ESF II projekt Západočeské univerzity v Plzni

reg. č. CZ.02.2.69/0.0/0.0/18_056/0013239

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Marketing management služeb
(KMO/MANS)

Ing. Jan Tlučhoř, Ph.D. (jtluchor@kmo.zcu.cz)

Modely řízení služeb



Literatura, zdroje

- Tučková, Zuzana. Ekonomika služeb. Vyd. 1. Praha : Wolters Kluwer Česká republika, 2013. ISBN 978-80-7478-006-6.
- Vaštíková, Miroslava. Marketing služeb: efektivně a moderně. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2721-9.
- Hazdra, Adam. Skvělé služby : jak dělat služby, které vaše zákazníky nadchnou. 1. vyd. Praha : Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4711-8.
- Hesková, Marie. Teorie, management a marketing služeb. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. ISBN 978-80-87472-25-5.

Literatura, zdroje

- Bieger, Thomas. *Dienstleistungs-Management: Einführung in Strategien und Prozesse bei persönlichen Dienstleistungen*. utb: Stuttgart, 2007. ISBN 3825229742.
- Lovelock, H. Christopher, Wirtz, Jochen. *Services Marketing*. Prentice Hall, 2010. ISBN 978-0136118749.
- Corsten Hans, Gössinger, Ralf. *Dienstleistungsmanagement*. Oldenbourg, 2007. ISBN 978-3486582376.
- Tučková, Z. *Ekonomika služeb*. SVŠE Znojmo, 2009. ISBN 978-80-87314-03-6.
- Fliess Sabine. *Dienstleistungsmanagement: Kundenintegration gestalten und steuern*. Gabler: Wiesbaden, 2009. ISBN 3834900249.
- Bruhn, Manfred; Meffert, Heribert. *Handbuch Dienstleistungsmarketig : Planung - Umsetzung - Kontrolle*. Wiesbaden : Springer Gabler, 2012. ISBN 978-3-8349-3660-8
- Kostková M.,Němčanský M.,Torčíková E. *Management služeb cestovního ruchu*. Slezská univerzita v Opavě, 2009. ISBN 978-80-7248-510-9.
- Parmová, D. *Řízení služeb*. České Budějovice: JU České Budějovice, 2004. ISBN 80-7040-673-9.
- Hesková, Marie. *Teorie, management a marketing služeb*. České Budějovice : Vysoká škola evropských a regionálních studií, 2012. ISBN 978-80-87472-25-5.
- Yayici, Emrah. Design thinking methodology book. 2016. ISBN 978-605-86037-5-2.
- Mlčoch, Lubomír. Institucionální ekonomie. Praha : Karolinum, 2005. ISBN 80-246-1029-9
- Polaine, Andrew; Lovlie, Lavrans,; Reason, Ben. *Service design : from insight to implementation*. 2013. ISBN 978-1-933820-33-0
- Reason, Ben; Lovlie, Lavrans,; Flu, Melvin Brand. Service design for business : a practical guide to optimizing the customer experience. 2016. ISBN 978-1-118-98892-3.
- Lusch, Robert F.; Vargo, Stephen L. Service-dominant logic : premises, perspectives, possibilities. 2014. ISBN 978-0-521-12432-4.

Individuální řetězec (postup, sled) poskytované služby

- Služby bývají nabízeny ve variantách
- Každý zákazník si vybírá takový sled služeb (či jejich součástí), který mu vyhovuje a odpovídá jeho přáním, potřebám a požadavkům
  - Např. někdo vyhledá radu prodavače, někdo naopak vybírá nejraději sám.
- Na poskytovaném řetězci služeb se může podílet více poskytovatelů služeb
  - Např. zájezd (pro zákazníka vlastně jeden produkt/služba, na které se ovšem podílí mnoho poskytovatelů dílčích služeb)

Proces poskytování služby

- Liší se pohled zákazníka a poskytovatele
  - Každá strana má svoje preference a sleduje na první pohled odlišné cíle
  - Principiálně by ale nejdříve mělo docházet k pochopení zákazníka (jeho preferencí a důvodů k rozhodování, ale i obav, vnímaných rizik), na což by pak firma měla reagovat

