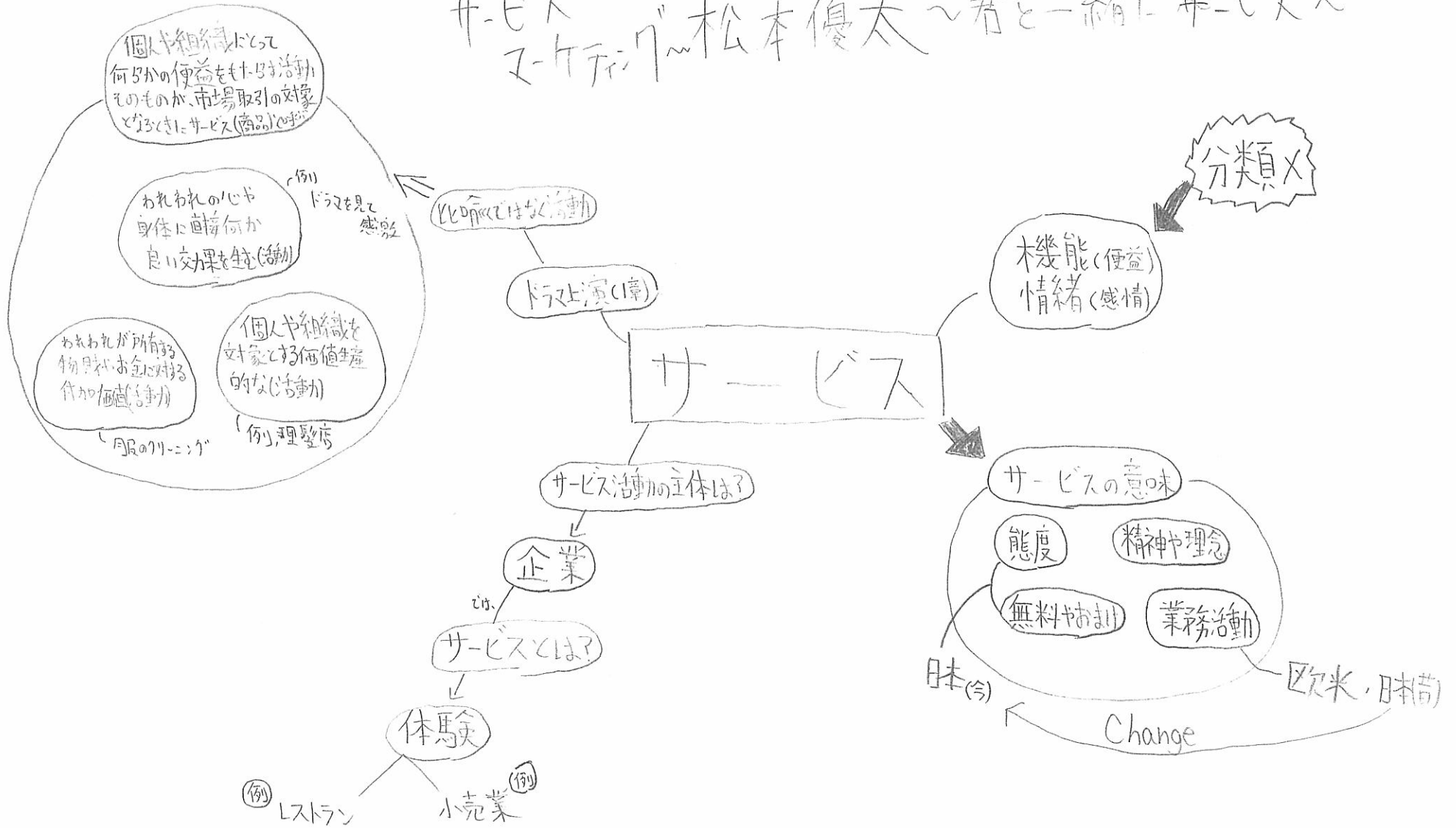
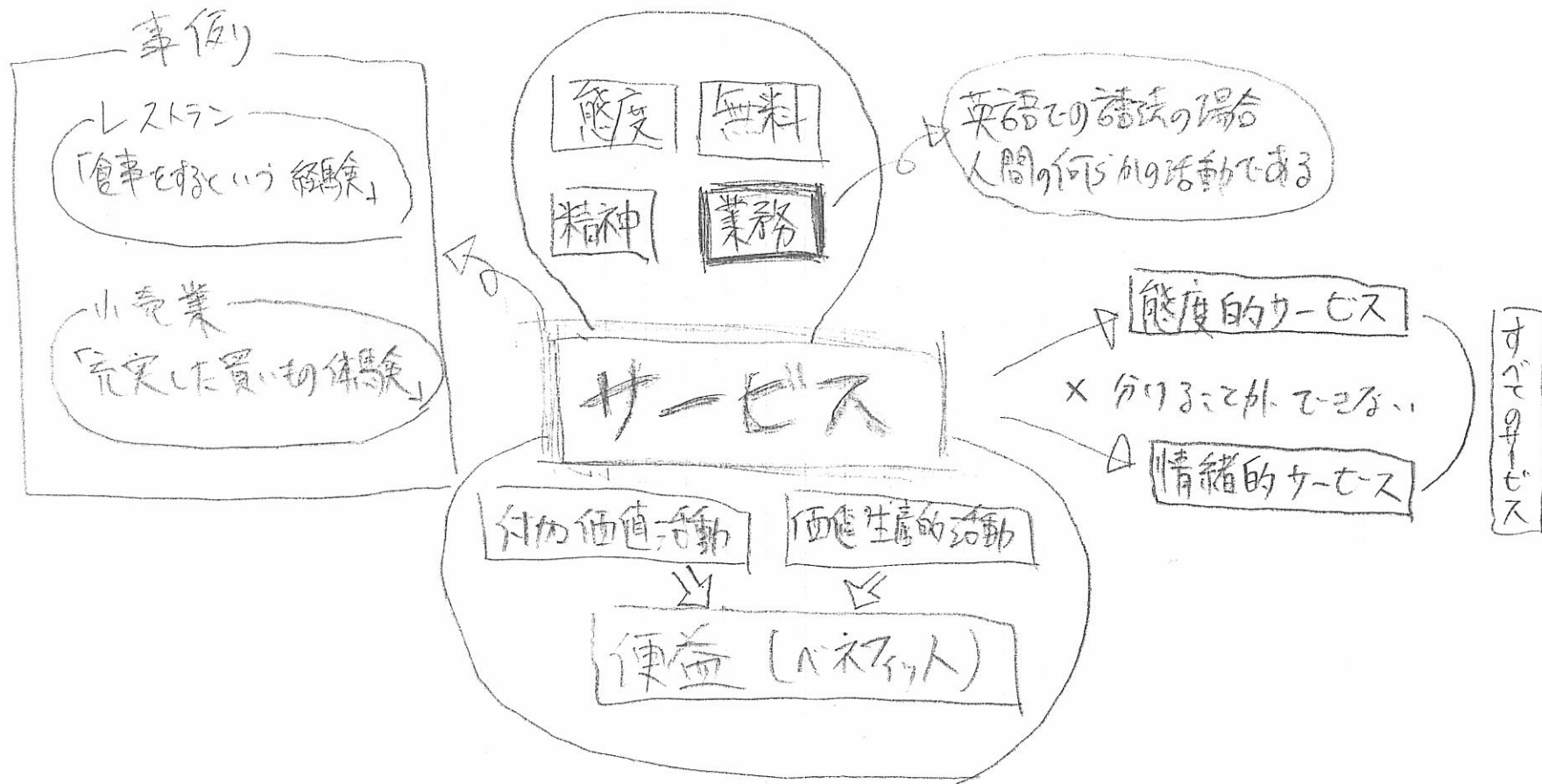
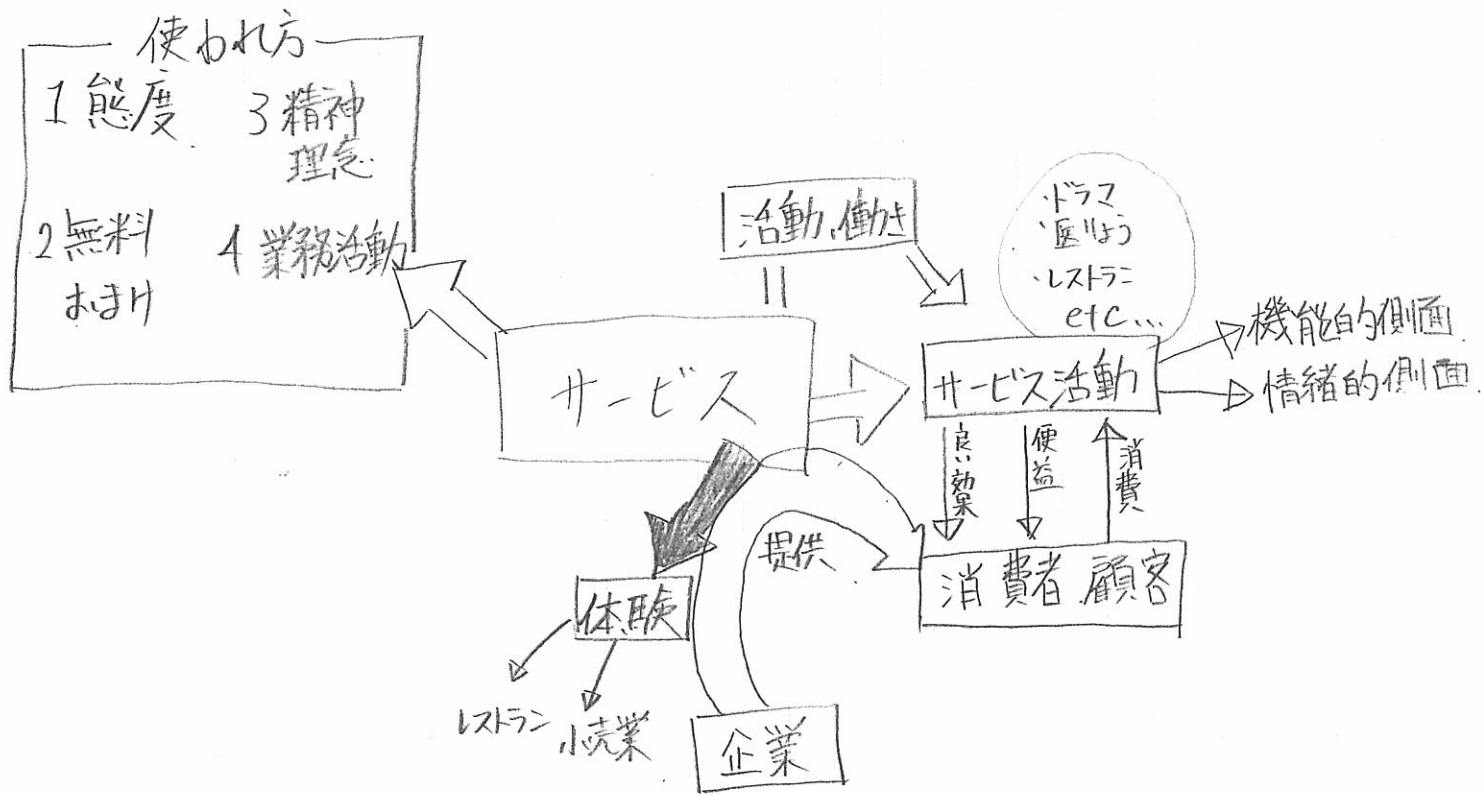


