

Organizzazione del Lavoro e delle Imprese di Servizi

Organizzazione delle Imprese di Servizi

I SERVIZI

A.A. 2013/2014

**Laurea Magistrale in Servizio sociale e
politiche sociali**

Organizzazione delle Imprese di Servizi

Obiettivi

- **Introdurre ai servizi e alle aziende di servizi**
- **Illustrare la necessità di ricorrere a concetti e pratiche specifici per il marketing dei servizi e perché questo bisogno si sia sviluppato e intensificato negli ultimi anni**
- **Delineare le principali differenze tra beni e servizi e le conseguenti problematiche che si pongono alle aziende di servizi**
- **Illustrare il triangolo del marketing dei servizi, il concetto di marketing mix che vale per i servizi**

Organizzazione delle Imprese di Servizi

Contenuti

- **Ricerca d'aula: “L'impresa di servizi”**
- **Definizione di servizi**
- **Un'economia basata sui servizi**
- **Servizi e qualità**
- **Marketing dei servizi vs prodotti**
- **Il “Triangolo del Marketing dei Servizi”**
- **Marketing mix dei servizi**

Imprese di Servizi

Ricerca d'aula

Che idea ho di “impresa di servizi”?

Che idea ho di “servizio”?

**Quali sono i primi esempi che mi
vengono in mente?**

Quali servizi uso abitualmente?

...

Imprese di Servizi

I servizi “includono tutte le attività economiche il cui output non è un prodotto fisico o un manufatto, bensì viene generalmente consumato nel momento stesso in cui viene prodotto e fornisce valore aggiunto in forme (...) che risultano sostanzialmente intangibili al primo acquirente”

(Quinn et al. in Zeithaml et al., 2008)

Servizi

- **Settore e imprese di servizi:** aziende il cui prodotto principale è un servizio (es. Hotel)
- **Servizi come prodotti:** ampia serie di offerte di prodotti intangibili venduti da imprese di servizi o di produzione (es. HP vende anche consulenza)
- **Servizio al cliente:** fornito dalle aziende di produzione a supporto del prodotto principale
- ***Servizio derivato: (concetto astratto...) il valore di prodotti fisici viene calcolato in base ai servizi che offrono (es. farmaco fornisce servizi medici; rasoio fornisce servizio di rasatura...)***

Servizi (in Zeithaml *et al.*, 2008)

Tabella 1.1 Settori classificati all'interno dei "servizi".*

Trasporti e servizi di pubblica utilità

- Trasporti
 - Trasporto su ruote
 - Trasporto passeggeri in ambito locale e interurbano
 - Magazzinaggio e spedizione
 - Trasporto su acqua
 - Trasporto aereo
 - Condotte, escluso il gas naturale
 - Servizi di trasporto
- Comunicazioni
 - Telefono e telegrafo
 - Radio e televisione
- Elettricità, gas e pulizia

Commercio all'ingrosso

Commercio al dettaglio

Finanza, assicurazione e immobili

- Istituzioni che accettano depositi
- Istituzioni che non accettano depositi
- Servizi finanziari
- Servizi assicurativi
- Gestione immobiliare
- Holding e altre società d'investimenti

Altri servizi

- Alberghi e altri luoghi di ospitalità
- Servizi personali
- Servizi di business
- Autoriparazioni e parcheggi
- Servizi vari di riparazione
- Cinema
- Servizi di divertimento e svago
- Servizi sanitari
- Servizi legali
- Servizi educativi
- Servizi sociali
- Associazioni
- Servizi vari
- Servizi domestici

Pubblica amministrazione centrale e locale

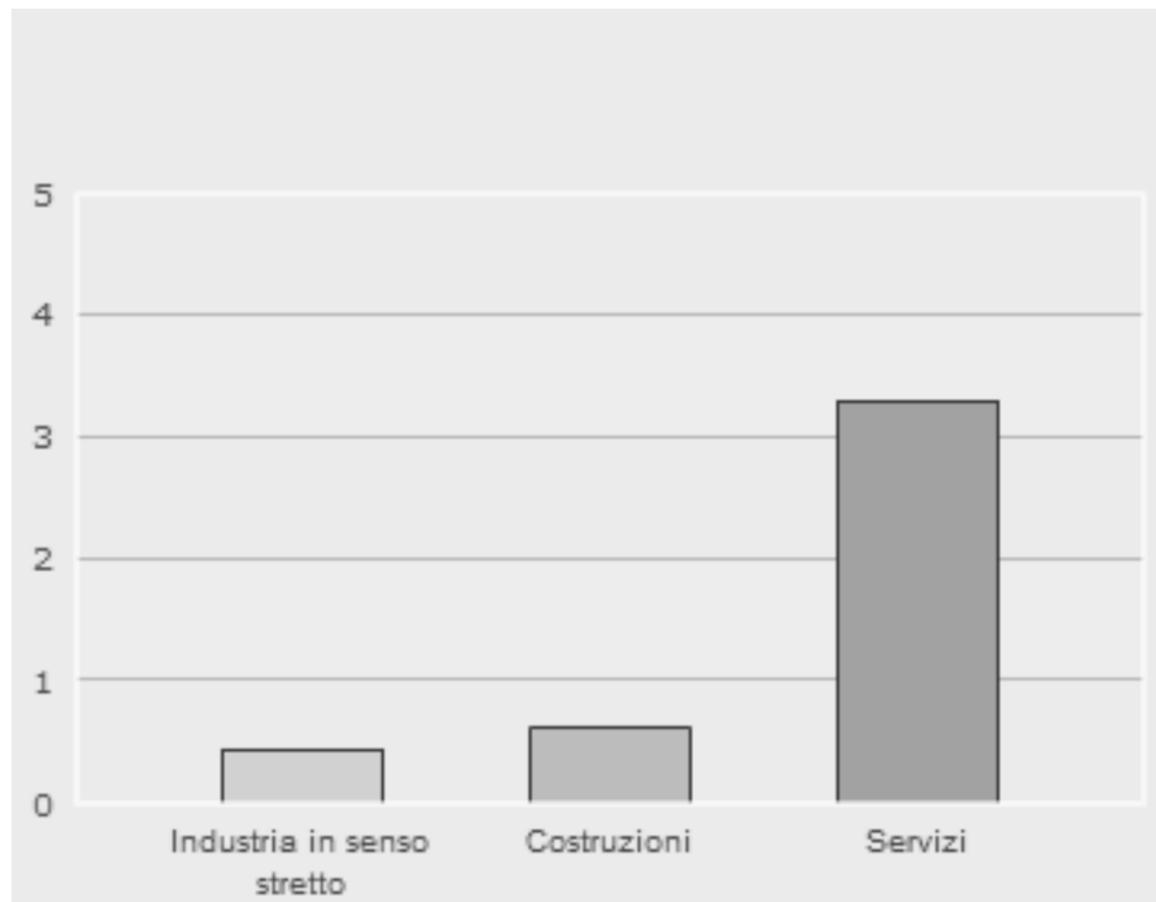
* Usando la definizione estensiva di "servizi", abbiamo adattato quest'elenco dal *Survey of Current Business*, 1988.