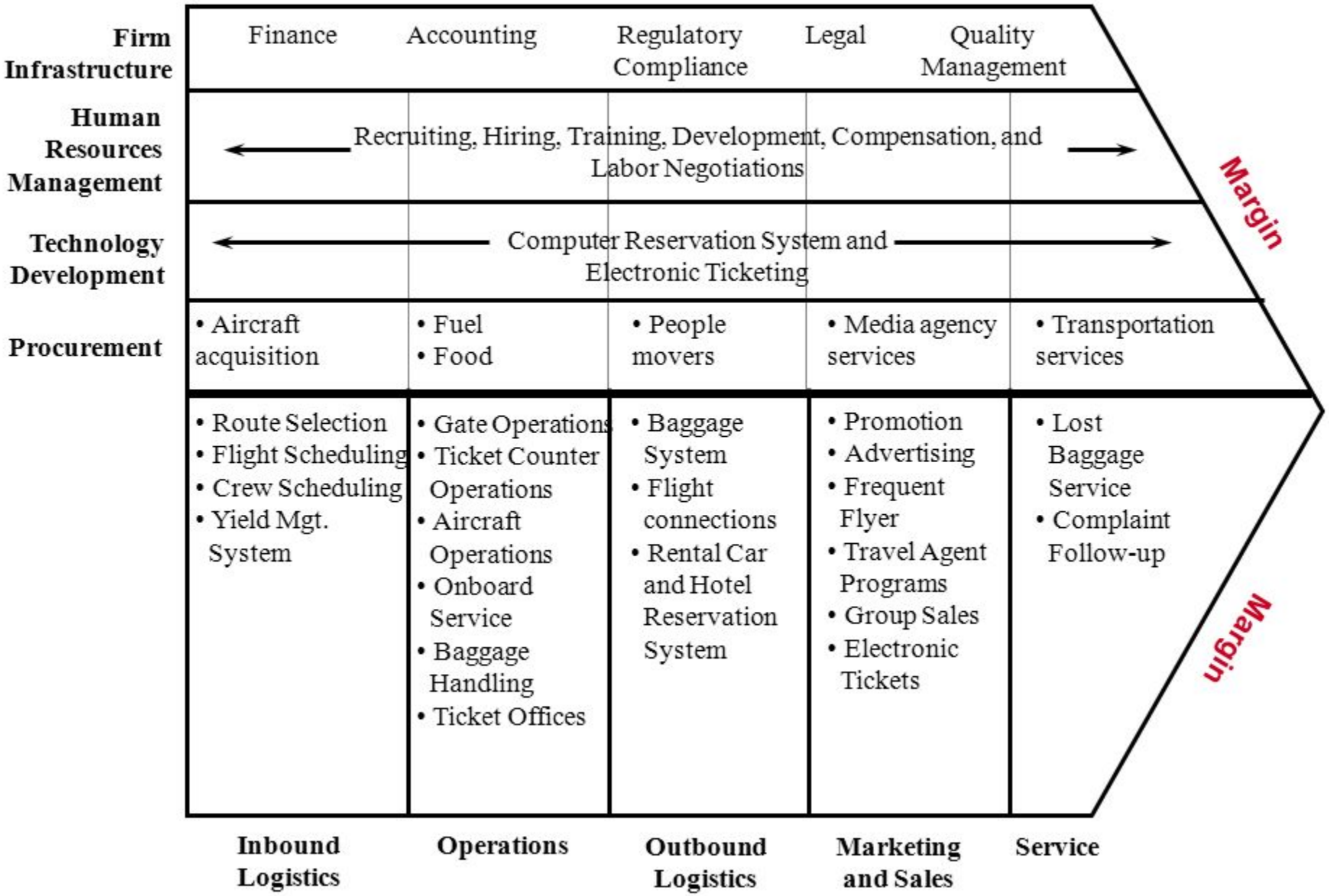
Service Blueprint („otisk služby“)

- rozlišuje pohled konzumenta (zákazníka) a producenta (poskytovatele)
- vnímá důležitost outsourcingu, ale i fyzického prostředí (physical evidence) pro proces poskytování služeb

Přidaná hodnota v procesu poskytování služeb

- „hodnotový řetězec“
- Proces poskytování služby nezačíná u poskytovatele služeb, se kterým přichází zákazník do kontaktu, ale už u podniku, který např. vyrábí potřebné pomůcky pro poskytovatele služeb apod.
  - Příklad – letecká přeprava (začátek je u výrobců letadel)
- Každý z podniků, které se podílejí na poskytování služby, přidává určitou hodnotu do celého procesu (a je odměňován marží/renditou)