サービスマーケティング 松本優太 ~君と一緒にサービスへ



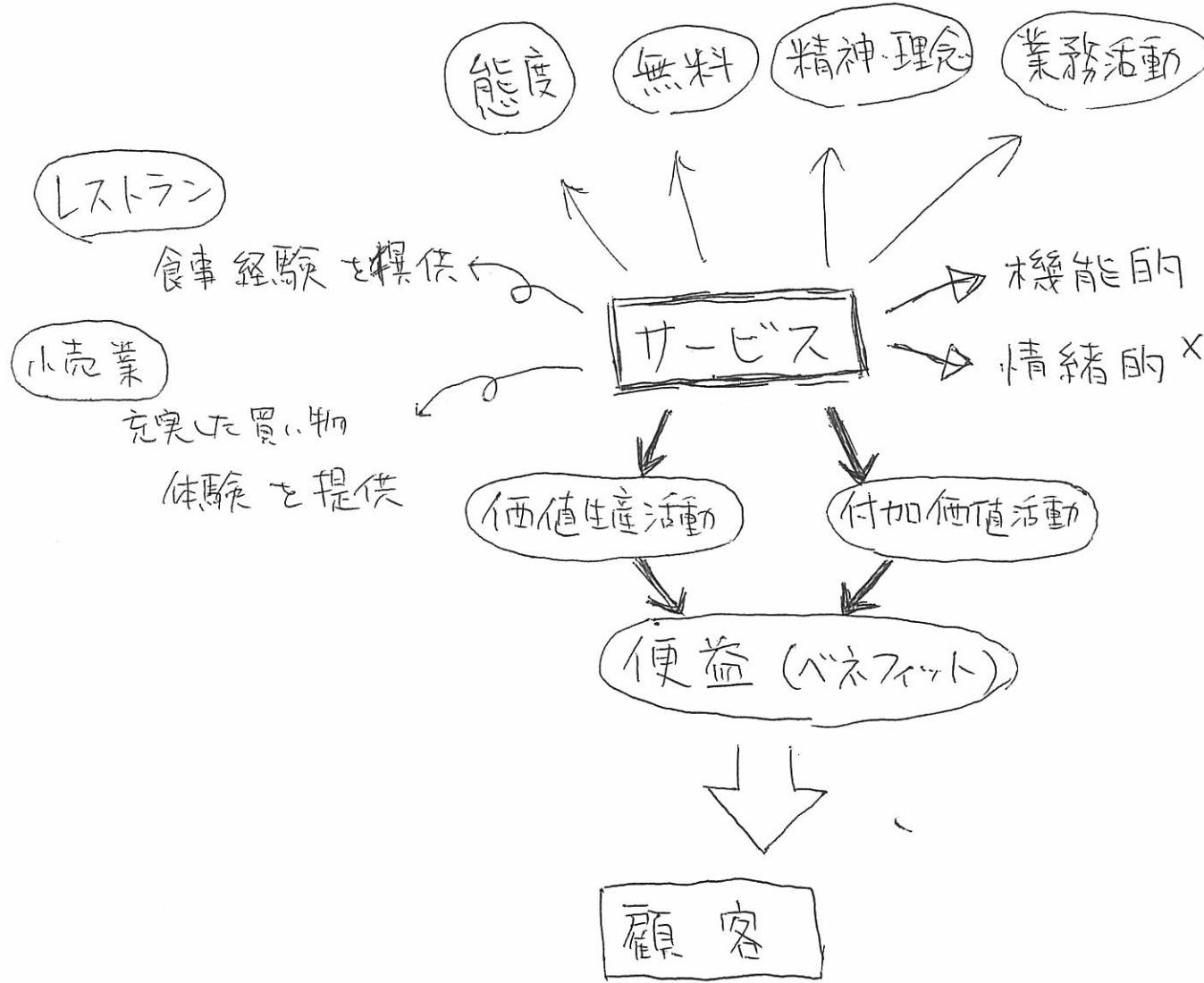
分類×

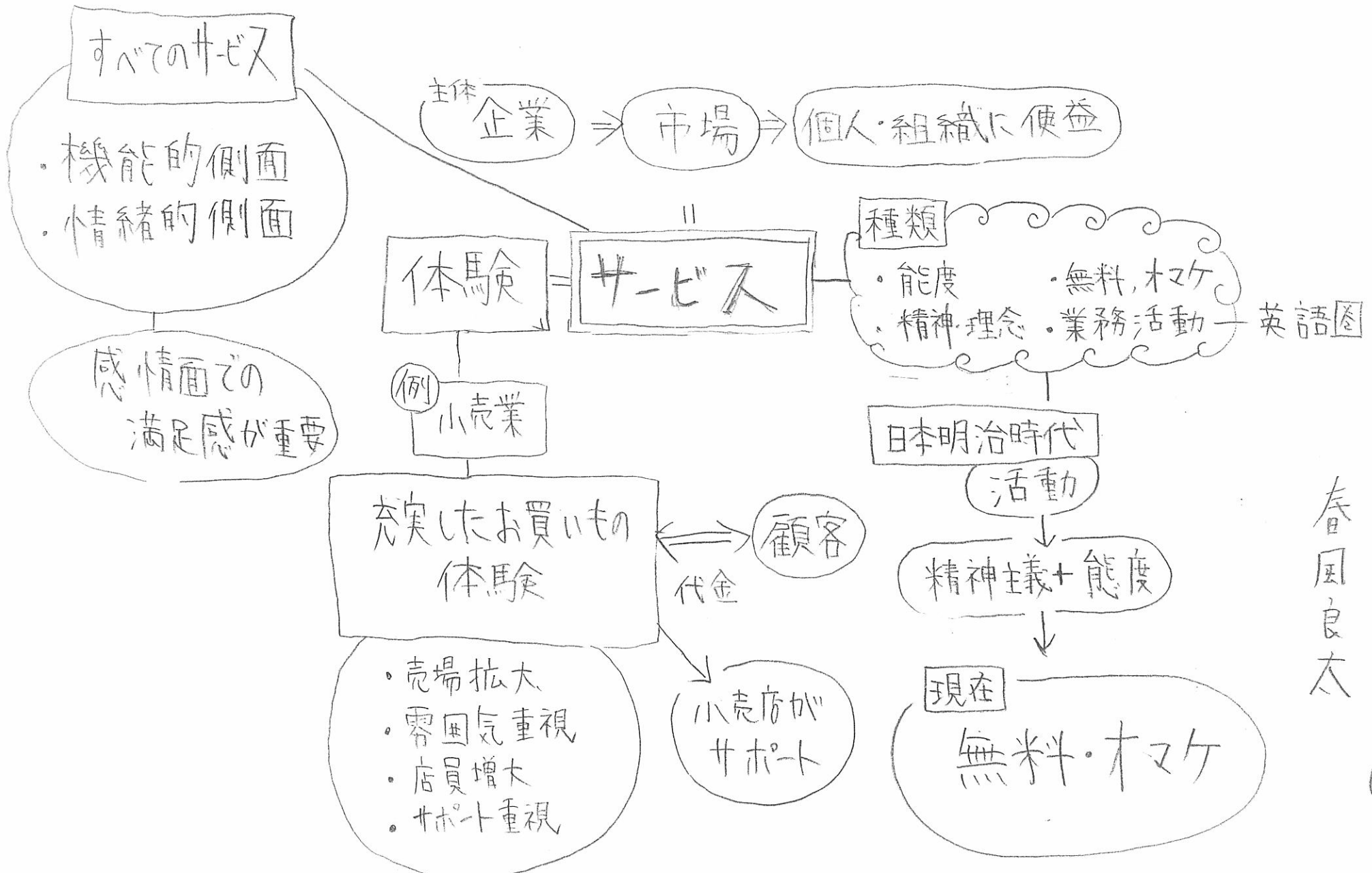