Un'economia basata sui servizi

**I servizi sono un mercato in espansione
e costituiscono una forza
predominante in tutti i paesi
industrializzati**

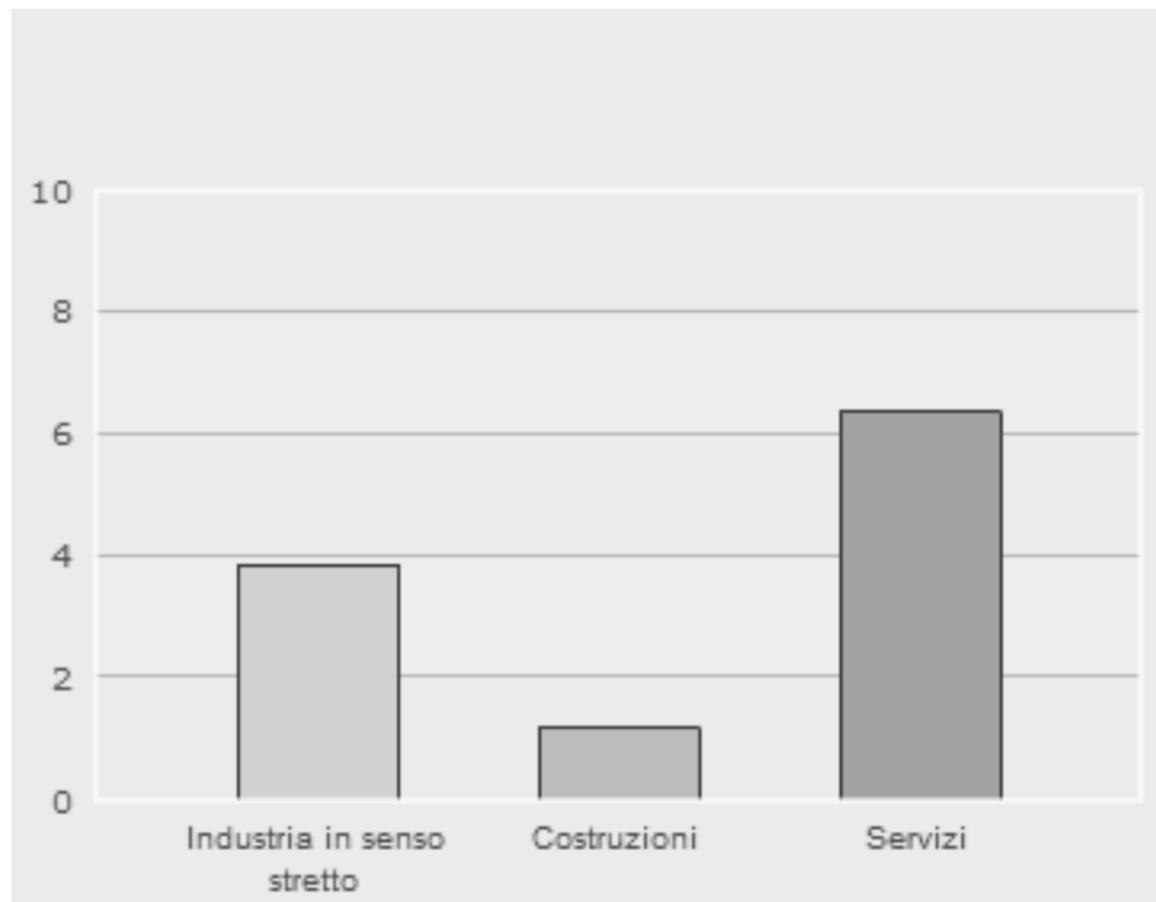
Numero di imprese per settore di attività – Istat 2009, in milioni

(<http://www.istat.it/it/struttura-e-competitivita%3%A0-delle->)



Numero di occupati per settore di attività – Istat 2009, in milioni

(<http://www.istat.it/it/struttura-e-competitivita0-delle->)



Imprese di servizi: variazioni 2012/2013

http://www.bancaditalia.it/statistiche/indcamp/indimpser/boll_stat

Tav. 2

Principali risultati dell'indagine (valori percentuali)

