

IPRAM

Alumno: Kevin Rabanales Hernández

Profesora: Mayte Escobar

Curso: Mercadotecnia

Grado: 4to Perito en Administración de Empresas

Tarea 8

Luestionario

1. ¿Se refiere a los procesos que utilizan para entregar tanto el producto básico como a cada uno de los servicios complementarios?

Procesos de entrega

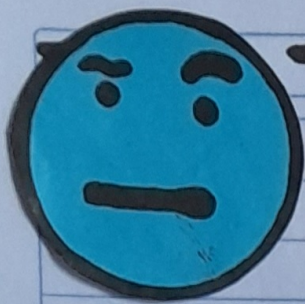
2. ¿Consiste en organizar la secuencia en la que los clientes utilizarán cada uno de los servicios? Planeación de la secuencia de la entrega del servicio a través del tiempo

3. ¿Es aquel que imita eventos de la vida real en un ambiente controlado? Estudio de laboratorio

4. ¿Las expectativas de los clientes cambian durante el transcurso de la prestación del servicio debido a la calidad? Sipis

5. ¿Es una técnica para mostrar la naturaleza y la secuencia de los pasos involucradas en la entrega de servicios a los clientes?

Diagrama de Flujo



6. Para los mercadólogos, la elaboración de un diagrama de Flujo es útil? **Si**

7. El uso de un diagrama ayuda a entender que la naturaleza de la participación está dividido (a) en las 4 categorías? **Si**

8. ¿Cuales son los servicios de facilitación?

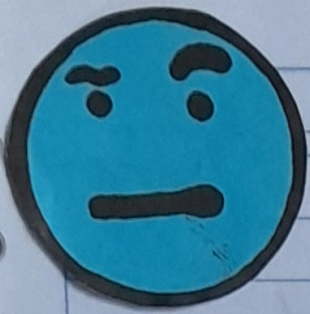
Información
Toma de pedidos
Facturación
Pago

9. ¿Cuales son los servicios de mejora?

Consulta
Hospitalidad
Cuidado
Excepción

10. ¿Los servicios complementarios cumplen uno de dos papeles. ¿Cuales son? **Servicio de facilitación y Servicios de mejora**

11. ¿Los servicios de procesos, hacen las personas tienden a ir acompañados de más servicios complementarios? **Si**



12. ¿Este ayuda a determinar cuales servicios complementarios deben incluirse? **La estrategia de posicionamiento de mercado.**

13. ¿Sirve para obtener el valor completo de cualquier bien o servicio? **Información**

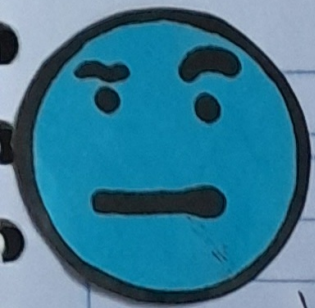
14. Las empresas deben asegurarse de que la información que proporcionan es oportuna y precisa. **Si**

15. ¿Cuáles son otros medios de información? **Videos o tutoriales en software, pantallas de reconocimiento, menús telefónicos**

16. ¿Cuáles son las formas de proveer información? **a través de empleados, avisos, folletos y manuales**

17. Los clientes están preparados para comprar **Tomo de pedidos**

18. ¿Debe ser amable, rápido y preciso para que los clientes no pierdan tiempo? **El proceso de la toma de pedidos**



19. La tecnología se puede utilizar para facilitar y acelerar este proceso tanto para los clientes como los proveedores?

Si

20. ¿Es un elemento común en casi todos los servicios?

La facturación

21. Las facturas incorrectas, incomprensibles e incompletas pueden decepcionar a los clientes? Si

22. Los clientes esperan que las facturas sean claras e informativas Si

23. ¿Cuáles serían unas maneras de pago?

Sistemas de autoservicio

Fichas o tarjetas de crédito

intercambio de dinero

cheques

24. ¿Los clientes esperan que el pago sea fácil y cómodo? Si

25. ¿Deben reflejar placer al recibir clientes nuevos y al saludar a los antiguos cuando regresan? Hospitalidad