



**Namatek**  
True Education



[www.namatek.com](http://www.namatek.com)

**Services**

آشنایی با ۳ نوع اصلی  
خدمات

## فهرست مطالب

۱. خدمات چیست؟
۲. انواع خدمات
۳. تقسیم بندی زمان در خدمات چیست؟

آیا تا به حال به این فکر کرده اید که خدمات چیست؟ شاید پاسخ به این سؤال کمی عجیب و یا آسان باشد. اکثر مردم عقیده دارند که بسیاری از سازمان ها تولیدی هستند؛ در حالی که امروزه تعداد سازمان هایی که خدمات ارائه می دهند، شمار بیشتری نسبت به سازمان های تولیدی دارند. انسان در زندگی روزمره با انواع بسیاری از خدمات رو به رو است و درک متفاوتی از آن ها دارد؛ بنابراین نمی توان یک تعریف دقیق از خدمات ارائه کرد.

با ما همراه باشید تا به بررسی این موضوع بپردازیم.

## #۱ خدمات چیست؟

خدمات (Service) هرگونه فعالیت غیر فیزیکی است که از فروشنده به خریدار منتقل می شود. منظور از خدمات محصولاتی ناملموس، غیر قابل حمل یا ذخیره شدن است. به عنوان مثال می توان به خدماتی اشاره کرد که شما برای دیدن یک فیلم در سینما دریافت می کنید. خدمات منجر به ساخت و تولید کالا نمی شوند؛ بلکه هدف آن ها برطرف کردن نیازها و خواسته های مصرف کننده است.

خدمات دارای ۵ ویژگی اصلی زیر می باشند:

۱. ناملموس بودن: خدمات را نمی توان لمس و یا کنترل کرد. همچنین

قابلیت حمل ندارند.

۲. غیر قابل ذخیره شدن: امکان ذخیره شدن خدمات برای استفاده بیشتر وجود ندارد و پس از ارائه، خدمت از بین خواهد رفت.
۳. تفکیک ناپذیر: بین تولید شدن یک خدمت و استفاده از آن، فاصله زمانی وجود ندارد. ارائه دهنده، خدمت را فقط در زمان استفاده ارائه می دهد.
۴. منحصر به فرد: خدمتی که فرد دریافت می کند با خدمات گذشته و یا آینده متفاوت است؛ حتی اگر درخواست خدمت مشابهی را داده باشد.
۵. مشارکت مشتری: برای دریافت برخی از خدمات، مصرف کننده و ارائه دهنده باید هردو در آن خدمت مشارکت کنند. به عنوان مثال برای کوتاه کردن مو هم مشتری و هم آرایشگر باید حضور داشته باشند.



با بیان این ویژگی ها تا حدودی متوجه شدیم که خدمات چیست و چه نقشی در زندگی ایفا می کند.

در ادامه انواع خدمات را معرفی می کنیم.

## #۲ انواع خدمات

به صورت کلی می توان خدمات را در سه دسته زیر قرار داد:

۱. خدمات شغلی

خدماتی که سازمان های تجاری ارائه می دهند و به کسب و کار کمک می کنند؛ اما کالاهای ملموسی را ارائه نمی دهند. به عنوان مثال خدماتی که کالاها را از مکانی به مکان دیگر حمل می کنند.

دیگر خدمات تجاری عبارت اند از:

- بیمه
- بانک
- انبارداری
- حمل و نقل
- خدمات ارتباطی



۲. خدمات اجتماعی

خدماتی که توسط فرد یا گروهی از افراد به صورت داوطلبانه برای دستیابی به اهداف اجتماعی ارائه می شوند، خدمات اجتماعی هستند.

این اهداف عبارت اند از:

- بهبود سطح زندگی قشر ضعیف جامعه
  - فراهم کردن امکانات آموزشی و بهداشتی برای کودکان و افراد فقیر
- سازمان هایی که این گونه خدمات را ارائه می دهند، انگیزه ای برای کسب سود ندارند.

نمونه خدمات اجتماعی عبارت اند از:

- گروه های پاکسازی دریاها
- کمپین های مردمی



### ۳. خدمات شخصی

این خدمات برای هر شخص متفاوت و منحصر به نیاز آن فرد است. هر فرد تجربه متفاوتی از دریافت این نوع خدمت خواهد داشت.