	Variazione 2012/2011			Variazione 2013/2012 (previsione)		
	Occupazione media	Fatturato ^(a)	Investimenti ^(a)	Occupazione media	Fatturato ^(a)	Investimenti ^(a)
Settore						
Industria in senso stretto	-1,2	-2,6	-10,0	-1,7	-0,5	-3,7
di cui: manifattura.....	-1,3	-3,6	-11,3	-1,8	-0,4	-2,6
Servizi privati non finanziari	-0,4	-4,0	-7,5	-1,3	-0,6	-6,3
Area geografica^(b)						
Centro Nord.....	-0,6	-3,2	-8,6	-1,2	-0,5	-4,1
Sud e Isole	-2,0	-5,0	-9,2	-3,9	-0,8	-15,8
Totale	-0,8	-3,3	-8,7	-1,5	-0,5	-5,0

(a) Medie robuste (*winsorizzate*) calcolate a prezzi costanti 2012, usando deflatori rilevati nell'indagine. Per maggiori dettagli si veda Appendice A: Nota metodologica. – (b) Riferita alla sede amministrativa dell'impresa.

Imprese di servizi: dato recente...

10:06 03/10/2013

Italia: indice Pmi servizi a settembre sale per la prima volta in 28 mesi

Roma, 03 ott - L'indice Pmi delle imprese di servizi calcolato da Markit/Adaci sale per la prima volta in 28 mesi, passando dai 48,8 punti di agosto ai 52,7 punti di settembre. Tra i fattori che hanno dato spinta, un ritorno alla crescita delle commesse. L'occupazione e' rimasta in declino anche se si e' abbassato il numero di posti di lavoro persi. Red 03-10-13 10:06:54 (0103) 3

Corriere della Sera 3 Ottobre 2013:
http://www.corriere.it/notizie-ultima-ora/Economia/Italia-indice-Pmi-servizi-settembre-sale-volta-mesi/03-10-2013/1-A_008485456.shtml

Pmi=Purchasing managers index / (indice dei direttori agli acquisti):
indici mensili (prodotti separatamente per l'industria manifatturiera e per le industrie dei servizi) coprono vari aspetti degli andamenti aziendali, dalla produzione agli ordini, dall'occupazione ai prezzi pagati e ricevuti, dalle aspettative alle scorte, e vengono anche riassunti in un indice complessivo

[<http://www.ilsole24ore.com/art/SoleOnline4/100-parole/Economia/I/Indice-Pmi.shtml?uuid=44b62544-580a-11dd-93cb-a54c5cfcd900&DocRulesView=Libero>]

Un'economia basata sui servizi

Tabella 1.2 I servizi rappresentano una percentuale significativa del PIL e della forza lavoro nei paesi di tutto il mondo.

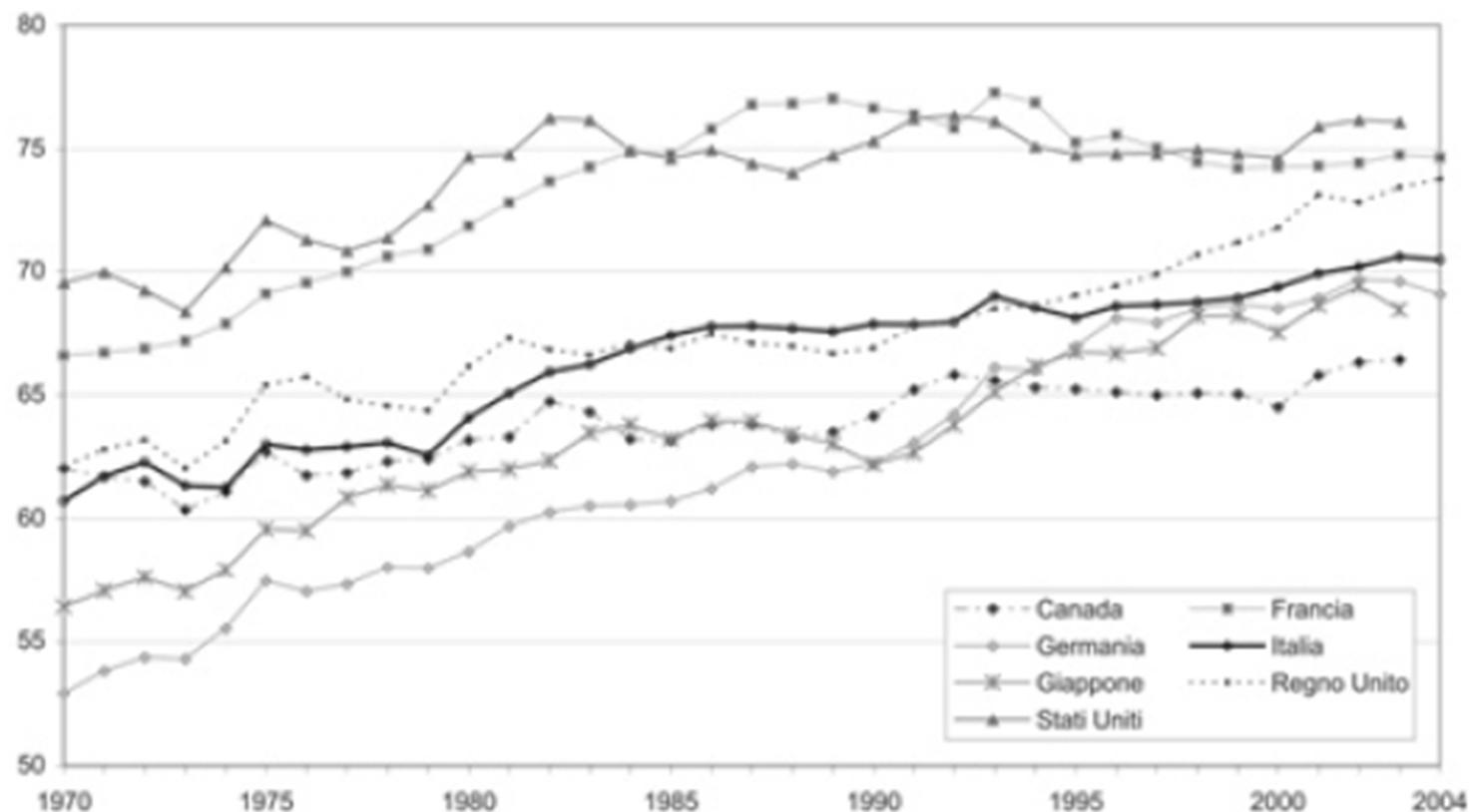
Paese	% Forza lavoro		% PIL	
	2005	1995	2004	1995
Regno Unito	82,36	76,67	75,40	67,35
Olanda	79,42	75,01	73,15	68,62
Lussemburgo	77,61	70,39	83,45	77,79
Stati Uniti	77,57	72,90	76,54	71,98
Belgio	77,36	72,72	74,08	70,14
Norvegia	77,06	73,26	60,02	62,86
Danimarca	76,00	71,09	73,52	71,53
Francia	75,60	71,56	75,76	70,47
Svezia	75,43	72,41	70,13	67,21
Germania	71,93	64,58	69,80	66,64
Finlandia	69,14	64,96	66,70	62,81
Giappone	68,08	60,95	69,55	65,28
Italia	67,28	63,05	70,88	66,71
Grecia	66,90	59,26	72,91	67,74
Irlanda	66,45	61,08	56,18	54,28
Spagna	65,29	63,92	67,30	65,99
Corea	65,17	54,75	55,49	51,80
Austria	65,07	59,14	67,80	66,69
Ungheria	62,70	58,74	66,31	62,35
Repubblica Slovacca	62,60	53,93	63,99	55,94
Messico	58,81	54,08	70,71	68,30
Repubblica Ceca	57,90	53,09	59,59	53,40
Portogallo	56,69	53,10	70,93	64,92

