

浅谈服务营销在市场营销中的重要性

先明礼 李 婷

四川大学锦城学院 计算机与软件学院 四川 成都 611731

DOI: 10.18686/jsjxt.v1i13.1278

【摘要】随着产品质量和价格的日趋趋同,企业在竞争中的差异化优势难以建立,人性化和个性化的服务可以为消费者带来持久的乐趣。因此,企业建立以服务为导向的管理方式,努力满足客户需求,提高服务水平,拓展服务理念。为了在行业竞争中脱颖而出,在此基础上,笔者浅谈了服务在营销中的重要性。

【关键词】服务营销、市场营销、重要性

1 引言

当今社会,服务项目充斥在多种多样的营销和广告中。如今的社会,人民对于生活的享受要求越来越高,客户在意的不仅仅是产品的质量和产品的价格,更需要的是这个产品带来的特定或个性化服务,以便有一种受到尊重和自我实现的感觉。这种感觉带来了客户的忠诚度。最便宜的方式是改进服务质量,让顾客对本次的服务感到开心和满意,这样,客户才会更加的信任这个企业。正如米卢所说“态度决定一切”,只有提高服务水平,才能提升公司的名誉和知名度,从而促进公司的营销活动。

2 服务营销的概念

服务是一种有偿或无偿的活动,为他人做事并使他人受益。营销:它是了解市场需求,进入市场需求,根据市场需求进行销售,促进销售的一种方式。在提高产品的前提基础上,替消费者供给更高的服务技术、服务人员的态度、服务方面的周到,服务产品的全面等来让消费者内心感到愉悦,并且自己愿意为企业做宣传,愿意成为企业的“回头客”,愿意信任企业,这是一种走近人内心最快捷的营销方式。当今,我国的消费人员日渐强大,企业间的竞争也越来越严重,顾客的消费需求也产生了变化,其他企业做到的你没有做到,别人的业绩自然就更好,为了争取客户的满意和信任,企业必须更卖力的满足客户的合理需求,即使不合理也一定要有一个良好的态度,争取顾客的满意,争取顾客再次光顾,这样以服务换取顾客信任的方式,是最大程度的成本节约,也使得客户的内心满足感和利益最大化。

3 市场营销的概念

市场营销也被称为管理管理和教育的重要模块。营销是一种手段,它是企业为了提高产品的销售业绩而进行宣传、拓展市场的一种手段。营销主要是指公司人员为客户进行产品推广和销售的促销

方法。

4 服务营销在市场营销中的重要性

4.1 服务营销与传统营销

服务营销主要是关于产品的销售和服务方式的销售。然而,产品的销售和服务方式的销售的主要目的都是为了让消费者感到快乐和放心,并且愿意信任企业和回顾企业。然后,通过顾客的回购和宣传,达到让消费者放心,自己也获利,业绩的增长,和企业的强大,一个企业的好坏离不开顾客的口碑。从服务营销来看,把产品卖出去,这只是一个顾客的刚开始,后续的服务和保障以及顾客的满意程度才是这个企业销售的核心。如今的公司销售过程中,销售人员服务时周到、细心,重视消费者的要求和条件,有耐性完成顾客的要求。人们对服务质量的越发注重也体现了生活水平的进步。总而言之,与传统营销不同,服务营销销售的不仅仅是产品而且是服务质量,而传统营销方法销售单一产品而与人无关。这是两种营销最重要的不同点,表达了人们对生活享受的一种需求。

4.2 服务营销在市场营销中的重要性

服务营销在营销中的重要性可能在以下方面:首先,对比传统营销模式更好的是,它在传统营销基础上进行了改进,营销的不仅仅是某个产品,而是伴随着产品的服务方式。这样深入人心的营销模式可以让顾客快乐和放心,并且以此吸引更多的顾客前来,这对于提高公司的知名度和赞誉,对公司的进一步发展至关重要。再者,在购买过程中和顾客清楚地沟通,不但可以避免许多不必要的麻烦,让顾客对产品的优缺点充分了解后便不会多次询问,这样解决了顾客和销售人员的麻烦,而且顾客对产品的相关售后服务有充分的了解,便更加安心和信任该企业。好的服务营销可以改善客户对产品的使用和对公司的了解。这对企业在市场中的地址有着很大的作用。

