

Mestrado em Ciências Empresariais

Marketing



LISBON
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Clara de Almeida

Agenda

Os Serviços como Produto em Marketing

Exercício prático

O que é um Serviço?

Um Serviço

é uma forma de produto que consiste em actividades, benefícios, ou satisfações oferecidas no mercado, que são essencialmente intangíveis e que não resultam numa posse tangível.

Exemplos:

- Banca
- Hoteis
- Hospitais
- Consultórios médicos
- Laboratórios de análises
- Agências de viagens
- Ginásios
- Transportes
- Serviços de Reparação e Manutenção

Bens e Serviços

Bem Tangível Puro

Bem Tangível com acompanhamento de Serviços

Oferta Híbrida

Serviço com acompanhamento mínimo de Bens

Serviço Puro

Batata

Automóvel com Contrato de Manutenção

Restauração Comércio

Viagem aérea com refeição incluída

Seguro

Embora se distinga entre bens e serviços

A maioria dos produtos

é uma combinação entre ambos.

Serviços

Podem ser:

- **Públicos**
- **Privados**
- **Fornecidos por uma máquina**
- **Fornecidos por pessoas**
- **Uma combinação de ambas.**

Serviços

Podem ser dirigidos:

- **Directamente ao cliente**

Ex: Cabeleireiro, restauração

- **À propriedade do cliente**

Ex: Segurança, veterinário

Serviços

Características:

- **Intangibilidade**
- **Inseparabilidade**
- **Heterogeneidade**
- **Perecibilidade**

Intangibilidade

Provoca:

- **Incerteza na compra**
- **Não podem ser testados**
- **É impossível tomar contacto sensorial com eles antes de consumi-los.**

Intangibilidade

Implicações de marketing:

- **É necessário fornecer ao cliente sinais de qualidade**
- **Ex: local, pessoas, equipamento, símbolos, comunicação, preços, etc**

Intangibilidade



Intangibilidade



ANTECIPE-SE E RESERVE JÁ O SEU
Cruzeiro 2017

ATÉ 30 DE NOVEMBRO

ATÉ **250€** OFERTA*

DEPÓSITO **60€** POR PASSAGEIRO

ATÉ **70%** DE POUANÇA

PREÇO PROTEGIDO

BEBIDAS GRÁTIS

CRIANÇAS GRÁTIS

CRÉDITO A BORDO

Reservas com +60 dias de antecedência a data de saída. *Oferta até 250€ para serviços adicionais. Consultar condições.



TEMPORADA DE CONCERTOS
Copelbo do Poço Ducal de Vila Viçosa
2012

Fundação da Casa de Bragança



web summit LISBON

Portugal is excited to host Web Summit and is preparing a warm welcome. Follow and participate in the side events that acep Portugal Global and Web Summit are organizing. prepare companies, startups and entrepreneurs for the big event.

Visit official website >

Upcoming events v

Inseparabilidade

São consumidos e produzidos em simultâneo:

- **O cliente intervém directamente na elaboração do Serviço**

Produção de um Bem

Máquinas

Pessoas

Matéria prima



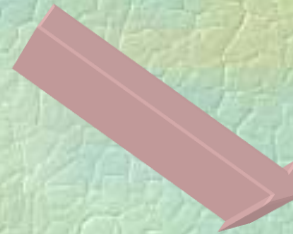
Bem

Produção de um Serviço

Máquinas

Pessoas

Cliente



Serviço

Inseparabilidade

Implicações de marketing:

- **Muita interacção fornecedor/cliente**
- **Pode haver preferência por um prestador específico**
- **Para oferta reduzida o preço é elevado**
- **Preço estabelecido em função da disponibilidade do fornecedor.**

Inseparabilidade



Se não houver clientes o avião vai vazio e o serviço não se realiza.

Inseparabilidade



Que fazem as companhias aéreas quando há poucos lugares vagos?

Inseparabilidade



E quando há muitos lugares por vender?

Inseparabilidade



Porque são mais baratos os cinemas à 2ª feira?

Inseparabilidade



Se um personal trainer vai embora de um ginásio que farão os seus clientes ?

Inseparabilidade

Assim, as empresas de serviços:

- **Precisam garantir a presença do cliente**
- **Têm de construir a sua confiança**
- **Ter em atenção até onde o cliente está disposto a pagar.**

Heterogeneidade

Os serviços variam em função de:

- **Quem** fornece o serviço
- **Quando** é fornecido
- **Onde** é fornecido

Heterogeneidade

Implicações de marketing:

- **Os consumidores procuram informação sobre a qualidade**
- **Faz aumentar a sensibilidade à qualidade**
- **É necessário maior controlo de qualidade por parte do fornecedor.**

Heterogeneidade

As Empresas têm de:

- **Dar formação ao seu pessoal**
- **Padronizar o desempenho**
- **Controlar activamente a qualidade.**

Heterogeneidade



É preciso garantir uniformidade no desempenho

Perecibilidade

- Os serviços não podem ser armazenados
- Se a procura é sazonal pode haver muitas dificuldades

Perecibilidade

Implicações de marketing:

- **É necessário equilibrar a procura e a oferta**

**Esta é a talvez a característica
que coloca maiores desafios !**

Para gerir a Procura:

- **Diferenciar preços**
- **Ter sistema de reservas**

Para gerir a Oferta:

- **Ter turnos, part time, horário flexível**
- **Aumentar a participação dos clientes**
- **Flexibilizar a logística**
- **Partilhar serviços.**

Inseparabilidade



Os lugares num avião não podem ser armazenados para épocas de maior procura.

Inseparabilidade



Os lugares vazios em determinado voo numa determinada data nunca mais serão recuperados.

O passo seguinte na análise dos Serviços:

Existem 3 grandes áreas de gestão no Marketing de Serviços

- **Suporte Físico**
- **Pessoal em contacto**
- **Participação do cliente**

Suporte Físico

Tudo aquilo que suporta materialmente a produção do serviço

- **Máquinas**
- **Mobiliário**
- **Ambiente onde o serviço é prestado**
- **Outros suportes**

Pessoal em contacto

Seu papel:

- **Operacional**
- **Relacional**
- **Venda**

**E ainda em que
medida é que os
clientes
participam na
produção do
serviço (**Servução**)**