Fonte: OECD, Statistics on the Member Countries, 2006.

IL VENETO DEI SERVIZI 2007

http://www.ven.camcom.it/pubblicazioni/pub/Veneto_dei_servizi.pdf

Grafico 1.1 - Incidenza del settore dei servizi in termini di valore aggiunto in alcuni Paesi (% sul totale delle attività). Anni 1970-2004

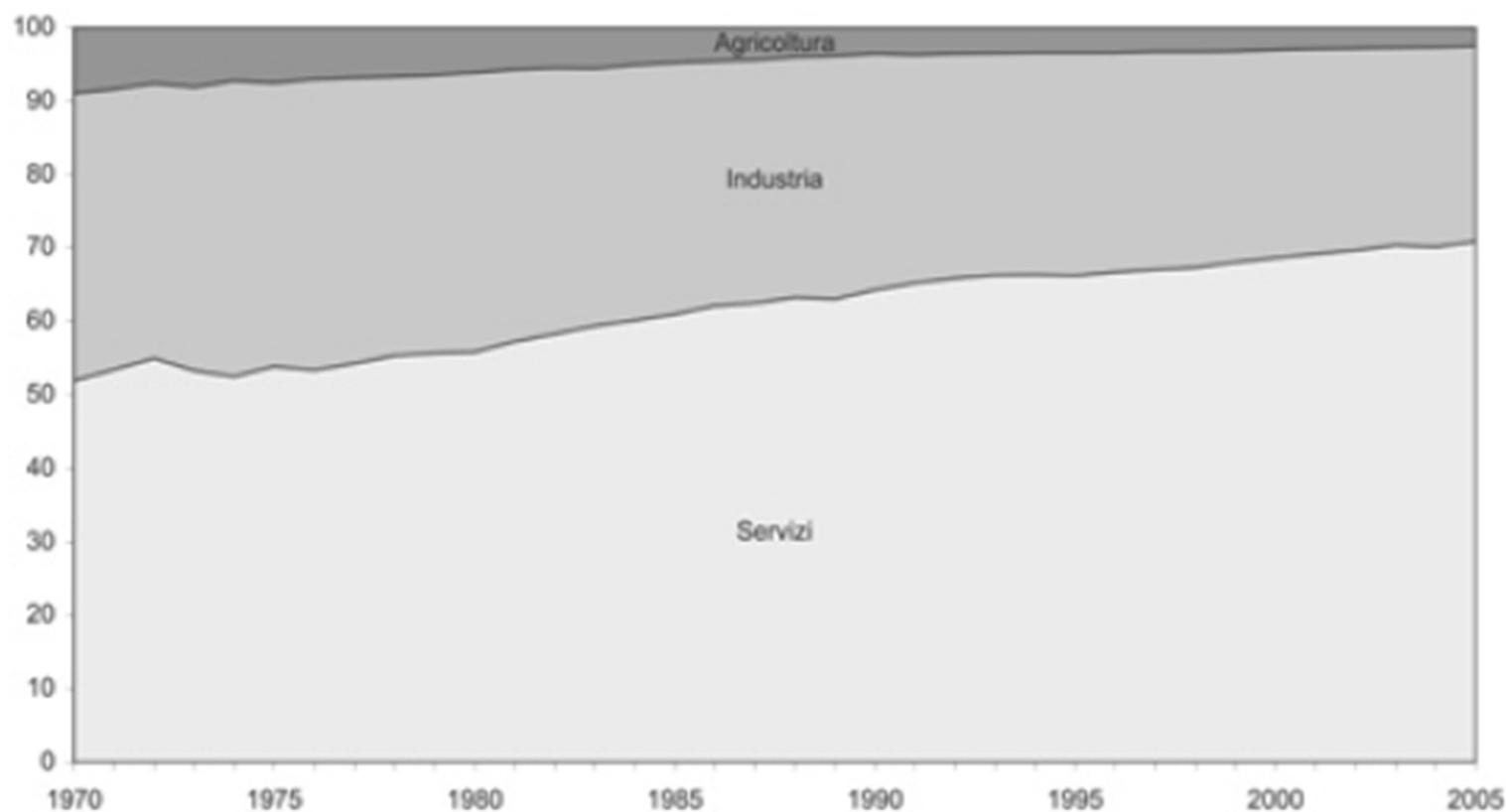


Fonte: elab. Centro Studi Unioncamere del Veneto su dati OECD

IL VENETO DEI SERVIZI 2007

http://www.ven.camcom.it/pubblicazioni/pub/Veneto_dei_servizi.pdf

