

# 市场营销中服务营销的作用及实践路径

郭泽轩<sup>1\*</sup> 冯燕华<sup>2</sup>

1. 海南省教育厅, 海南 571158

2. 海南师范大学初等教育学院, 海南 571158

**摘要:** 随着社会的不断进步, 人民的生活水平在不断提高, 消费需求也发生了变化, 消费需求的变化让服务逐渐成为一种营销组合的重要元素。在竞争日趋激烈的社会经济下, 只有提供优质的服务, 通过服务, 提高顾客满意度和建立顾客忠诚, 也就是所谓的“服务营销”逐渐成为企业立足和持续发展的关键。为此, 本文就市场营销中服务营销的作用及实践路径进行研究分析。

**关键词:** 市场营销; 服务营销; 作用; 实践路径

## 一、服务营销的概念

服务的主要目标是满足服务对象的需要, 可为服务对象提供有形产品或者无形产品, 另外, 还可为服务对象提供由软硬技术所形成的产品。在市场营销中, 要求明确市场需求, 并应用策划、推广等方式, 营造良好的营销氛围, 进而推进产品推进。由此可见, 对于市场营销, 可作为推广工作, 是一项提升产品水平以及服务大众的活动。消费者在消费过程中, 不仅会对产品要求较高, 而且对于消费过程中的情绪也比较重视, 要求享受优质的营销服务。这种消费需求的变化也对市场营销提出了新的要求, 在市场营销中, 不仅需要采取有效措施提升营销业绩, 同时还应不断提升营销服务质量<sup>[1]</sup>。

## 二、服务营销的特征

第一, 服务营销在评价上具有不可量化性与隐蔽性, 服务营销无法如同产品的质量、价格一样进行直观量化, 无法在短时间内让消费者通过产品质量及价格的变动对其进行评价, 服务营销效果的体现需要一个具体的过程。因此, 工作人员在实际开展服务营销时, 应遵循循序渐进原则, 注重服务营销过程的完善性与完整性, 不断改进服务营销方式, 提升服务质量。

第二, 服务营销本身能见度较低, 在实际开展营销过程中没有规范统一的标准, 通常都是根据实际服务项目的多少、服务态度的好坏、服务方式的先进与否以及服务质量的高低来决定, 上述这些因素在实际实施过程中很难把握, 需要服务营销工作人员不断提高认识, 结合服务营销实际, 尽可能地丰富服务营销内容, 提高服务形式、类型的可塑性, 同时面对多元化的服务营销对象, 采取针对性的服务营销措施, 有效提升客户对服务营销的满意度。

第三, 由于服务营销本质是一种理念而不是一种销售手段, 因此在实际执行过程中很难采取相应的促销手段。同时服务营销多是针对一些没有实物形式的服务产品, 无法在服务过程中集中向客户进行展示, 缺乏行之有效的服务方法, 因此, 在开展服务营销的过程中, 营销工作人员应注重体现出服务营销的艺术性特点, 注重满足客户的精神消费需求, 给予客户必要的心理满足, 提高服务营销的水平与质量<sup>[2]</sup>。

## 三、服务营销的作用

### (一) 最大程度上满足消费者的需求

随着社会经济的发展, 行业竞争越来越激烈, 企业更关注于服务的质量, 都在积极主动的完善服务营销体系, 消费者也越来越重视商品的使用价值是否可以带来心理上的满足以及服务质量。因此, 服务营销的发展是经济发展潮流的必然, 企业为了追求利益, 实现长期的生存与发展, 根据企业内外部的条件而制定的服务营销策略。通过创新企业的产品营销方式, 力求满足消费者需求, 可以有效的得到消费者的信任, 营造产品与服务并重、消费者满意的营销效果。

\*通讯作者: 郭泽轩, 1981年10月, 男, 汉族, 陕西西安人, 现任海南省教育厅海南省高层次人才、高级人力资源管理师, 经济学博士。研究方向: 经济市场营销。

## （二）提升营销企业的综合竞争力

现阶段，企业面临的市场形势非常严峻，企业要想获得良好的发展，创造更多的经济利益，采用服务营销的方式是一种很好的手段。服务营销是将营销与服务进行结合，消费者不仅是购买产品，同时还会获得增值服务，能够极大的满足消费者，使企业在市场中能够得到竞争能力的提高，优先在市场中占据重要位置。因此，服务营销是企业市场营销管理中的一种必然要求。通过服务营销的方式，企业的营销观念、营销方式等都得到了更新，在一定程度上使企业的综合能力得到了提高。

## （三）使消费者对产品的信赖得以提高

在产品同质化严重的市场环境，消费者在选择产品时，会对产品的价值和费用进行对比，选择出满意的产品。如果消费者对该产品比较满意就会形成二次购买的趋势，增强周围人群购买这种产品的力度，从而在消费者中获得良好的口碑，提高产品的满意度，推动企业品牌形象的提高，增强消费者对产品的信任<sup>[3]</sup>。