The Value Chain for American Airlines

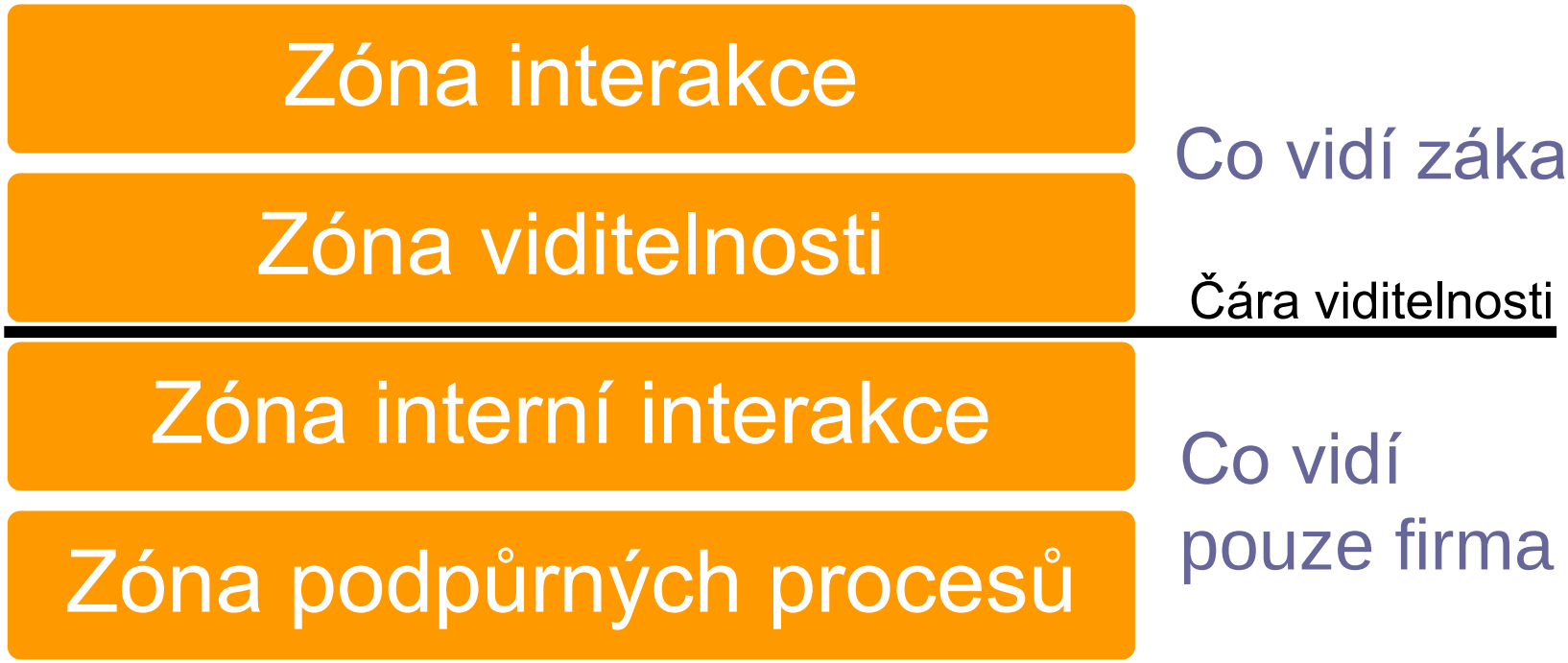


Ramsey, A. (-2016). Competing through IT and the Value Chain. Dostupné na: https://slideplayer.com/slide/7995918/

Cíle poskytovatelů služeb

- Získání konkurenční výhody
  - v dlouhém období (to znamená dynamickou, přizpůsobující a učící se firmu)
  - ve středním (klíčové kompetence/znalosti firmy)
  - i krátkém období (omezené výhody produktů)

Metoda bi-zón (Hazdra et al., 2013, s. 130-)



