

Классификация услуг, предоставляемых клиентам

Стоимость предоставления услуги

Высокая

Факторы формирования круга

постоянных клиентов

В
ы
с
о
к
а
я
Цен
нос
ть
усл
уги
для
пот
реб
ите
ля

Деятельность, требующая вложения больших средств, что в основном служит для формирования приверженности потребителей

Пример: скорость совершения транзакций, предоставление кредитов, вручение подарков

Разочаровывающие факторы

Н
и

Дорогостоящая деятельность, которая не приносит реальной пользы покупателю.

з
к
а
я

Пример: доставка товаров на дом в рабочие дни для семей, в которых оба члена семьи работают

Низкая

Факторы, способствующие появлению постоянных клиентов

«Мелочи», которые стоят дешево, но способствуют увеличению приверженности покупателей

Пример: вежливость, выражение благодарности, совет

Основы

Дешевые виды деятельности, ожидаемые покупателями и для них нечто само собой разумеющееся. Эти факторы не формируют постоянную клиентуру, но их отсутствие приводит к снижению ее численности.

Пример: наличие бесплатной автостоянки и справочной