



GANDHINAGAR CHARITABLE TRUST
SAMARPAN ARTS AND COMMERCE COLLEGE

SECTOR-28, GANDHINAGAR



SILVER JUBILEE



Achieving... Excellence... Together...

**Samarpan Arts And Commerce College,
Gandhinagar**

Warmly Welcomes you all

at

The online class through Microsoft Teams

UGBCOM SEM-V

CC-302: Marketing Management in Practice (MMP)

July 28, 2020

8.00 am to 9.00am

Dr.Lalita Solanki

Department of Commerce

Today's Learning Points

યુનિટ: 1 સેવા માર્કેટિંગ

1. સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો
2. સેવા આપતી પેઢીની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના
3. સેવા માર્કેટિંગને અસર કરતા પરિબલો

1.સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો

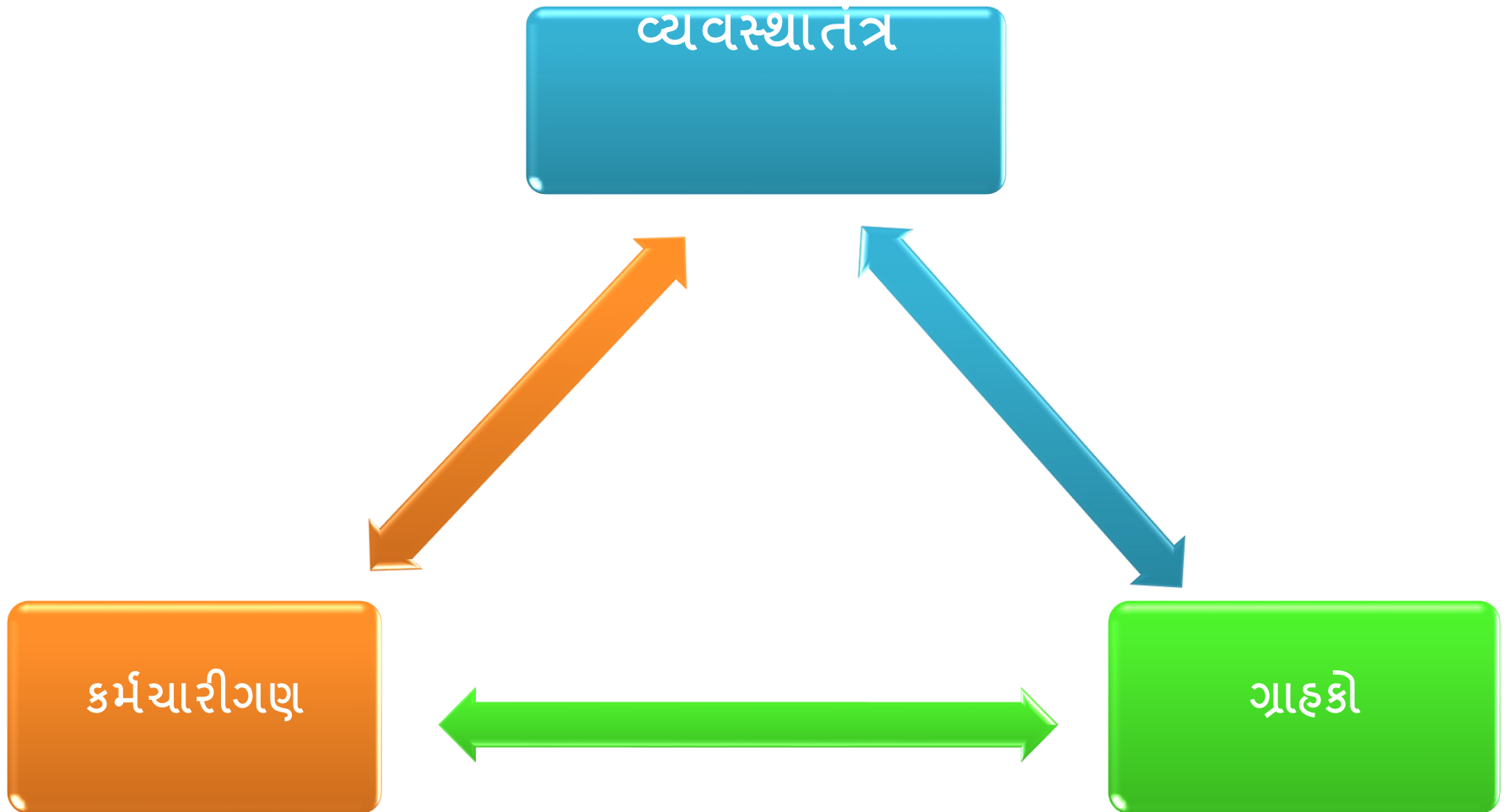
1.વ્યવસ્થાતંત્રની દષ્ટિએ

2.સંસ્થાની કામગીરી અનુસાર

3. માર્કેટિંગ પ્રયાસોને આધારે

સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો

1.વ્યવસ્થાતંત્રની દષ્ટિએ



સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો

2. સંસ્થાની કામગીરી અનુસાર

1. આક્રમક સેવા માર્કેટિંગ

2. લઘુત્તમ સેવા માર્કેટિંગ

3. સમતુલ સેવા માર્કેટિંગ

સેવા માર્કેટિંગના પ્રકારો

૩. માર્કેટિંગ પ્રયાસોને આધારે

- ૧.સંસ્થાલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ
- ૨.વ્યક્તિલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ
- ૩.સ્થળલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ
- ૪.વિચારલક્ષી સેવા માર્કેટિંગ

2. સેવા આપતી પેઢીની માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના

1.

- વપરાશકારલક્ષી સેવા (Consumer Oriented Services)

2.

- વપરાશકારલક્ષી સેવાઓનું વ્યુહાત્મક સંચાલન

1.

• વપરાશકારલક્ષી સેવા (Consumer Oriented Services)

ચાઈલ્ડ એન્ડ બેબી કેર
વર્કર

બ્યુટીશિયનની સેવા

એડવોકેટની સેવા

તબીબી સેવા

મસાજની સેવા

ફીઝિયોથેરાપીની સેવા



2.

વપરાશકારલક્ષી સેવાઓનું વ્યુહાત્મક સંચાલન



1. ધંધા/સેવાની ઓળખ

સમન્વય



5. સેવાની માંગ અને પૂર્તિનો



2. ધંધો/સેવાનું ભવિષ્ય



6. વપરાશકારની પસંદગીના



ચેરણો



3. સેવાના સંભવિત ગ્રાહકો

7. સેવાનું સ્થાનીયકરણ



૩. સેવા માર્કેટીંગ ને અસર કરતા પરિબલો

- 1. જનસંપર્ક
- 2. સેવાઓની માંગ અને પુરવઠો
- 3. પૂરક સગવડો
- 4. પ્રોત્સાહનનું પ્રમાણ
- 5. વિશ્વાસપાત્રતા
- 6. કિંમતનો પ્રશ્ન
- 7. સેવાઓની ગ્રાહકને સમજૂતી
- 8. માહિતીસંચાર



**A
BIG
THANK
YOU**