①

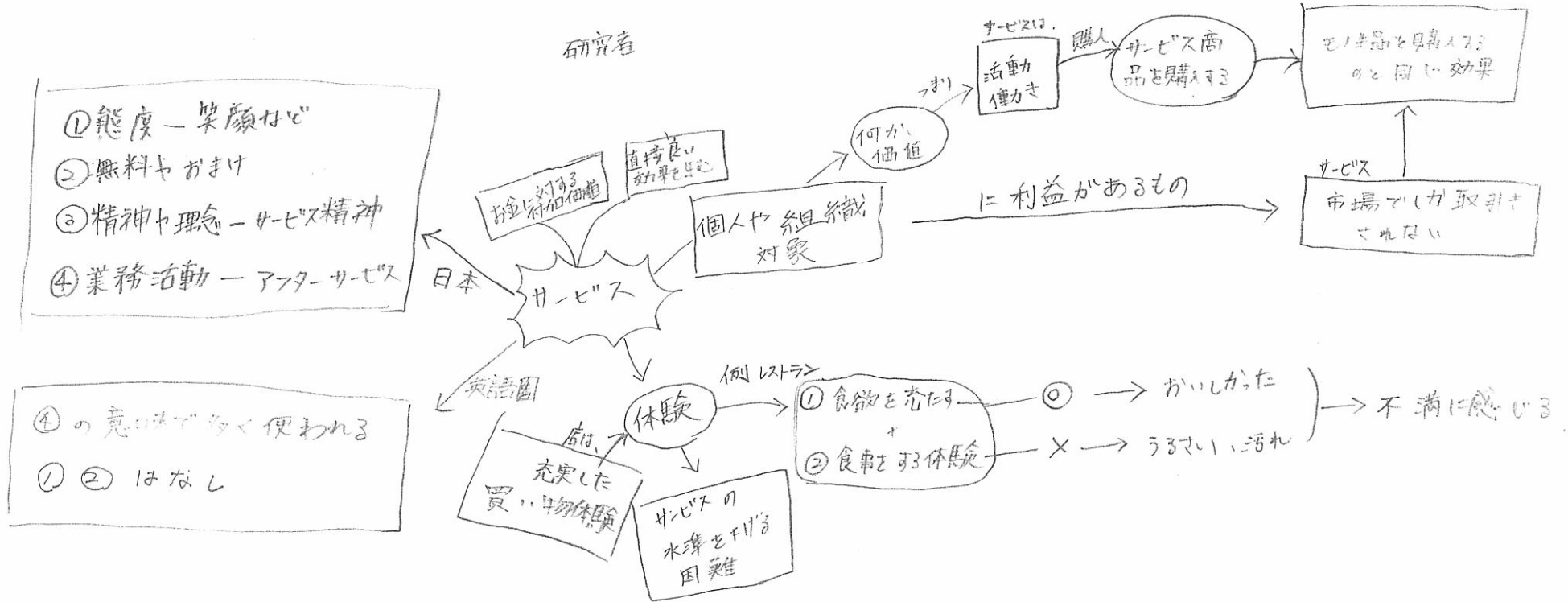
タイトル「サービスの種類・商品としての形」

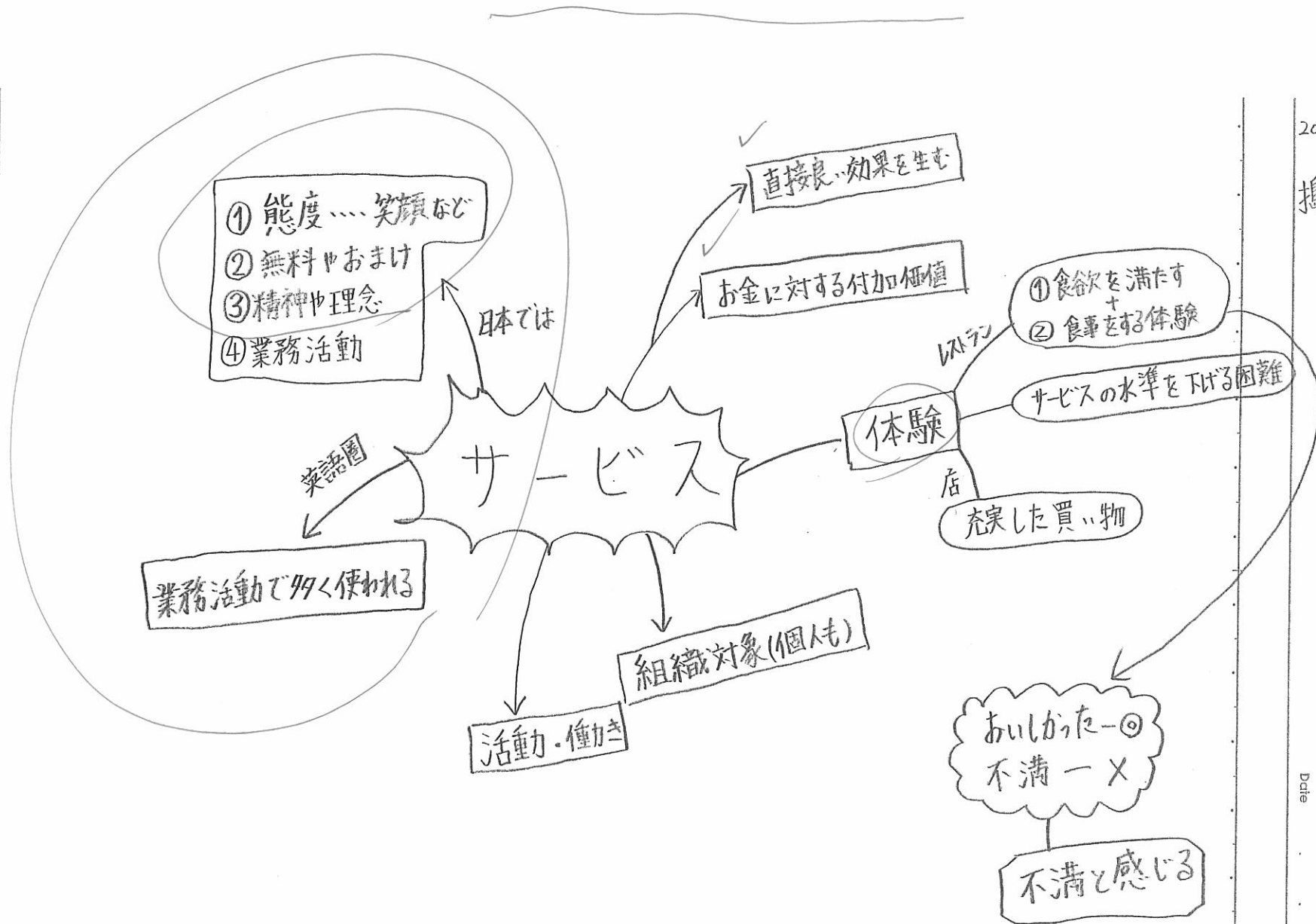