- Customer journey map
- Service blueprint
- Customer experience map

Rail Europe Touchpoints by Channel

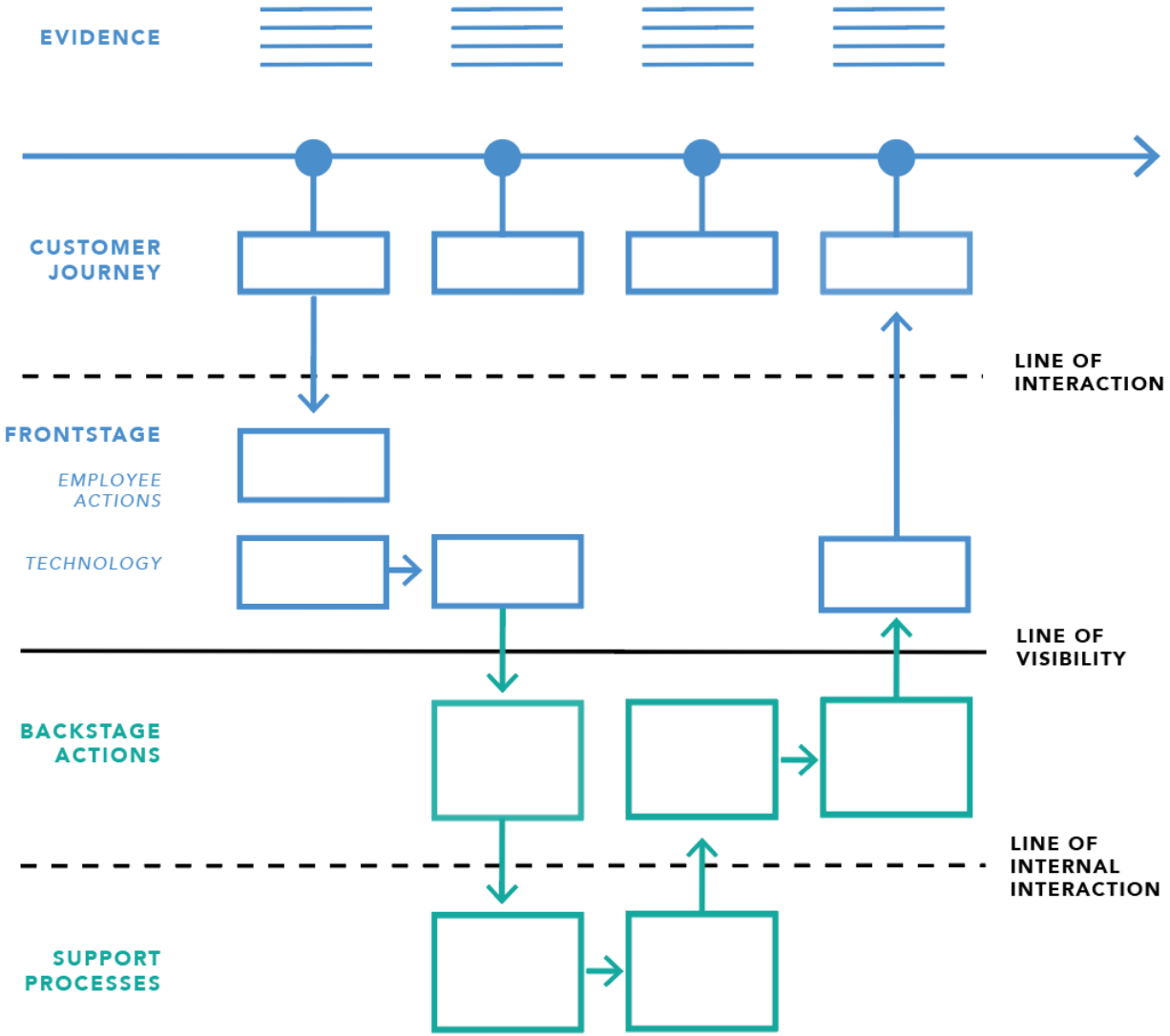
Stage / Channels	Research & Planning	Shopping	Booking	Pre-Travel (Documents)	Travel	Post-Travel
Website	Maps Test intineraries Timetables Destination Pages FAQ General product & site exploration	Schedule look-up Price look-up Multi-city look-up Pass comparison	Web booking funnel - Pass - Trips - Multiple Trips	Select document option (from available options) - station e-ticket - home print e-ticket - mail ticket	Contact page for email or phone	
Call Center	Order brochure Planning (Products) Schedules General questions	Site navigation help	Automated booking payment Cust. Rep booking Site navigation help	Call re: ticket options Request ticket mailed Reslove problems (info, payment, etc.)	Call with questions regarding tickets General calls re: schedules, strikes, documents	
Mobile	Trip ideas	Schedules	Mobile trip booking		Access itinerary Look up schedules Buy additional tickets	
Communication Channels (social media, email, chat)	Chat for web nav help	FB Comparator Email questions Chat for website nav help	Chat for booking support	Email confirmations Email for general help Hold ticket	Ask questions or resolve problems re: schedules and tickets	Complaints or compliments Survey
Customer Relations						Request for refund, escelation from call center.
Non-REI Channels	Trip Advisor Travel blogs Social Media General Google searching	Airline comparison Kayak Direct rail sites	Expedia		Travel Blogs Direct rail sites Google searches	Trip Advisor Review sites Facebook