Grafico 1.2 - Italia. Incidenza dei macrosettori in termini di valore aggiunto (% sul totale delle attività). Anni 1970-2005

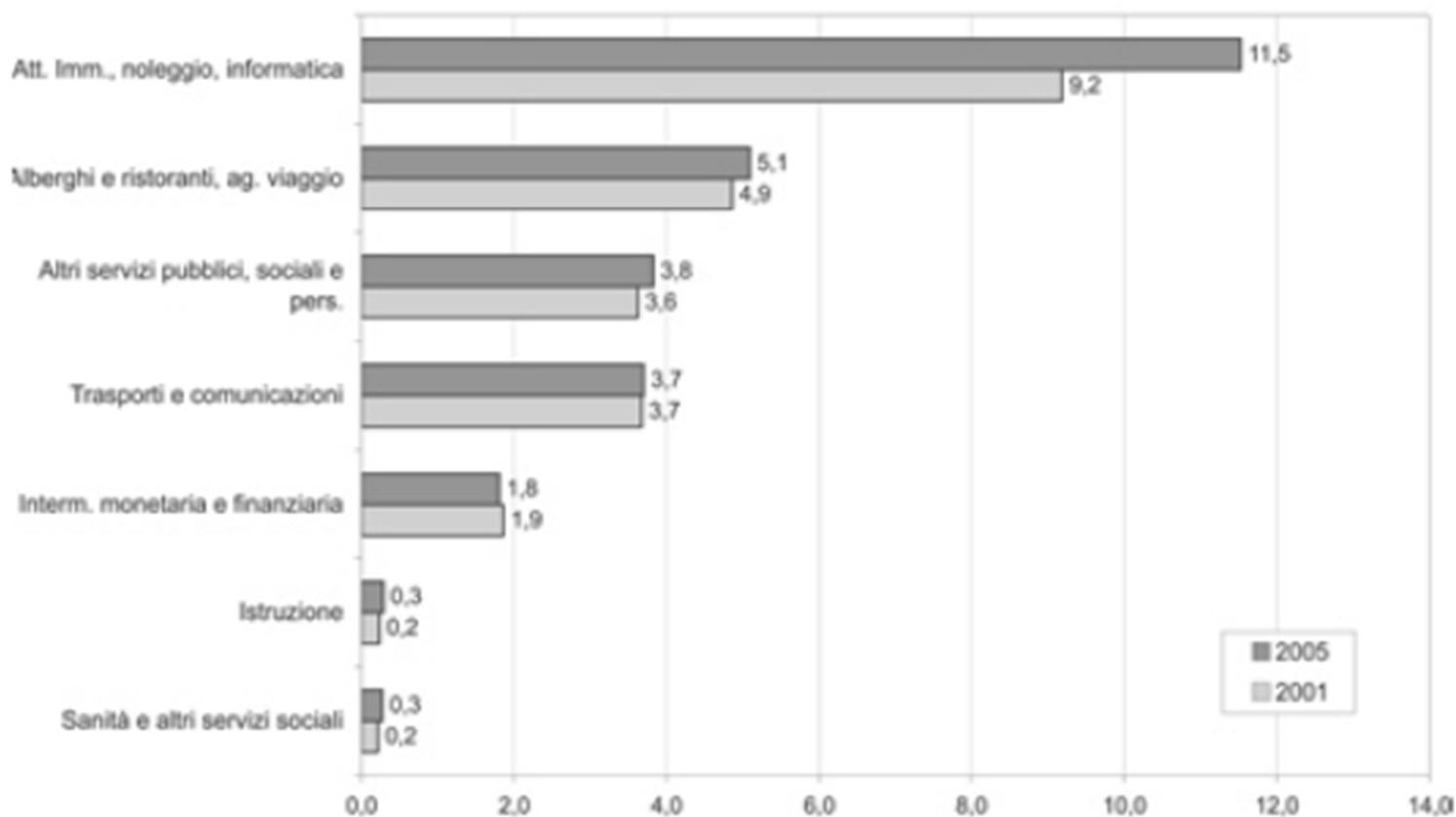


Fonte: elab. Centro Studi Unioncamere del Veneto su dati Istat

IL VENETO DEI SERVIZI 2007

http://www.ven.camcom.it/pubblicazioni/pub/Veneto_dei_servizi.pdf

Grafico 1.5 - Veneto. Incidenza dei settori economici dei servizi in termini di imprese (% su totale dei settori). Anni 2001 e 2005



