

Εργαστήριο Αθλητικής Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας

Πελατειακή Εμπειρία στον αθλητισμό

Νικόλαος Θεοδωράκης, Ph.D
Καθηγητής Διοίκησης Αθλητισμού
Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
Πρόεδρος ΑΕΕ ΠΜΣ Διοίκηση Αθλητισμού
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Στόχοι διάλεξης

Στο τέλος της διάλεξης θα γνωρίζετε...

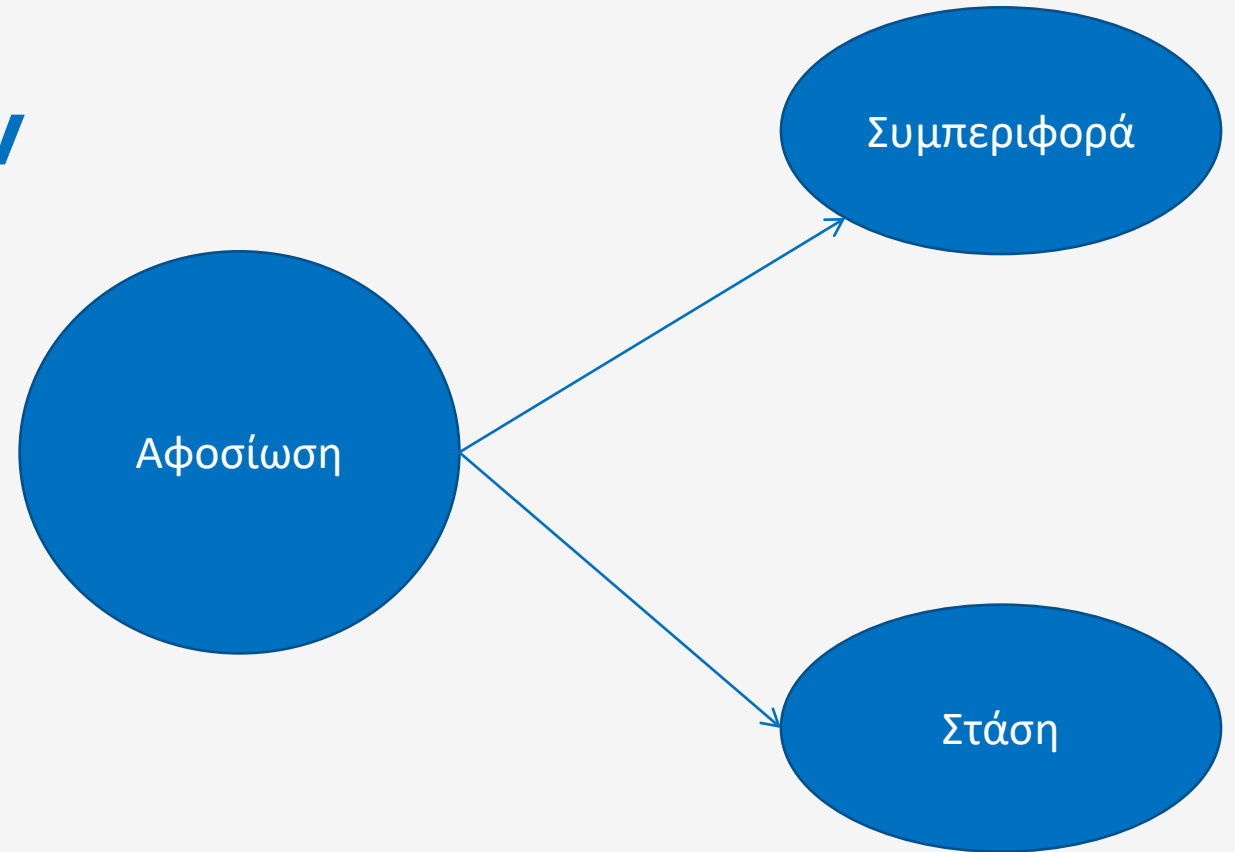
- ✓ Τι είναι η ποιότητα υπηρεσιών
 - ✓ Τι είναι η αφοσίωση πελατών
 - ✓ Τι είναι η πελατειακή εμπειρία
 - ✓ Πως θα βελτιώσετε την εμπειρία των πελατών σας
-