Non-linear, no time restrictions → *Linear process* ∿ *Non-linear, but time based*

Risdon, Ch. (2011). Anatomy of an Experience Map. Dostupné na: https://articles.uie.com/experience_map/

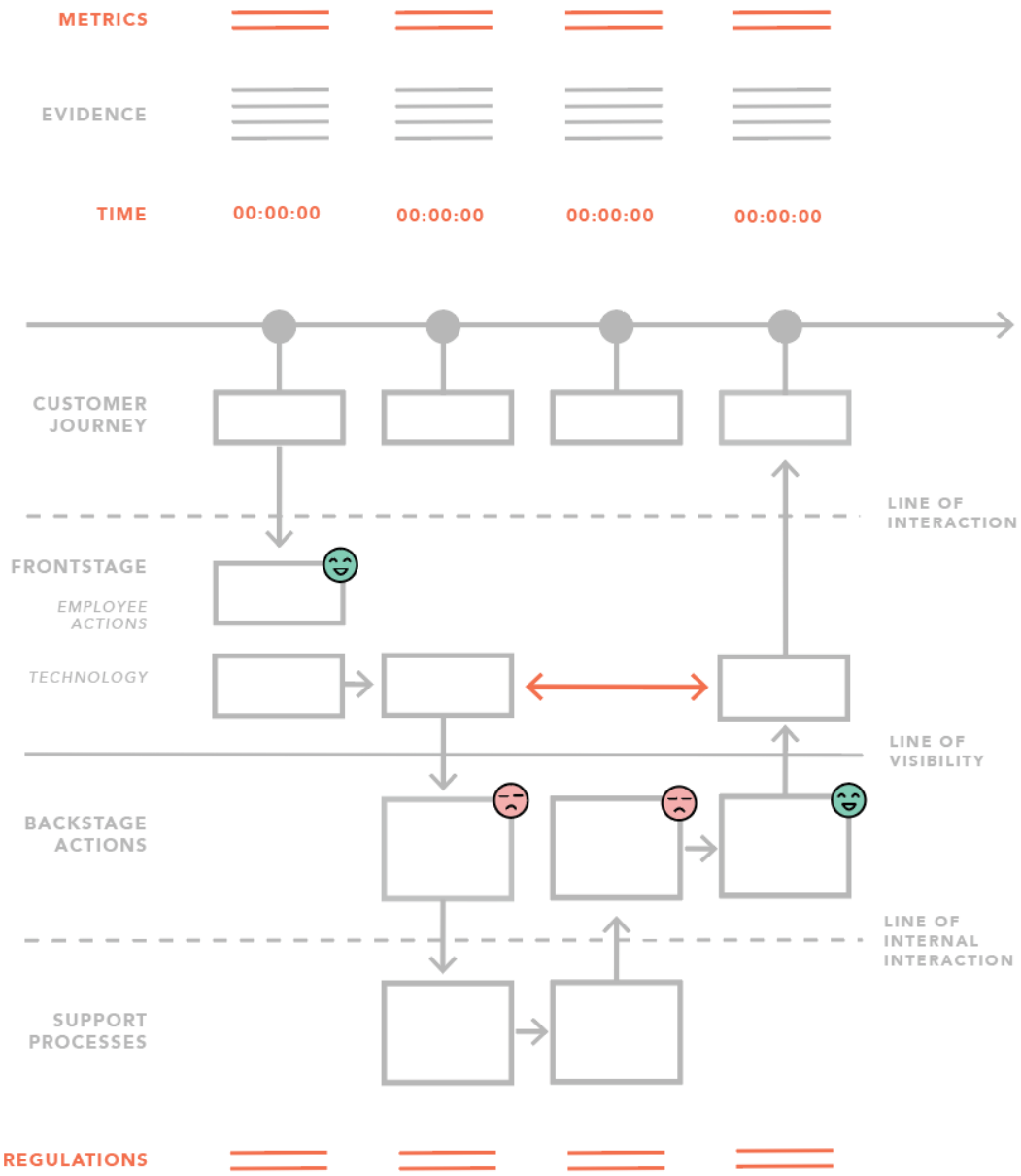
SERVICE BLUEPRINT *101*

A diagram that visualizes the relationships between different service components (people, props, and processes) that are directly tied to the touchpoints throughout the customer's journey.