عوامل موثر بر ماهیت خدمات شخصی عبارت اند از:

- ارائه دهنده خدمات
- ترجیحات مشتری
- نیازهای مشتری

نمونه خدمات شخصی عبارت اند از:

- خدمات پس از فروش
- آگاهی دادن به خریدار
- حمایت سازمان ها از مشتریان فعال



## #۳ تقسیم بندی زمان در خدمات چیست؟

در این قسمت به تقسیم بندی دیگری از خدمات می پردازیم. این تقسیم بندی بر اساس زمان ارائه به مشتری است. حال ممکن است این سوال مطرح شود که منظور از تقسیم بندی زمانی خدمات چیست و چگونه شکل می گیرد. خدمات بر اساس زمان ارائه به سه دسته تقسیم می شوند که در ادامه به آن ها می پردازیم.

## #۱-۳ خدمات پیش از فروش

نوعی خدمت که قبل از خرید محصول توسط فروشنده به شخص خریدار ارائه می شود.

خدمات پیش از فروش می توانند شامل موارد زیر باشند:

۱. اطلاعات مفید و دقیق در مورد محصول: هدف از خرید یک محصول برطرف کردن نیاز است. شخص مسئول باید توانایی تشخیص نیاز مشتری را داشته باشد و بر اساس آن ویژگی هایی از محصول را برای او شرح دهد.
۲. نمونه رایگان از محصول: زمانی که مشتری تجربه ای از محصولی که قرار است خریداری کند داشته باشد، به او کمک می کند که با قاطعیت بیشتری درباره آن تصمیم بگیرد. حتی در این بین ممکن است افرادی که قصد خرید محصول را نیز نداشتند به خرید آن تشویق شوند.
۳. ارائه مشاوره: از در دوستی وارد شوید و مانند یک تاجر رفتار نکنید. اگر محصولاتان نمی تواند نیاز مشتری را برطرف نماید با او روراست باشید. این کار باعث افزایش اعتماد مشتریان به شما و خوش نامی سازمان خواهد شد.



## #۲-۳ خدمات هنگام فروش

تجربه هنگام خرید همواره در ذهن مشتری خواهد ماند. پس سعی کنید تجربه خوبی در ذهن مشتری به جای بگذارید. حتما می پرسید منظور از تجربه خوب دریافت خدمات چیست. به عنوان مثال ارائه هدیه و یا اشانتیون پس از خرید محصول می تواند تأثیر مثبتی بر خریدار بگذارد. همچنین پذیرایی از مشتری و رفتار دوستانه و صمیمانه از سمت فروشنده خاطره خوشی را برای او از خرید ایجاد خواهد کرد.



## #۳-۳ خدمات پس از فروش

امروزه یکی از بخش های مهم خدمات، خدمات پس از فروش است. خدمات پس از فروش قوی احتمال خرید دوباره را افزایش می دهند.

این خدمات عبارت اند از:

۱. حمل و نقل محصول، نصب و راه اندازی آن: حمل محصولات و نصب کالاهایی که نیاز به تخصص دارند، مهم ترین بخش خدمات پس از فروش است. اگر محصولی که ارائه شده احتیاج به توضیحات خاصی دارد، این توضیحات نیز به هنگام نصب محصول به مشتری ارائه شود.
۲. تعمیرات: برای تعمیر برخی از کالاها به تخصص احتیاج است؛ بنابراین خریداران انتظار دارند که سازمان مربوطه تعمیرکارانی را

- برای این امر در نظر گرفته باشد. ارائه خدمات از سوی سازمان باید به صورت رایگان و یا هزینه کمتر نسبت به دیگران انجام گیرد.
۳. گارانتی: ارائه گارانتی ضمانتی است برای مشتریان که از سالم بودن محصول خریداری شده اطمینان حاصل کنند.
۴. پشتیبانی و آموزش: مشتری باید بتواند از راهی آسان با تیم پشتیبانی ارتباط برقرار کرده و مشکلات خود را رفع کند. داشتن دفترچه راهنمای محصول نیز نحوه استفاده صحیح از محصول را به مشتری آموزش می دهد.