第三章 商品としてのサービス

橋本直人





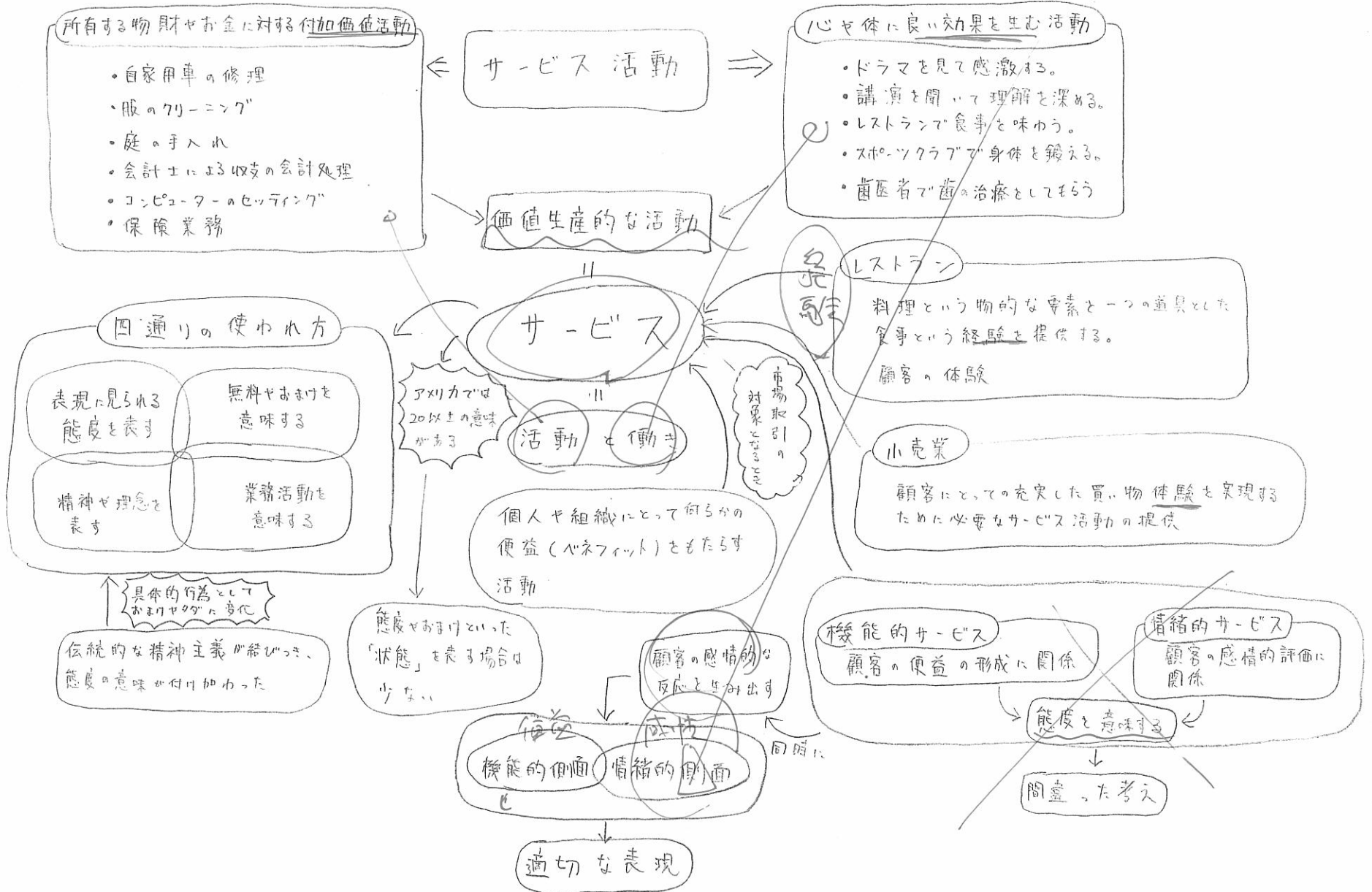
第3章 商品としてのサービス

71.

