

Uslužno osoblje kao ključni element marketing strategije organizacije

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 10 | Nivo: Fakultet za uslužni biznis

SADRŽAJ

Uvod	2
Ljudi u procesu pružanja usluga.....	3
3. Personal za kontakt sa potrošačima.....	4
4. Mogući izvori nezadovoljstva uslužnog osoblja.....	5
Ciklus neuspeha, osrednjosti i uspeha.....	6
Regrutovanje, selekcija i osposobljavanje zaposlenih.....	7
Izgradnja privrženosti kod uslužnog personala.....	8
Zaključak.....	10

- 1 -

UVOD

U svakodnevnom životu srećemo se sa terminom usluge i to u skoro svim sferama života.

Na jednoj strani su davaoci usluga – uslužno osoblje pod kojim se podrazumevaju ljudski resursi koji su zaposleni u kompaniji koja pruža usluge potrošačima.

Prilikom davanja i primanja usluga ostvaruje se kontakt između zaposlenih tj. osoblja koje daje usluge i naziva se terminom uslužno osoblje i korisnika usluga – potrošača.

Ugled jedne kompanije i ukupan bilans poslovanja zavisi od ostvarenog odnosa poslodavca i uslužnog osoblja kao i odnosa uslužnog osoblja prema potrošaču.

Da bi jedna kompanija dobro poslovala uslužno osoblje treba da bude visoko stručno osposobljeno, bez ličnog nezadovoljstva, sa odgovarajućom zaradom i perspektivom za napredovanje na poslu kao i da bude privrženo kompaniji u kojoj je zaposleno.

- 2 -

Ljudi u procesu pružanja usluga

Ulogu koju igraju osoblje organizacije i njeni potrošači je jako važna i vidljiva. Interakcija između potrošača ili klijenta i organizacije nalazi se u središtu same usluge. Za potrošača svaki tip kontakta predstavlja trenutak istine. Konkurentska performansa kompanije se može unaprediti prepoznavanjem doprinosa ljudi u sticanju i zadržavanju potrošača u okviru marketing miksa.

Ljudi kao deo marketing miksa imaju za cilj da shvate i prepoznaju različite uloge koje osoblje u organizaciji ima u uticaju na zadatke i kontakt sa potrošačem. Po Judd-u postoje četiri grupe zaposlenih u organizaciji.

OBUHVAĆENI KLASIČNIM NISU NEPOSREDNO

MARKETING MIKSOM OBUHVAĆENI MARKETING MIKSOM

UČESTALI ILI

PERIODIČNI KONTAKT CONTRACTORS MODIFIERS

SA POTROŠAČIMA

REDAK ILI

NIKAKAV KONTAKT INFLUENCERS ISOLATEDS

SA POTROŠAČIMA

Contractors, su deo zaposlenih koji imaju učestali ili periodični kontakt sa potrošačima i veoma su angažovani i u drugim marketing aktivnostima. Njihovi zadaci su da brzo reaguju na potrebe potrošača, da budu uključeni u planiranje i izvršenje marketing strategije i moraju biti osposobljeni i motivisani.

Modifiersi, su ljudi koji imaju čest kontakt sa potrošačima ali ali nisu mnogo angažovani u klasičnom marketing aktivnostima. Njihova značajna uloga je u uslužnom biznisu i potreban im je visok nivo sposobnosti u oblasti odnosa sa potrošačima. Kod ove vrste zaposlenih jako su bitne performanse osposobljavanja i kontrolisanja.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com