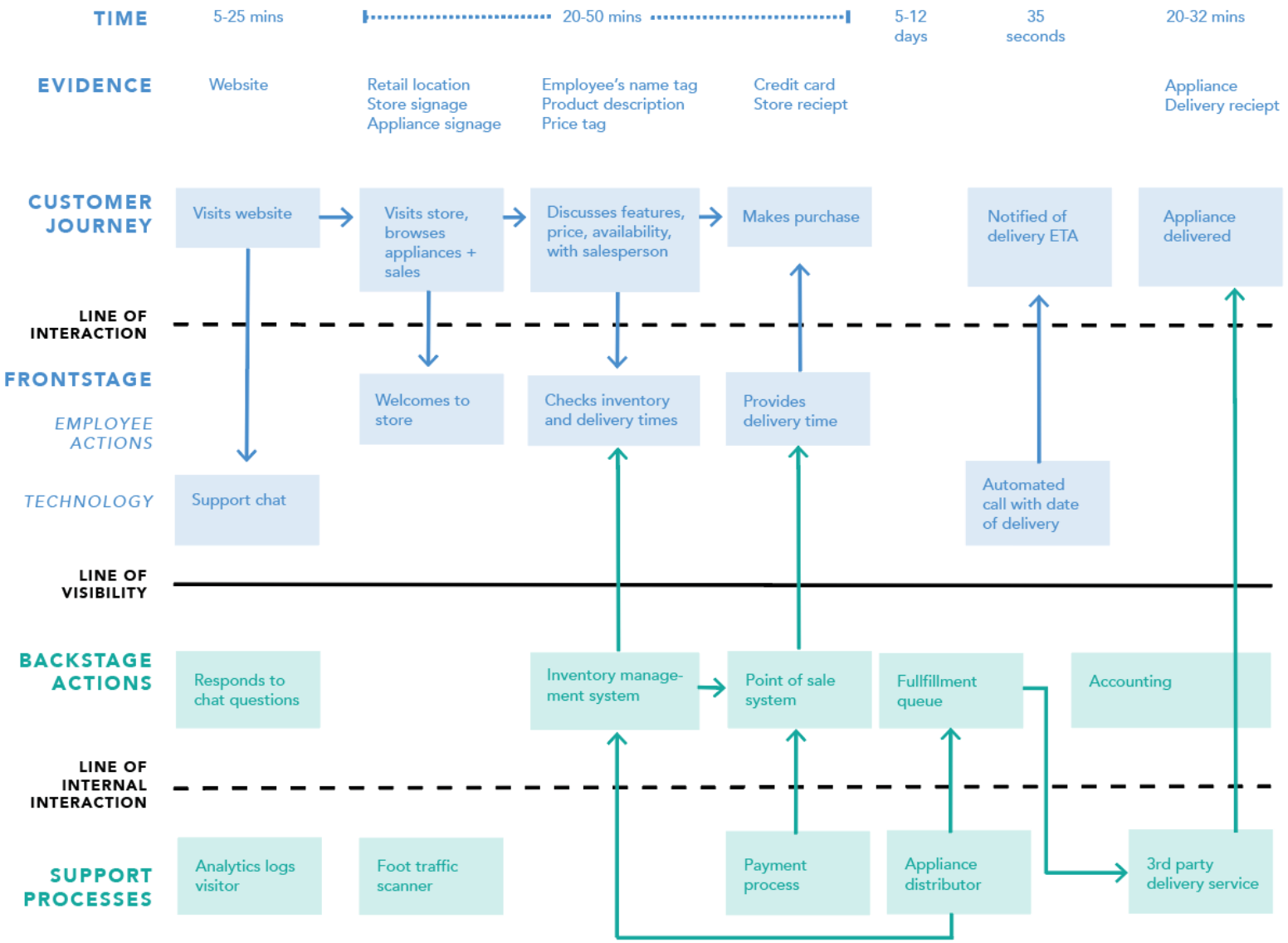
Nielsen Norman Group. Service Blueprints: Definition. Dostupné na: https://www.nngroup.com/articles/service-blueprints-definition/

SERVICE BLUEPRINT *Additional Elements*



Nielsen Norman Group. Service Blueprints: Definition. Dostupné na: https://www.nngroup.com/articles/service-blueprints-definition/