Et

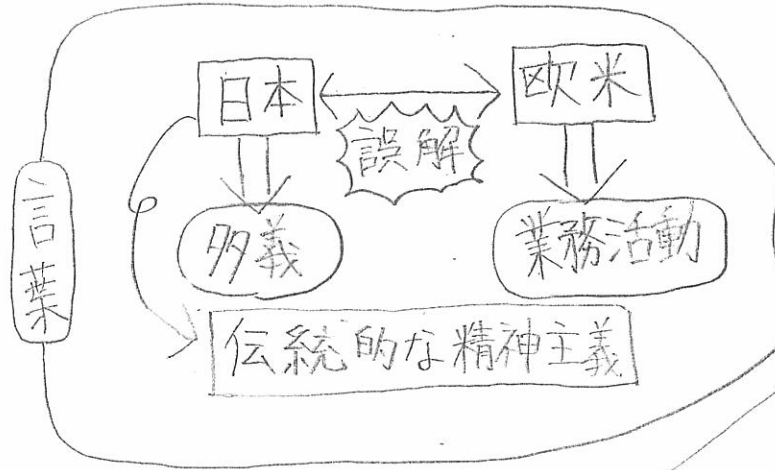
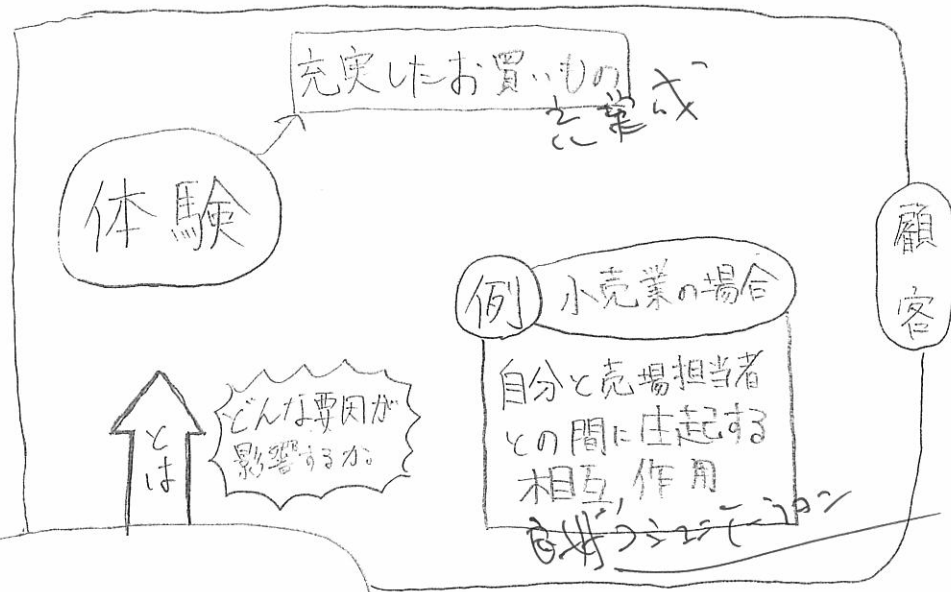
20811225

土田 和哉



お金のやり取り
" 行為に立つ "