Fonte: elab. Centro Studi Unioncamere del Veneto su dati Infocamere

http://statistica.regione.veneto.it/dati_settoriali_economia.jsp

Imprese attive per settore di attività economica (*) e provincia - 2009

	Verona	Vicenza	Belluno	Treviso	Venezia	Padova	Rovigo	Veneto
Agricoltura, caccia, silvicoltura	18.410	10.333	2.050	16.435	9.134	16.659	6.461	79.482
Pesca	48	21	7	35	952	35	1.946	3.044
Estrazione di minerali	82	94	26	38	9	23	5	277
Attività manifatturiere	11.274	14.294	2.239	12.756	8.230	13.172	3.248	65.213
Energia, gas e acqua	48	55	22	29	29	45	12	240
Costruzioni	15.576	11.715	2.641	13.172	11.363	13.702	3.638	71.807
Commercio ingr./dett.	19.569	17.859	3.663	18.760	17.708	23.489	5.332	106.380
Alberghi e ristoranti	4.808	3.478	1.692	3.429	5.606	3.496	1.102	23.611
Trasporti e comunicazioni	3.367	2.612	454	2.585	3.377	3.146	819	16.360
Intermediazione monetaria e finanziaria	1.740	1.388	301	1.732	1.195	1.894	395	8.645
Attività immobiliare, noleggio, informatica, ricerca	10.988	10.910	1.358	11.725	9.538	13.875	2.282	60.676
Istruzione	244	196	46	223	219	477	57	1.462
Sanità e altri servizi sociali	330	246	48	283	226	319	66	1.518
Altri servizi pubblici sociali e personali	3.784	3.243	711	3.194	2.943	3.619	1.059	18.553
Servizi domestici presso famiglie e convivenze	0	0	0	0	0	0	0	0
Imprese non classificate	205	263	40	60	332	149	35	1.084
TOTALE	90.473	76.707	15.298	84.456	70.861	94.100	26.457	458.352

(*) Secondo la classificazione ATECO 2002 ISTAT

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Infocamere

Imprese veronesi 2011/2012

http://www.vr.camcom.it/page.jsp?id_menu=7156&show=view&tipo_content=GE_NERICO&label_content=Verona+nel+Mondo+-+Report+2013

Verona. Imprese registrate e attive alla Camera di Commercio per settore, anni 2011 e 2012 e var. % 2012/2011 (classificazione Istat Ateco 2007)

Settore	Registrate			Attive		
	2011	2012	var. % 2012/2011	2011	2012	var. % 2012/2011
Agricoltura, silvicoltura pesca	17.483	17.203	-1,6	17.404	17.126	-1,6
Estrazione di minerali da cave e miniere	87	83	-4,6	73	70	-4,1
Attività manifatturiere	10.632	10.451	-1,7	9.644	9.431	-2,2
Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz.	65	98	50,8	63	97	54,0
Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gest. dei rifiuti	138	136	-1,4	124	121	-2,4
Costruzioni	16.168	15.896	-1,7	15.413	15.013	-2,6
Commercio all'ingrosso e al dettaglio	20.428	20.463	0,2	19.220	19.182	-0,2
Trasporto e magazzinaggio	3.310	3.339	0,9	2.993	3.012	0,6
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	6.208	6.344	2,2	5.639	5.733	1,7
Servizi di informazione e comunicazione	1.673	1.715	2,5	1.552	1.581	1,9
Attività finanziarie e assicurative	1.824	1.835	0,6	1.763	1.766	0,2
Attività immobiliari	5.809	5.868	1,0	5.365	5.403	0,7
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.073	3.189	3,8	2.880	2.971	3,2
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	2.103	2.156	2,5	1.964	2.009	2,3
Istruzione	329	338	2,7	308	317	2,9
Sanità e assistenza sociale	386	406	5,2	361	381	5,5
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento	817	842	3,1	750	772	2,9
Altre attività di servizi	3.921	3.917	-0,1	3.846	3.834	-0,3
Imprese non classificate	3.998	3.936	-1,6	71	62	-12,7
TOTALE	98.452	98.215	-0,2	89.433	88.881	-0,6

Elaborazione CCIAA Verona su dati Infocamera

Imprese veronesi 2011/2012

http://www.vr.camcom.it/page.jsp?id_menu=7156&show=view&tipo_content=GE NERICO&label_content=Verona+nel+Mondo+-+Report+2013

Verona. Imprese registrate e attive alla Camera di Commercio per macrosettore economico, anni 2011 e 2012 e var. % 2011/2010

Macrosettore	Registrate			Attive		
	2011	2012	var. % 2012/2011	2011	2012	var. % 2011/2010
agricoltura	17.483	17.203	-1,6	17.404	17.126	-1,6
industria	10.922	10.768	-1,4	9.904	9.719	-1,9
costruzioni	16.168	15.896	-1,7	15.413	15.013	-2,6
commercio	20.428	20.463	0,2	19.220	19.182	-0,2
servizi di alloggio e ristorazione	6.208	6.344	2,2	5.639	5.733	1,7
servizi alle imprese	17.792	18.102	1,7	16.517	16.742	1,4
servizi alla persona	5.453	5.503	0,9	5.265	5.304	0,7
n.c.	3.998	3.936	-1,6	71	62	-12,7
TOTALE	98.452	98.215	-0,2	89.433	88.881	-0,6

Elaborazione CCIAA Verona su dati Infocamere

Imprese femminili x settore: Verona

http://www.vr.camcom.it/page.jsp?id_menu=7156&show=view&tipo_content=GENERICO&label_content=Verona+nel+Mondo+-+Report+2013

Verona. Imprese femminili registrate alla Camera di Commercio per macrosetto economico al 31.12.2012 e relativo tasso di femminilizzazione

MACROSETTORE	IMPRESE FEMMINILI	tasso femminilizzazione (% su totale imprese del settore)	quota % sul totale imprese femminili
agricoltura	3.699	21,5	17,5
industria	1.682	15,6	7,9
costruzioni	1.000	6,3	4,7
commercio	4.974	24,3	23,5
servizi di alloggio e ristorazione	2.212	34,9	10,5
servizi alle imprese	3.891	21,5	18,4
servizi alla persona	2.840	51,6	13,4
n.c.	869	22,1	4,1
TOTALE	21.167	21,6	100,0