SERVICE BLUEPRINT *Example*



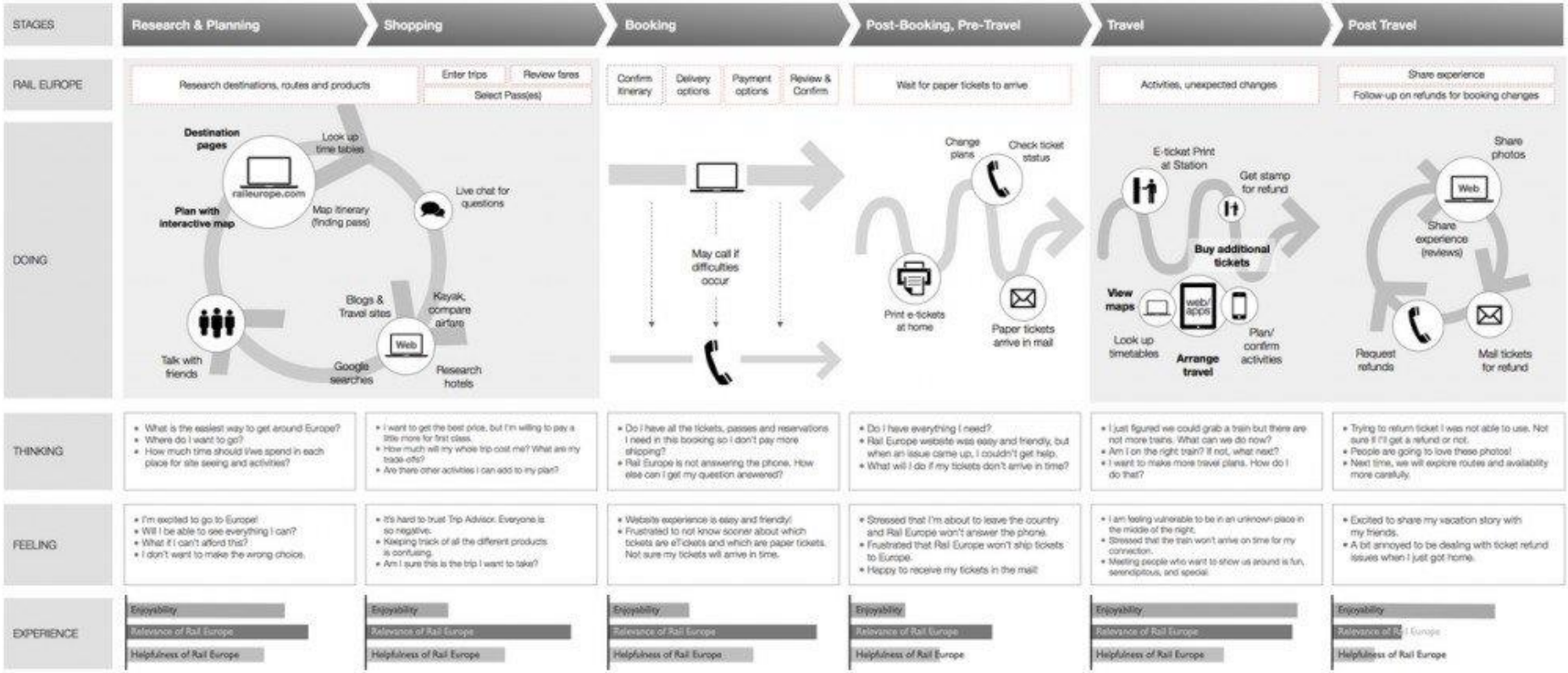
Nielsen Norman Group. Service Blueprints: Definition. Dostupné na: https://www.nngroup.com/articles/service-blueprints-definition/

Rail Europe Experience Map

Guiding Principles

People choose rail travel because it is convenient, easy, and flexible.	Rail booking is only one part of people's larger travel process.	People build their travel plans over time.	People value service that is respectful, effective and personable.