サービス

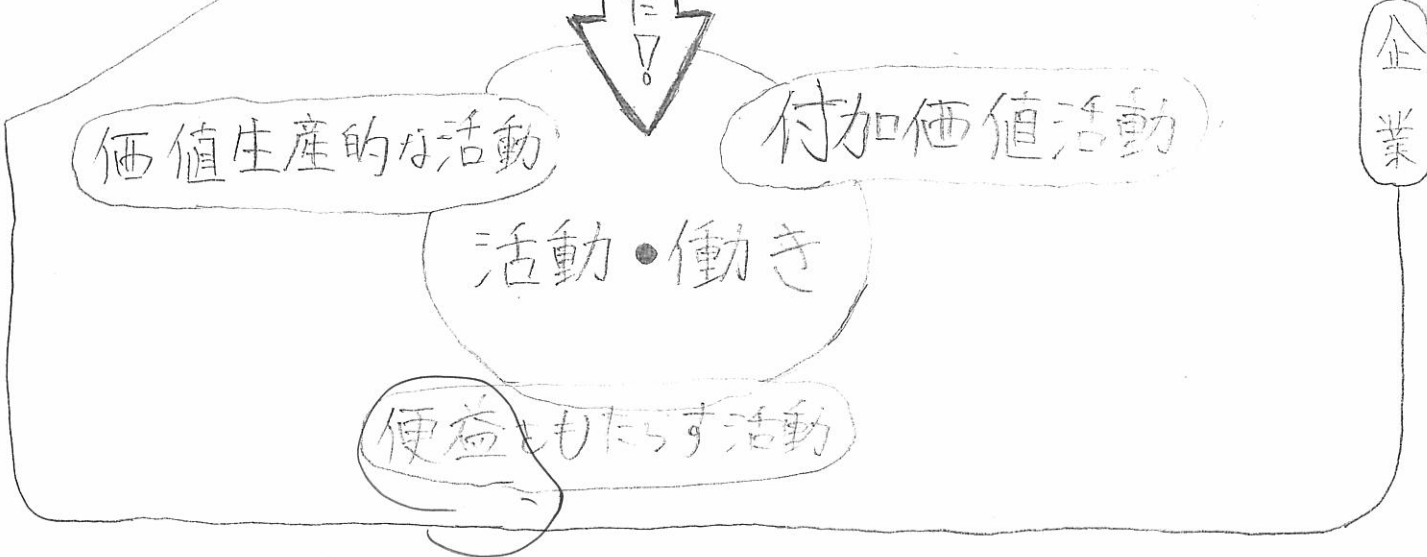


サービス

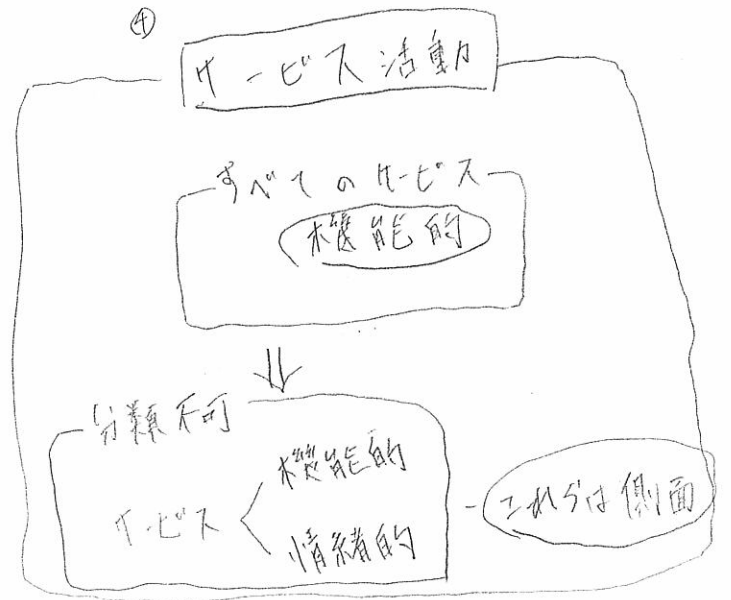
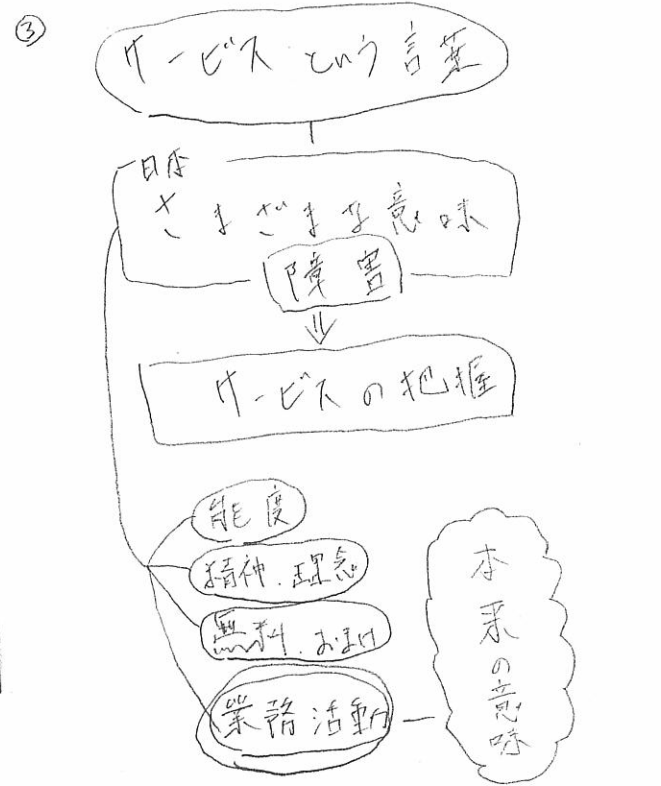