Αφοσίωση Πελατών

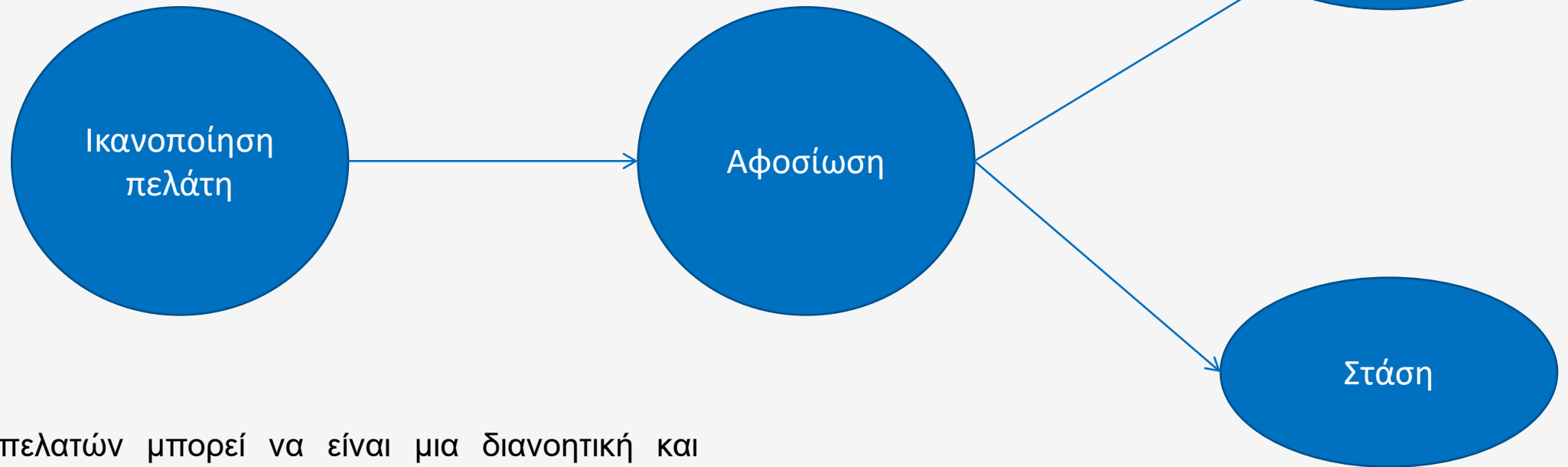
Customer loyalty

is viewed as the strength of the relationship between an individual's relative attitude and repeat patronage.

Dick & Basu (1994)

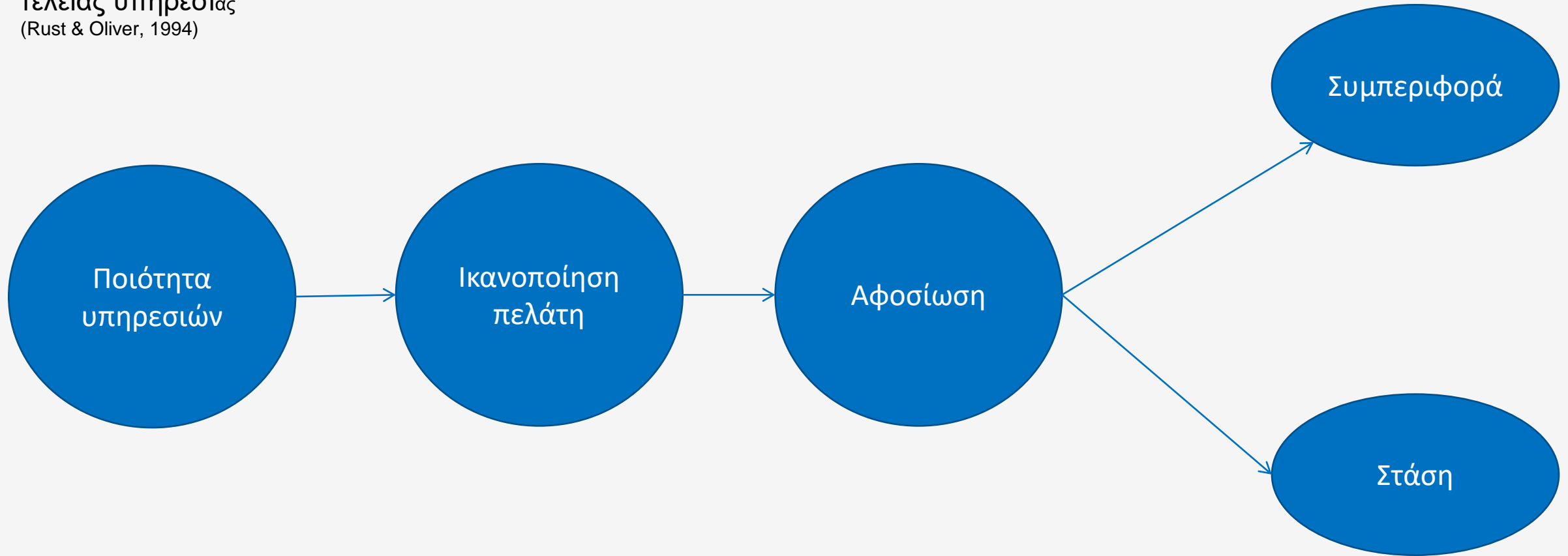


Η διανοητική και συναισθηματική αντίδραση του καταναλωτή μετά από την επαφή του με τον οργανισμό που παρέχει την υπηρεσία, ή κάποιες φορές μετά από τη μακροπρόθεσμη σχέση του με αυτόν.