Customer Journey



Opportunities

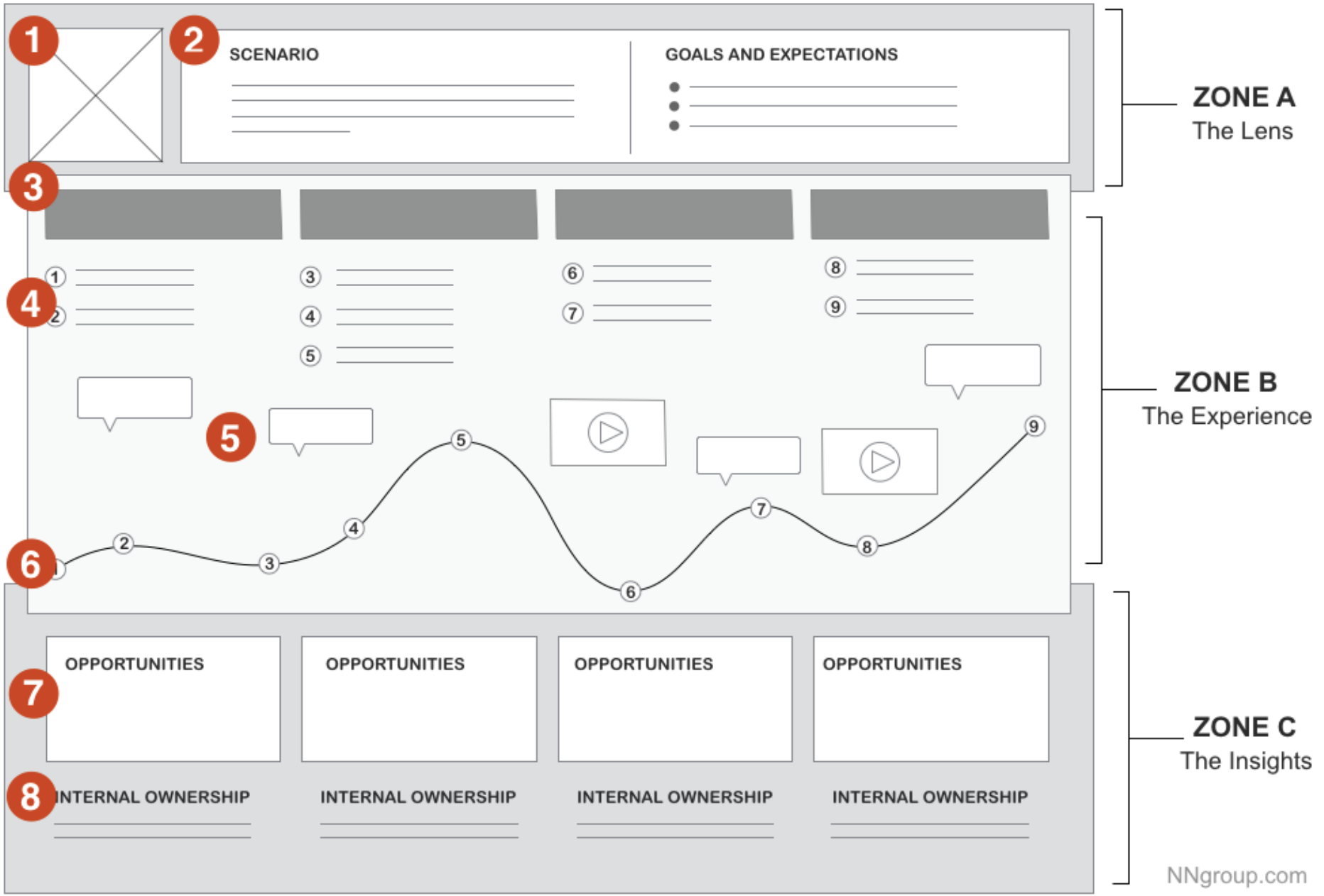


adaptive path

Experience Map for Rail Europe | August 2011

Risdon, Ch. (2011). Anatomy of an Experience Map. Dostupné na: https://articles.uie.com/experience_map/

Nielsen Norman Group. When and How to Create Customer Journey Maps. Dostupné na: https://www.nngroup.com/articles/customer-journey-mapping/



Další zdroje

- Wagner, Claudia-Maria & Huber, Bernd & Sweeney, Edward & Smyth, Austin. (2005). B2B e-marketplaces in the airline industry: Process drivers and performance indicators. International Journal of Logistics: Research and Applications. 8. 283-297.DOI: 10.1080/1367556050040739O.
- Nasoi, R. (2019.) 6 User Journey Mapping Examples: How UX Pros Do it. Dostupné na: https://conversionxl.com/blog/customer-journey-mapping-examples/
- Service Design Tools. Journey Map. Dostupné na: http://www.servicedesigntools.org/tools/8
- Nielsen Norman Group. When and How to Create Customer Journey Maps. Dostupné na: https://www.nngroup.com/articles/customer-journey-mapping/
- Nielsen Norman Group. Service Blueprints: Definition. Dostupné na: https://www.nngroup.com/articles/service-blueprints-definition/
- Havice, J. (2019). Customer Journey Maps: A Step-by-Step Guide. Dostupné na: https://conversionxl.com/blog/customer-journey-maps/