5 服务营销中存在的问题

5.1 服务理念不够深入

虽然目前大家都清楚服务营销在市场营销中很重要,但是还是有许多人认为这只是一个噱头,随着服务营销的广泛化推进,许多公司按照传统营销的桎梏,使得公司下面的员工对服务营销更加不重视,又或者是并没有把这样的服务理念根深蒂固与内心,只是表面上做个样子而已。又或是售前十分重视,售后判若两人,如此次“奔驰漏油”事件,引出大量消费者不满,对奔驰这个汽车品牌以后的不好影响也是长久的,这就是服务不完备,态度差,导致的结果。然而,换个方面想,如果此次事件售后的态度和服务良好,消费者则会赞美该企业,并且对该企业产生信任,以此不仅提升了知名度,更让消费者对企业放心。所以,由此可见服务理念在营销中的地位。

5.2 企业对服务管理不重视

企业对服务管理不够重视,相关制度规范的制定缺乏严格性。这进一步使得企业员工的服务质量得不到有效提升,无法稳定产品的客户流量。客户留不住,业绩自然上不去,企业的发展也不好。同时,对服务质量好的员工实行奖励,对服务质量不好的员工实行惩罚,以此来提高大家对服务管理的重视程度,只要企业管理层面加强重视,下面的员工自然会放在心上,这对企业的发展十分重要。

5.3 企业对客户需求和范围有限

服务营销的有限概念:一些服务营销的有限概念是一些企业仍然未能及时更新人们消费水平不断提高的现象的服务理念。但是在实际的营销过程中,销售人员太过于关注交易方面的问题及产品本身的好坏,却不重视一个好的环境对顾客的影响,这让顾客对公司的负面想法较多,埋怨情绪较重,从而对公司有一个不好的印象,导致公司的口碑及业绩产生下滑。而一个好的环境则会让顾客感到愉悦和舒适,对企业的影响和好感会上升,所以,一个好的环境也十分重要。

6 强化市场营销中的服务营销的策略

6.1 在市场营销中树立服务营销的重要性

目前各个企业的产品质量和价格的差别越来越

小,同等情况下的质量也越来越相近,各行各业的竞争已经十分的激烈,所以让顾客在销售过程中感到满足和开心,并且以此留住客户,拉拢更多的客户,是提升业绩的重要途径。所以,公司的管理者们应该深刻认识到这一点,看清楚目前市场营销的发展趋势和顾客对购物的需求,让企业店销售员工们了解到优质的服务对客户和自身企业来说有多重要,以此树立服务在营销过程中所占据的主导性,让每位员工牢记服务,提升员工服务水平,提高客户满意度。它将启动公司的知名度和声誉,从而提升公司的巨大发展。

6.2 提高产品的质量

再好的服务也离不开产品的好坏,所以,在提高服务品质的同时保证产品质量的好坏显得尤为重要。一个公司好的口碑不仅需要好的服务,也需要产品的支持。比如近期“奔驰漏油”事件,之前口碑做的再好,后期产品质量跟不上,服务不到位,结果,目前的舆论已经下降,失去了客户的信任,失去了客流量。所以,不断提高产品质量,增强客户对产品的信任尤为重要。

6.3 加强与客户的沟通和交流

沟通的流畅性不仅关系到顾客的服务体验,也是企业服务品质的重要体现。为了满足客户的需求,客户对产品和服务的理念要有一定的了解,这直接反映了员工的技术水平。通过合理有效的沟通,了解到客户的需求和对产品以及公司未来发展的期望,了解到公司的不足和需要改进的方面,加以改正,能让顾客对公司更加信任和满意,同时对公司的前途有着密不可分的作用。再者,多与客户沟通,增强与客户之间的联系和感情,也方便日后的回购和后期宣传,这也极大程度上节约了营销成本。

7 结语:

总之,企业之间的竞争越来越激烈。也需要在服务营销方面下苦力,同等情况下,谁能抓住顾客的心,赢得顾客的满意,谁就能在竞争中成为佼佼者,好的服务营销在满足客户需求的同时,又能效地促进了业务运营的增长。

【参考文献】

- [1]樊学杰. 浅谈现代企业重要的营销模式——服务营销[J]. 科技创新与生产力, 2014(05): 26-27+29.
- [2]郭国庆, 杨明海, 杨洁, 战梦霞. 营销科学的新问题: 便利理论的研究评述及启示[J]. 经济与管理评论, 2012, (04).
- [3]克里斯廷·格罗鲁斯, 姚亚男, 韦福祥. 服务逻辑的修正——基于价值创造的观点[J]. 天津商业大学学报, 2012, (02).
- [4]孙大鹏, 汪波, 李晓轩, 黄鹏. 动态市场营销组合策略探讨[J]. 西安电子科技大学学报(社会科学版), 2013, (03).