristiki: nematerijalnost; nerazdelnost; kratkotrajnost; promenlivost. Najmnogu uslugu se nematerijalni. Ova karakteristika najlesno može da se razbere ako se misli na materijalnata priroda na proizvodite. Proizvodot e fizički predmet, može da se dopira, da se počuvstvuvaa, ponekogaš da se pomirisa, i ako e prehramben proizvod može i da se proba. Uslugite ne se fizički predmeti. Tie možat da koristat fizički predmeti ili da bidat opfateni vo fizički predmeti, no samite po sebe ne se fizički predmeti.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com