

المحور السادس - الخدمات الصناعية

1- تعريف الخدمات الصناعية:

عرف الباحثان (Kotler et Armstrong) الخدمة على أنها "نشاط أو منفعة يقدمها طرف ما إلى طرف آخر، بحيث تكون أساسا غير ملموسة، ولا ينتج عنها أي تملك، كما أن إنتاج أو تقديم هذه الخدمة يكون مرتبط بمنتج مادي أو غير مرتبط به".

أما الباحثين (Bitner et Zeithamal) فقد عرفا الخدمة على أنها "عبارة عن أفعال، عمليات (أعمال) وإنجازات، ويقولان أيضا أن المفهوم الكلي الذي يعرف الخدمات، هي أنها كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية، وهي عموما تستهلك في الوقت الذي تنتج فيه، وتقدم قيمة مضافة مثل (التسليّة، اختصار الوقت، الراحة أو الصحة) وهي بشكل أساسي غير ملموسة لمشتريها".

إن تطور الخدمات الصناعية هو نتيجة لثلاثة عوامل رئيسية:

- نمو الإنتاج الصناعي الذي يستهلك المزيد من الخدمات؛
- أخرجة الأنشطة التي ليست في صميم اختصاص المؤسسات
- ظهور الخدمات الإلكترونية، والأسواق الإلكترونية...

2- خصائص الخدمات الصناعية: وتتمثل فيما يلي:

أ- اللاملموسية واللامادية

يلجأ المسوقين لجعل الخدمات أكثر ملموسية لتخفيض عدم التأكد في جودة المنتجات من طرف الزبائن باستخدام الطرق التالية:

- الأفراد.
- المكان.
- المعدات والبنية التحتية.
- ب- التلازمية.

ج- صعوبة تنميط الخدمة (تغيرها وتنوعها).

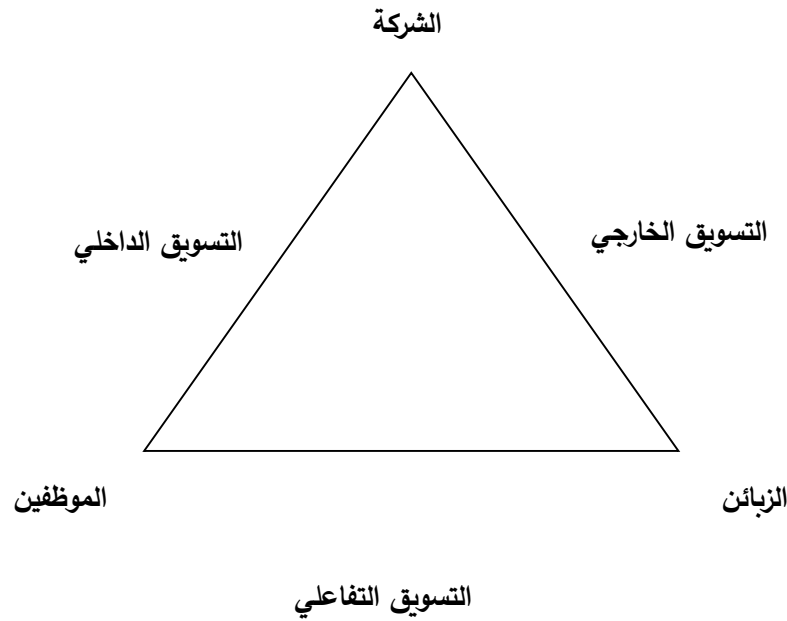
د- قابلية التلف وعدم قابلية التخزين (الفنائية).

هـ- عدم الملكية

و- الجودة المدركة من طرف الزبائن: نظرًا لخصائص الخدمات يجب ألا يضمن التسويق جودة الخدمة فحسب بل يجب أن يدمج العوامل الأخرى التي تؤثر على الجودة المدركة من طرف الزبائن، ويتضمن ذلك خصوصاً تعنية الموظفين الذين هم على اتصال مع الزبائن من خلال ما يلي:

- التسويق الخارجي.
- التسويق الداخلي.
- التسويق التفاعلي.

والشكل الموالي يبين الأنواع الثلاثة لتسويق الخدمات الصناعية



3- تصنيف الخدمات الصناعية:

يمكن تصنيف الخدمات الصناعية حسب المجالات التالية (MALAVAL et BENAROYA):

1- الخدمات التي يفرضها القانون أو اللوائح: وهي:

- المدققين القانونيين.
- المهندسين المعماريين.
- هيئات المراقبة.

2- الخدمات العامة المرتبطة بعملية وإستراتيجية الإدارة:

تتعلق بجميع الخدمات التي تستخدمها الشركات لتحسين إدارتها.

3- الخدمات المرتبطة بعملية الإنتاج: تتعلق بجميع الخدمات التي تشارك بشكل مباشر في عملية الإنتاج .

4- الخدمات المرتبطة بالعملية التجارية: وهي خدمات مرتبطة بالمنتج تعمل على تحسين الأداء بهدف تعزيز رضا الزبائن.

5- الخدمات العامة المرتبطة بالعمليات العامة: في كثير من الأحيان تساهم الخدمات التي يقدمها مقدموا الخدمات في إنتاج الشركة الزبون وفي تحقيق رضا الزبائن النهائيين، وبالتالي فإن الخدمات العامة تجمع الخدمات التي تساهم بشكل غير مباشر في إنتاج الشركة من خلال المساهمة في حسن أدائها العا، وغالبًا ما يتم الاستعانة بمصادر خارجية لعدم توفر الكفاءة الداخلية، أو لأن النشاط غير استراتيجي للشركة، أو لأن التكاليف أقل أو الجودة أحسن للمزود الخارجي.

د/ ص. مناني.