Elaborazione CCIAA Verona su dati Infocamere

Imprese femminili x settore: Italia

Imprese registrate per settori di attività al 30 giugno 2013- Totale imprese e imprese femminili
Stock, saldo e variazioni dello stock nel periodo 30 giugno 2013 - 30 giugno 2012

	Totale imprese al 30 giugno 2013	di cui: femminili	Peso % imprese femminili sul totale	Comp. % impres e fem.	Totale imprese		Imprese femminili	
					Saldo giugno 2013- giugno 2012	Var. % giugno 2013- giugno 2012	Saldo giugno 2013- giugno 2012	Var. % giugno 2013- giugno 2012
A Agricoltura, silvicoltura pesca	799.057	232.207	29,1	16,2	-23.305	-2,83	-8.359	-3,47
B Estrazione di minerali da cave e miniere	4.642	506	10,9	0,0	-85	-1,78	-10	-1,93
C Attività manifatturiere	599.684	114.241	19,1	8,0	-7.095	-1,16	-555	-0,48
D Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condiz...	9.256	861	9,3	0,1	1.568	20,35	189	28,13
E Fornitura di acqua; reti fognarie, attività di gestione d...	10.842	1.484	13,7	0,1	232	2,17	45	3,10
F Costruzioni	880.770	67.114	7,6	4,7	-14.305	-1,59	1.055	1,59
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di aut...	1.545.353	409.882	26,5	28,7	10.451	0,68	-136	-0,03
H Trasporto e magazzinaggio	175.922	20.005	11,4	1,4	-1.254	-0,70	243	1,22
I Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	406.107	131.596	32,4	9,2	11.423	2,88	3.573	2,77
J Servizi di informazione e comunicazione	127.119	27.845	21,9	1,9	2.067	1,64	179	0,64
K Attività finanziarie e assicurative	117.126	27.097	23,1	1,9	1.185	1,02	808	3,06
L Attività immobiliari	284.339	67.292	23,7	4,7	3.365	1,19	529	0,79
M Attività professionali, scientifiche e tecniche	196.477	42.508	21,6	3,0	2.719	1,39	251	0,59
N Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imp...	164.091	47.975	29,2	3,4	5.602	3,51	1.107	2,35
P Istruzione	26.929	8.548	31,7	0,6	618	2,34	248	2,98
Q Sanità e assistenza sociale	35.361	14.349	40,6	1,0	1.231	3,59	462	3,31
R Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e diver...	68.015	17.531	25,8	1,2	1.628	2,44	325	1,88
S Altre attività di servizi	231.234	112.034	48,5	7,8	650	0,28	826	0,74
X Imprese non classificate	384.981	86.805	22,5	6,1	11.268	2,97	4.098	4,90
TOTALE	6.067.305	1.429.880	23,6	100,0	7.963	0,13	4.878	0,34

Fonte: Osservatorio dell'imprenditoria femminile, Unioncamere-InfoCamere, II trimestre 2013

Imprese nei servizi dettaglio: Verona

http://www.vr.camcom.it/page.jsp?id_menu=7156&show=view&tipo_content=GE_NFRICO&label_content=Verona+nel+Mondo+-+Report+2013
Verona. Imprese dei servizi registrate ed attive. Anni 2011 e 2012 e var. %

	Registrate			Attive		
	2011	2012	var. %	2011	2012	var. %
Servizi di informazione e comunicazione	1.673	1.715	2,5	1.552	1.581	1,9
Attività finanziarie e assicurative	1.824	1.835	0,6	1.763	1.766	0,2
Attività immobiliari	5.809	5.868	1,0	5.365	5.403	0,7
Attività professionali, scientifiche e tecniche	3.073	3.189	3,8	2.880	2.971	3,2
<i>di cui: attività di direzione aziendale e di consulenza gestionale</i>	795	863	8,6	730	789	8,1
<i>di cui: pubblicità e ricerche di mercato</i>	805	804	-0,1	764	756	-1,0
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	2.103	2.156	2,5	1.964	2.009	2,3
<i>di cui: attività di servizi per edifici e paesaggio</i>	803	866	7,8	770	830	7,8
<i>di cui: attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese</i>	679	679	0,0	630	625	-0,8
Istruzione	329	338	2,7	308	317	2,9
Sanità e assistenza sociale	386	406	5,2	361	381	5,5
Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento	817	842	3,1	750	772	2,9
Altre attività di servizi	3.921	3.917	-0,1	3.846	3.834	-0,3
<i>di cui: altre attività di servizi per la persona</i>	3.147	3.160	0,4	3.083	3.088	0,2
TOTALE	19.935	20.266	1,7	18.789	19.034	1,3

Elaborazione CCIAA di Verona su dati Infocamere

http://statistica.regione.veneto.it/dati_settoriali_societa.jsp?num=2

Occupati per settore di attività economica, tipologia di orario e sesso.
Veneto, Media 2009 (migliaia di unità)

VENETO	AGRICOLTURA			INDUSTRIA						SERVIZI			TOTALE		
	Tempo pieno	Tempo parziale	Totale	Totale		Totale	di cui: costruzioni		Totale	Tempo pieno	Tempo parziale	Totale	Tempo pieno	Tempo parziale	Totale
				Tempo pieno	Tempo parziale		Tempo pieno	Tempo parziale							
MASCHI	42	3	45	605	10	615	156	4	160	557	33	590	1.204	46	1.250
FEMMINE	9	7	15	149	45	193	7	5	12	436	217	653	594	268	861
TOTALE	51	9	60	753	55	808	163	9	172	994	250	1.243	1.798	314	2.112

Fonte: Elaborazioni Regione Veneto - Direzione Sistema Statistico Regionale su dati Istat

Servizi e Qualità ...