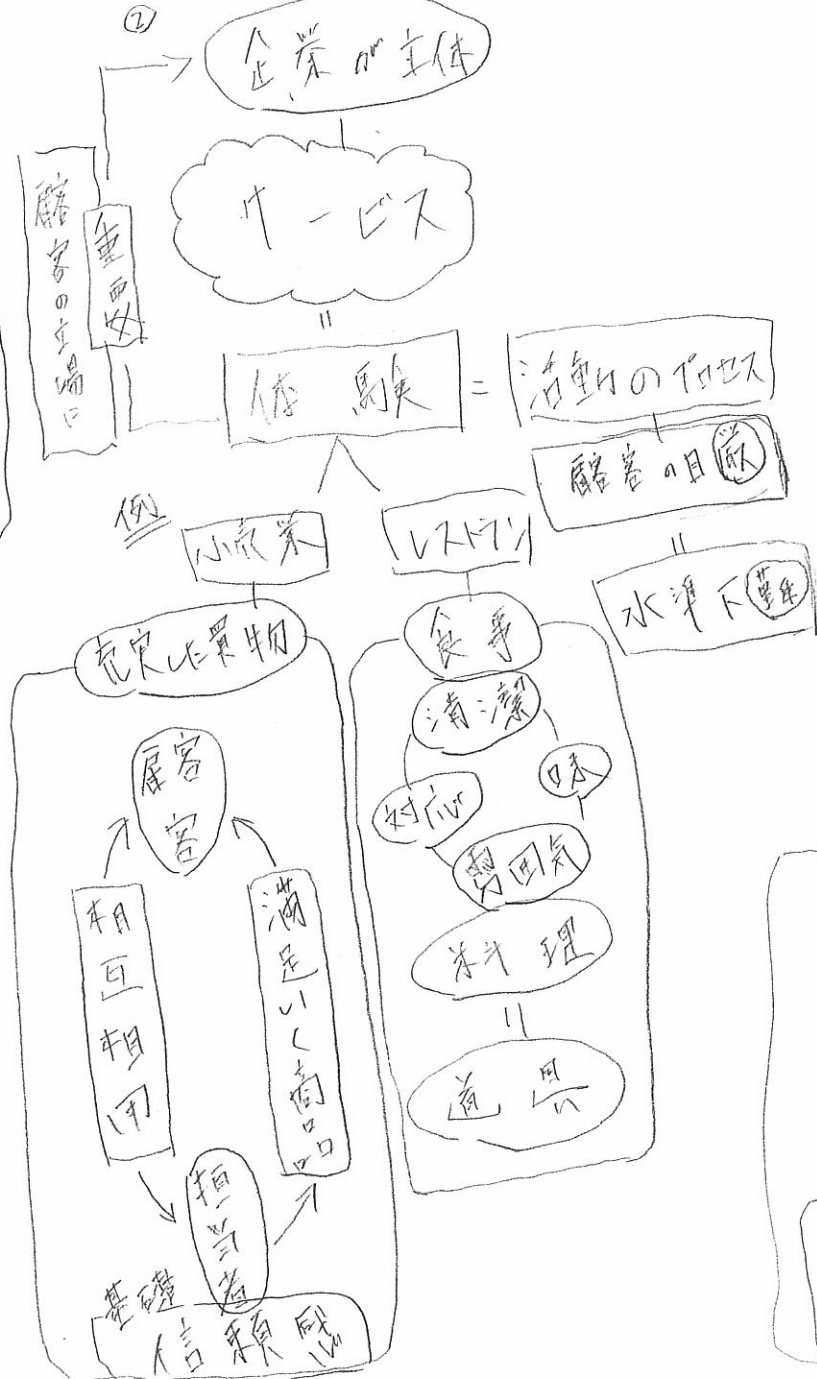
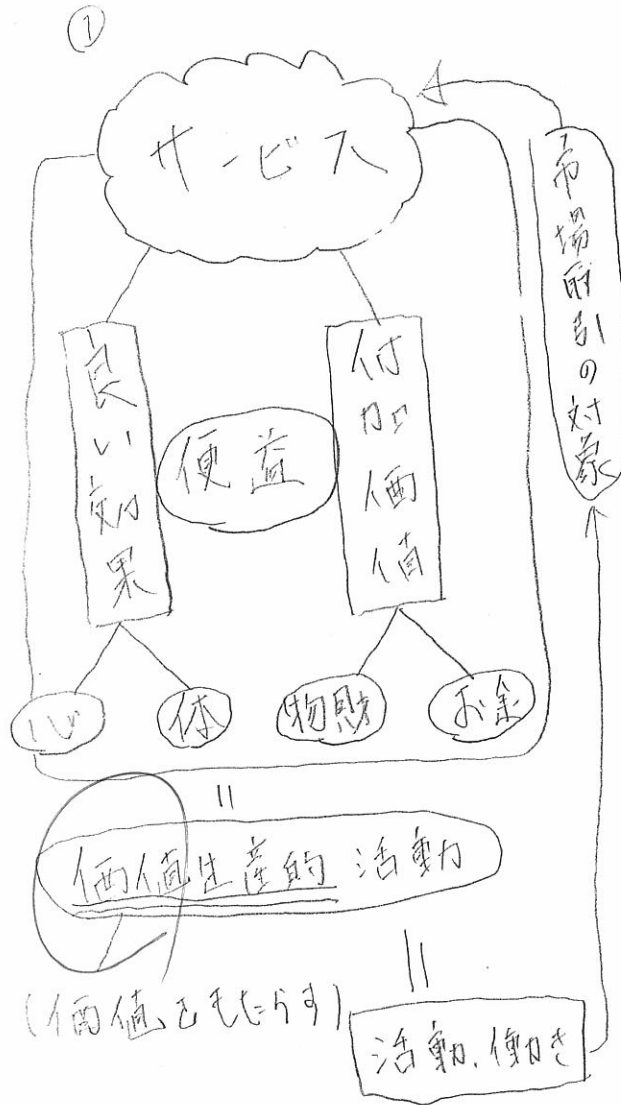
↑とは
どんな要因が影響するか

