

Administración de la Demanda

Control de la capacidad

La capacidad productiva de una organización se determina por las instalaciones físicas del lugar (hoteles, clínicas médicas, anaqueles)

La otra se refiere al equipo (secadores para el cabello, teléfonos, reparación y mantenimiento), entre otras.

Control de la capacidad

En una operación de servicio bien diseñada y administrada la capacidad de las instalaciones, el equipo de apoyo y el personal

Hay que considerar los tiempos de procesamientos para las personas son mas variables que para las cosas, por lo que hay niveles distintos de preparación.

Los tiempos de diagnóstico y tratamientos varían de acuerdo al cliente.

El nivel de capacidad

Consideraciones de la capacidad en horas o fechas pico, afin de satisfacer las demandas del cliente en el servicio.

Ejm.

Aumentar sillas y mesas extras en caso eventos.

Incrementar la capacidad de los aviones reduciendo espacio entre las piernas.

Estrategias para ajustar la capacidad y equilibrarla con la demanda

Programar el tiempo de paro durante los periodos de baja demanda

Contratar empleados por hora

Proporcionar a los empleados una capacitacion interfuncional

Identificación de los factores de determinación de la demanda

Antes de establecer una estrategia del nivel de demanda, se debe de indentificar cuales son los factores que determinan la demanda durante un periodo especifico de tiempo.

Aplicación de cuestionarios

Registro e historial de la demanda

Proyecciones de la demanda y analisis del ambiente

Identificación de los segmentos de mercado

Desgloce de la demanda por segmentos de mercado

En base a los diferentes tipos de clientes y sus necesidades de compra, así como de sus exigencias, debemos considerar:

Las citas y reservaciones

Las ocasiones de urgencias

Llegadas de imprevistos

Horarios del día y flujo de efectivo
(festividades)

Estrategias para la administración de la demanda



Condiciones y Consideraciones

Mezcla de los elementos de la mercadotecnia para modelar los patrones de la demanda

1. Varaciones del producto

Bajar el precio del producto que tiene relacion con el servicio (temporada baja de alquiler de autos)

2. Modificación del horario y ubicación de la entrega

No hacer ningun cambio sin importar el nivel de demanda

Variar las horas en que esta disponible el servicio (Ejm. Matine en el cine)

Ofrecer servicios a los clientes en una nueva ubicación (unidades moviles, librerias ambulantes)

Mezcla de los elementos de la mercadotecnia para modelar los patrones de la demanda

3. Estrategias para la determinación del precio

- Análisis de la curva de la demanda

- Identificación del punto de equilibrio

- Precios por temporada

- Precios por cantidad de clientes

- Precios por edad

4. Esfuerzo de comunicaciones

- Utilizar los medios de publicidad para hacer recordis a los clientes (envio de tarjetas postales)

Inventario de la demanda por medio de listas de espera y de reservaciones

Control de la conducta del cliente mediante el sistema de listas de espera

Solución múltiple a los tiempos de espera

- Mejoramiento de la operación del servicio

- Cambios en las estrategias de recursos humanos

- Mejoramiento del sistema de entrega orientados al cliente

Reservaciones

- Al aceptar las reservaciones sirve para la preventa del servicio

Analisis de caso