Nonostante l'importanza dei servizi e il potenziale raggiungimento di un profitto, i dati segnalano che i consumatori percepiscono una diminuzione generale della qualità degli stessi...

Secondo voi quali sono i motivi?

... Servizi e Qualità ...

Gli esperti ritengono che:

- Sebbene si faccia un crescente ricorso alle imprese di servizi di self-service e tecnologici, il servizio da queste erogato viene percepito come inferiore, sono infatti assenti interazione umana e personalizzazione**
- I servizi tecnologici (sistemi vocali automatici, servizi su Internet...) sono difficili da implementare, spesso non hanno funzionato o sono progettati non adeguatamente**
- Le aspettative dei clienti sono più alte a causa degli eccellenti servizi che questi ricevono da alcune imprese (si aspettano lo stesso da tutte e rimangono delusi)**

...

... Servizi e Qualità

- **Le organizzazioni hanno diminuito i costi e ora i processi troppo semplificati e la mancanza di staff hanno ripercussioni sulla qualità dei servizi**
- **Il mercato competitivo del lavoro porta persone meno qualificate a lavorare a stretto contatto con i clienti (i talenti migliori vengono subito promossi o si licenziano per cercare migliori opportunità)**
- **Molte società formalmente si concentrano sul cliente e sulla qualità dei servizi, ma poi non offrono formazione, compensi adeguati a supporto per fornire veramente un'alta qualità dei servizi**
- **Fornire servizi di alta qualità non è semplice, ma molte società lo promettono in ogni caso.**

Marketing dei servizi vs prodotti

Tabella 1.4 · Prodotti e servizi a confronto.

Beni	Servizi	Implicazioni legate alla differenza tra beni e servizi
Tangibili	Intangibili	<ul style="list-style-type: none"> • I servizi non si possono immagazzinare. • I servizi non si possono brevettare facilmente. • I servizi non si possono esibire, né comunicare istantaneamente. • Il pricing è difficile.
Standardizzati	Eterogenei	<ul style="list-style-type: none"> • L'erogazione del servizio e la soddisfazione del cliente dipendono dalle azioni del personale. • La qualità del servizio dipende da una serie di fattori incontrollabili. • Non c'è certezza sul fatto che il servizio erogato sia in linea con quanto pianificato e reclamizzato.
La produzione è separata dal consumo	La produzione e il consumo sono simultanei	<ul style="list-style-type: none"> • I clienti partecipano alla transazione e la condizionano. • I clienti si influenzano a vicenda. • I dipendenti incidono sulla qualità del servizio. • La decentralizzazione è essenziale. • La produzione di massa è difficile.
Non deperibili	Deperibili	<ul style="list-style-type: none"> • Nei servizi è difficile sincronizzare la domanda e l'offerta. • I servizi non si possono restituire, né rivendere.

Fonte: riprodotto su autorizzazione dell'American Marketing Association, *Journal of Marketing* 49 (autunno 1985), A. Parasuraman, V.A. Zeithaml e L.L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", pp. 41-50.

Il “Triangolo del Marketing dei Servizi”...

Il *Triangolo* mostra i tre gruppi
interconnessi che lavorano insieme
per lo
sviluppo
promozione
erogazione
del servizio

...Il “Triangolo del Marketing dei Servizi”



Marketing mix

Uno dei concetti del marketing è il
marketing mix.

insieme degli elementi posti sotto il controllo dell'organizzazione che si possono usare per soddisfare i clienti o per comunicare con loro.

Questi elementi costituiscono le variabili decisionali in qualunque piano di marketing:

Marketing mix: 4 P

- 1. PRODOTTO**
- 2. DISTRIBUZIONE - PLACE**
- 3. COMUNICAZIONE - PROMOTION**
- 4. PREZZO**

Marketing mix dei servizi

Tabella 1.5 Il marketing mix allargato dei servizi.

Prodotto	Distribuzione	Comunicazione	Prezzo
<ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche fisiche del bene • Livello di qualità • Accessori • Confezione • Garanzie • Linee di prodotto • Branding 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo di canale • Esposizione • Intermediari • Ubicazione fisica dei punti di vendita • Trasporto • Magazzinaggio • Gestione dei canali 	<ul style="list-style-type: none"> • Mix delle comunicazioni • Venditori <ul style="list-style-type: none"> – Numero – Selezione – Formazione – Incentivi • Pubblicità <ul style="list-style-type: none"> – Target – Tipi di media – Tipi di annunci – Efficacia del copy • Promozione commerciale • Relazioni esterne 	<ul style="list-style-type: none"> • Flessibilità • Livello di prezzo • Condizioni di pagamento • Differenziazione • Sconti • Omaggi
Persone	Parte tangibile (physical evidence)	Processo	
<ul style="list-style-type: none"> • Dipendenti <ul style="list-style-type: none"> – Reclutamento – Addestramento – Motivazione – Incentivi – Lavoro in team • Clienti <ul style="list-style-type: none"> – Educazione – Training 	<ul style="list-style-type: none"> • Design dell'ambiente • Attrezzature • Segni distintivi • Abbigliamento dei dipendenti • Altri elementi tangibili <ul style="list-style-type: none"> – Documenti – Biglietti da visita – Dichiarazioni ufficiali – Garanzie 	<ul style="list-style-type: none"> • Flusso delle attività <ul style="list-style-type: none"> – Standardizzato – Customizzato • Numero delle fasi <ul style="list-style-type: none"> – Semplice – Complesso • Coinvolgimento del cliente 	

Bibliografia e Sitografia

- **Zeithaml, V., Bitner M.J., Gremler, D.D. (2008).
Marketing dei Servizi (2° Edizione). McGraw-Hill
(cap. 1)**

E fonti citate