

# 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*  
*з*  
*к*  
*а*  
*я*

Дорогостоящая деятельность, которая не приносит реальной пользы покупателю.

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