

初级经济基础:服务营销策略复习资料经济师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/539/2021\\_2022\\_\\_E5\\_88\\_9D\\_E7\\_BA\\_A7\\_E7\\_BB\\_8F\\_E6\\_c49\\_539623.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/539/2021_2022__E5_88_9D_E7_BA_A7_E7_BB_8F_E6_c49_539623.htm) 第二十一章 产品和服务策略介绍了产品层次与产品分类、产品组合和产品线策略、服务与服务营销策略。通过本章的考试，让考生理解产品和服务的含义，知道产品和服务策略是企业战略和营销的重要组成部分，掌握产品的分类和服务的特点，能够正确运用产品和服务营销策略。

**服务与服务营销策略**

1.了解服务的定义 服务是无形的活动和过程，其结果一般不会导致所有权的产生，如娱乐、教育、医疗等。

2.掌握服务有别于实物产品的四个特点 与实物产品相比，服务的四个特点分别是：(1)无形性。这是服务与实物产品最基本的区别。(2)同步性。服务的提供和消费是同时进行的。(3)异质性。由于服务的无形性和同步性，就不会有两个完全一样的服务。(4)易逝性。服务无法存储，也很难被转售和退回。

例题6：一场演唱会无法等到结束后再进场观看，是属于( )。 A. 无形性 B. 同步性 C. 异质性 D. 易逝性 答案：D

3.掌握服务营销组合的各项策略 服务企业在制定营销策略时就必须在传统的营销组合策略基础上关注三个问题：(1)人员。包括所有与提供服务的过程相关的人员。 提供服务的企业员工. 购买和接受服务的顾客. 其他顾客. 由于服务企业员工、顾客和其他顾客都在服务的提供和质量评价中起着重要的作用，他们作为人员因素成为了服务营销组合中的一项重要策略。(2)有形化。服务的无形性阻碍了顾客对服务的评价和选择，因此设法将服务化无形为有形，努力提供有形的服务“证据”，就成为了服务营销

组合中的一项策略，可以包括很多具体的形式。(3)过程。服务是一个动态的过程，因此实际的服务流程和提供方式是顾客判断服务质量的依据。对服务过程的设计和对服务人员的要求，成为服务成功的重要保障。

4.掌握服务营销战略的三方参与者和内部营销、外部营销、交互营销的决策内容 服务的对象是顾客，服务营销战略的核心就是要始终关注顾客，所有的策略和过程都应该以顾客为基础。服务企业的营销战略应当包括企业、员工和顾客三方参与者，以及内部营销、外部营销和交互营销三个方面。

外部营销 内部营销：企业对其服务人员的培训和管理，对象不仅包括直接服务于顾客的前端服务人员，还包括服务企业内后台的后勤和支持员工。

交互营销：服务人员向顾客提供服务、使顾客满意的过程。

例题7：企业对其服务人员的培训和管理属于( )。

A. 外部营销 B. 内部营销 C. 交互营销 D.双向营销 答案：B

5.熟悉交互营销决策中技术质量和职能质量的含义 顾客对服务企业所提供服务的满意程度，会受到“技术质量”和“职能质量”两个因素的影响。技术质量是指服务人员的技术水平。职能质量是指在提供服务的过程中，顾客是否受到了足够的关注，如接待人员的热情及时、相关知识的沟通等等。“技术质量”和“职能质量”是企业内部各个部门的员工向顾客提供的，是服务企业获得竞争优势的重要因素。

100Test 下载  
频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问  
[www.100test.com](http://www.100test.com)