↓とは
市場で取引される活動

自分自身のサービスの活動



20811228
Taishi.



34

人云計たによる
人云計処理

自家用車の修理

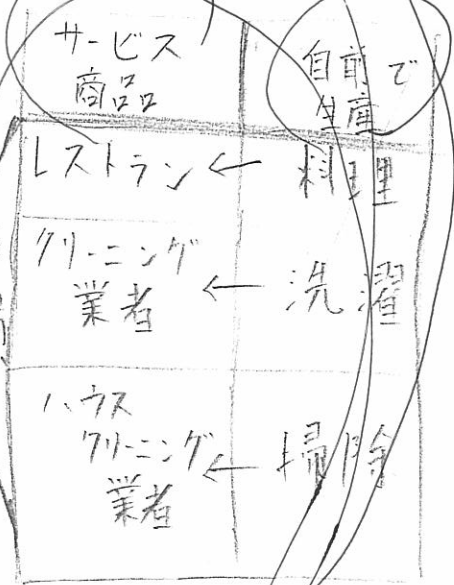
コンビニータ
セッティング

服のクリーニング

保険業務

個人や組織
を対象とする
価値生産的
な活動

所有する物財や金に
対する付加価値
活動



サービス

良い心影細音
心体

ストッククラブ
を身体を鍛える
歯医者
歯の治療
レストラン
美味しい食事

言葉の使い方

無料おまけ

「本日のサービスは無料」
「おまけ物はサービスです」

「いつもニコニコでサービス満点だね」

従業員自覚態度

精神・理合心

サービス精神に徹する

営業活動

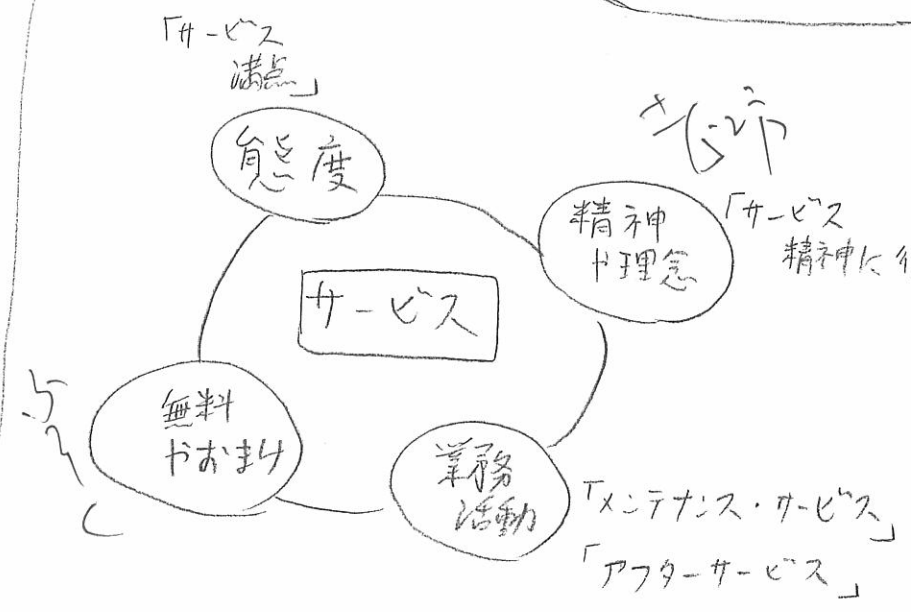
アフターサービス

メンテナンスサービス

誤解
 存在しない
 機能的サービス
 情緒的サービス
 ⇒ ⊕ 感情 ⇒
 機能的側面
 情緒的側面

定義

個人や組織を
 サービス = 対象とする価値生産的な活動
 (商品) ← (何らかの便益をもたらす活動が市場取引の対象となる)



サービス = 体験
 (企業 ⇒ 顧客)

