إن تحديد مكانة الخدمة في سوقها هي عملية إرساء مكان متميز للخدمة في السوق. بالنسبة لمؤسسة الخدمة وما تقدمه من عروض. إن الشركات الأكثر نجاحاً هي تلك الشركات القادرة على عزل نفسها عن الحشر لكي تحقق موقعا متميزا في السوق التنافسية. فهذه الشركات تميز نفسها، إن فهم ماهية وكيفية تحديد مكانة الخدمة في سوقها يعد شرطاً لازماً لتطوير موقع تنافسي فعال ومؤثر. إن هذا المفهوم لا يقتصر بالطبع على الخدمات، وإنما جاء المفهوم أصلا من تسويق السلع . إلا أن المفهوم ضروري جداً ومفيد لمديري تسويق الخدمة الذين يرغبون بتحليل ما تقدمه شركاتهم من خدمات، وأي نوع من العملاء أو الزبائن نحاول أن نستهدف في المستقبل؟ في ما هي أبرز خصائص عروض الخدمة التي تقدمها (الخدمة الجمعر والخامس كيف تختلف عروضنا الخدمية عن تلك التي يقدمها المنافسين؟ 5 ما هي درجة إدراك المستفيدين في القطاعات السوقية المختلفة لكل عرض خدمي تقدمه في تلبية وإشباع حاجاتهم؟ سابق الذكر يشمل أيضاً المؤسسات العامة والمؤسسات غير الربحية التي ينبغي أن تتنافس لخدمة جمهور المستفدين، كما أن المستشفيات العامة وتلك التي لا تبغي الربح تتنافس بشكل حاد مع بعضها البعض، ونفس الشيء ينطبق على المؤسسات التعليمية في القطاعين العام والخاص. أما عملية إعادة تحديد مكانة الخدمة في سوقها فإنها تتضمن خبير الموقع الحالي للشركة. إن إستراتيجية إعادة تحديد مكانة الخدمة قد تعني إعادة نظر (Repositioning) بخصائص الخدمة،

Summarized by © lakhasly.com