## 四、市场营销中服务营销中存在的问题

### （一）服务理念及管理能力不高

服务营销作为市场营销中不可忽视的环节，在实践运用中尚存需要改进的环节。当前，不少企业未能深刻认识到服务理念的价值，在运用服务理念时，较为肤浅和片面，使得实际服务营销质量不尽人意，未能充分考虑到消费者服务需求，使得消费者服务体验大失所望，导致企业口碑塑造及品牌效应存在不足。在开展服务营销时，若缺乏科学规范的管理，则难以提供优质服务，难以扩大客户流量，不利于维护企业整体服务营销机制，难以有效发挥服务营销的价值。

### （二）服务营销范围较小，营销作用有待提升

部分企业在市场营销理念方面还停留在传统营销阶段，对于服务营销的认识不足，往往将服务理念重点落在产品交易当中，未关注产品销售环境和产品便购程度等细节服务，服务营销范围也就相对较窄。消费者在强调产品质量要求的同时，对于购物环境的要求也越来越高，只有不断优化销售环境，让消费者便捷地完成购物环节，节约时间的同时获得良好的购物体验，在购物后的使用环节同时能够拥有后续服务保障，才能获得最佳的服务体验<sup>[4]</sup>。而当前许多企业在服务营销方面的实现效果不佳，针对消费者的创新服务模式未有实际作用，服务营销的作用也就不大。

## 五、市场营销中服务营销的实践策略

### （一）树立良好的服务营销意识

目前在激烈的竞争中，企业不仅要生产出高质量的产品，还要为消费者提供更优质的服务，树立良好的服务意识，并认真贯彻落实服务营销策略，贯彻落实顾客至上原则，最大程度满足顾客服务需求。另外，为了全面贯彻落实服务营销理念，企业还要重视员工服务营销意识培训，定期召开会议或者其他相关活动，提高员工服务营销的意识。并且在实行服务营销的同时，要深入了解，认识服务营销的实质，结合当代社会经济的发展，消费人群变化的服务要求，将消费对象划分好层次，制定对应的服务营销政策，提升服务营销意识<sup>[5]</sup>。

### （二）加强服务过程的策略，完善服务保障体系

服务过程的策略，要求企业应当做好服务过程的每个细节，以三位一体策略作为企业应用的现代服务策略，不断提高企业的服务质量，避免传统的、短期的、补偿性服务对于企业服务营销效果实现的不利影响。首先，企业应当做好消费者需求的调查和收集，明确消费者的具体服务需求，进而采取针对性的服务方式和手段，做好预防性的服务措施；其次，应当基于前期营销情况和消费者调查结果，对产品和服务进行有效升级，满足消费者的个性化需求；此外，完善服务保障体系，为各个环节服务提供相应的保障支持，确保服务过程的服务品质。

### （三）制定科学合理的品牌确立策略，强化企业品牌价值

在品牌确立策略的应用中，首先，应努力营造良好的品牌形象，提高消费者对于产品品牌的关注度以及满意度。对此，在市场营销过程中，需综合考虑当前市场发展实际情况、消费者需求等，制定科学合理的品牌确立策略，另外，还可联合应用广告营销、社会参与以及市场推广等等，促进产品融入到消费者的日常生活中，进而获得消费者对于产品和品牌的认可度；其次，还应注意采取有效措施，不断提高产品质量、服务质量，塑造优质的核心品牌，提升

企业品牌价值,使得消费者在消费过程中能够提升对于营销服务的认同度和满意度。在品牌确立策略的实际应用中,可采用先进的互联网技术,加强广告营销传播,并且构建官方平台,为消费者提供全面、优质的营销服务,同时还应注意,综合考虑社会需求以及市场需求,为消费者提供附加服务,扩大市场营销的影响。

#### (四) 提高服务营销工作人员的综合素质

在服务营销过程中,营销人员是和消费者直接面对面交流的,其服务水平可以直接影响消费者的服务体验效果,这就对服务营销人员的服务水平和综合素质提出了更高的要求。因此,企业在开展服务营销过程中要改变其传统的管理思想,不断提高其自身的工作方法和能力,提高其服务水平。

## 六、结束语

总之,在市场经济发展背景下,服务营销符合市场营销的发展趋势,关系到企业核心竞争力。在激烈的市场竞争环境下,企业要想提升自身核心竞争力,需求进一步发展,必须推进服务营销改革创新,从宏观和整体角度出发,展现服务营销的优势及价值,为优化市场营销发挥积极作用。

#### 参考文献:

- [1]陈蕾.论市场营销中服务营销的作用及实践策略[J].时代金融,2017(35):247-247.
- [2]孙津艳.浅析服务营销在市场营销中的重要性[J].财经界(学术版),2015(20):172-172.
- [3]郝祥银.市场营销中服务营销的作用及实践策略分析[J].全国流通经济,2019(26):5-7.
- [4]姜毅,蔡银珠.服务营销在市场营销中的重要性浅谈[J].东方企业文化,2014(02):252-253.
- [5]杨博.关于市场营销中的服务营销策略分析[J].科学之友,2013(7):65-66.