

المحاضرة الثانية: مراحل ابتكار وتطوير الخدمات الجديدة

ليس هناك خدمة يمكن أن تستمر لفترة طويلة بدون تغيير أو تحسين، وخصوصا عندما تكون هناك خدمات منافسة أو بديلة عنها، حيث أصبح النجاح في تسويق الخدمات لا يعتمد فقط على الأداء الجيد في توفير الخدمات القائمة وإنما يعتمد بشكل متزايد على تطوير خدمات جديدة، لذا فإن الابتكار في مجال الخدمات أصبح من الضروريات الإستراتيجية التي تحقق للمؤسسة العديد من أهدافها التي تسعى لتحقيقها.

مبررات ابتكار الخدمات الجديدة وتطويرها:

- التغيرات التكنولوجية السريعة التي يمكن أن تجعل الخدمات القائمة (التقليدية) في السوق غير مجدة؛
- قيام العديد من المنافسين بتقليد الخدمات الناجحة في السوق، الأمر الذي يمكن أن يجعل من ميزة خدمة مبتكرة ميزة هامشية أو متعادلة، الأمر الذي يستدعي الابتكار المتواصل للخدمة لكي لا تفقد ميزتها التنافسية .
- يعد الابتكار بديلا وحيدا لحماية المؤسسة من الفشل والخروج من السوق؛
- يعد الابتكار والتطوير أحد مستلزمات نجاح المؤسسات وبلوغ أهدافها، فالمؤسسات الناجحة في تواصل دائم مع مستجدات الموردين،
- خطوات ابتكار الخدمات الجديدة:** يتفق خبراء التسويق على أن عملية ابتكار وتطوير الخدمات الجديدة تمر بعدة مراحل ، تتمثل في:

1- البحث عن أفكار

2- غربلة الأفكار

3- اختبار المفهوم

4- صياغة الاستراتيجية التسويقية

5- التحليل التجاري

6- اختبار السوق

7- المرحلة التجارية

8- الطرح في السوق