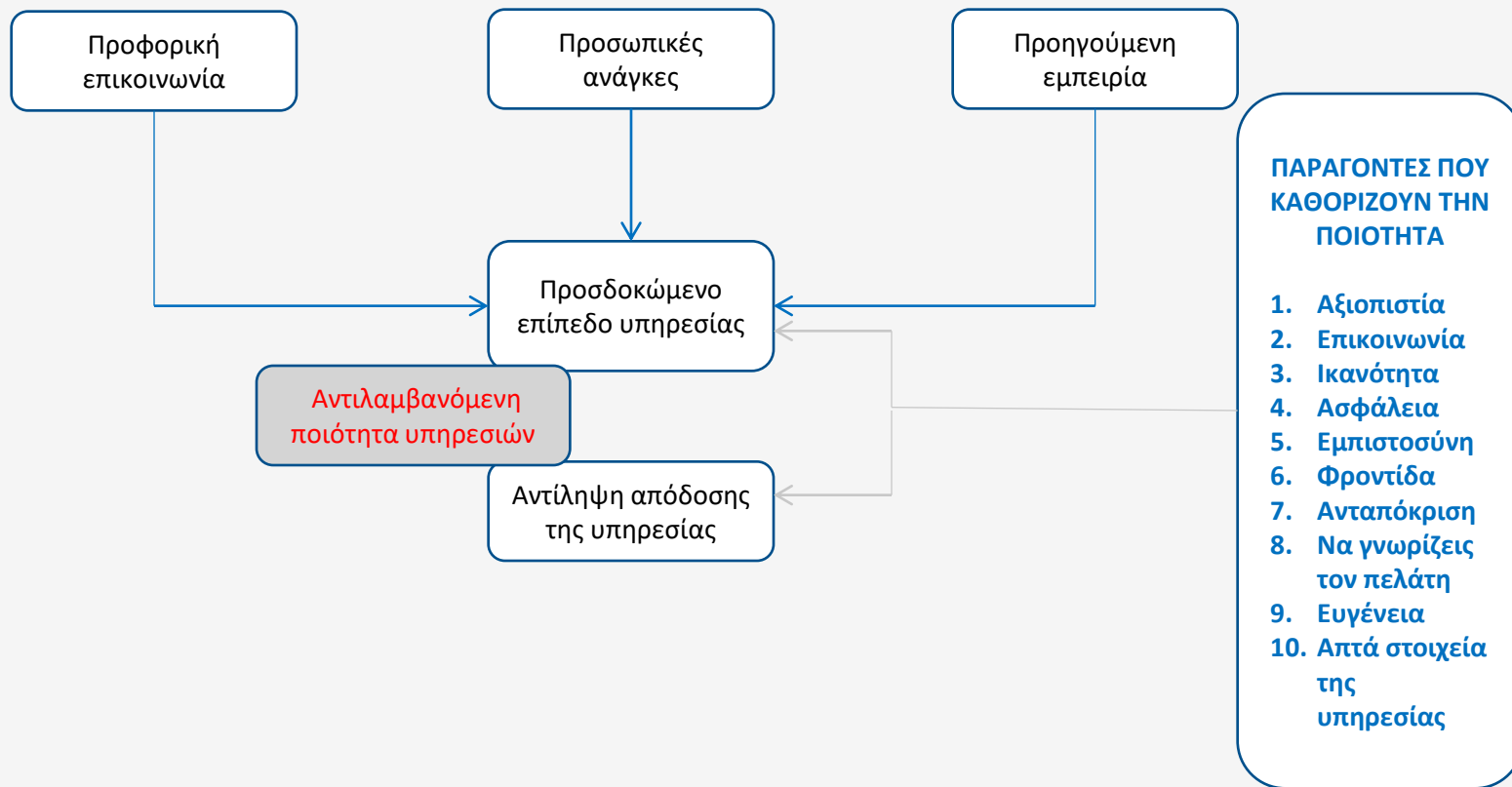


Η ικανοποίηση πελατών μπορεί να είναι μια διανοητική και συναισθηματική αξιολόγηση της υπηρεσίας μετά από μια συγκεκριμένη κατανάλωση, ή και μια αξιολόγηση του συνόλου των υπηρεσιών που έχει καταναλωθεί μακροπρόθεσμα.

Η ποιότητα υπηρεσιών είναι μια σύγκριση που κάνουν οι πελάτες μεταξύ της υπηρεσίας που τους παρέχεται με κάποια μορφή τέλειας υπηρεσίας
(Rust & Oliver, 1994)

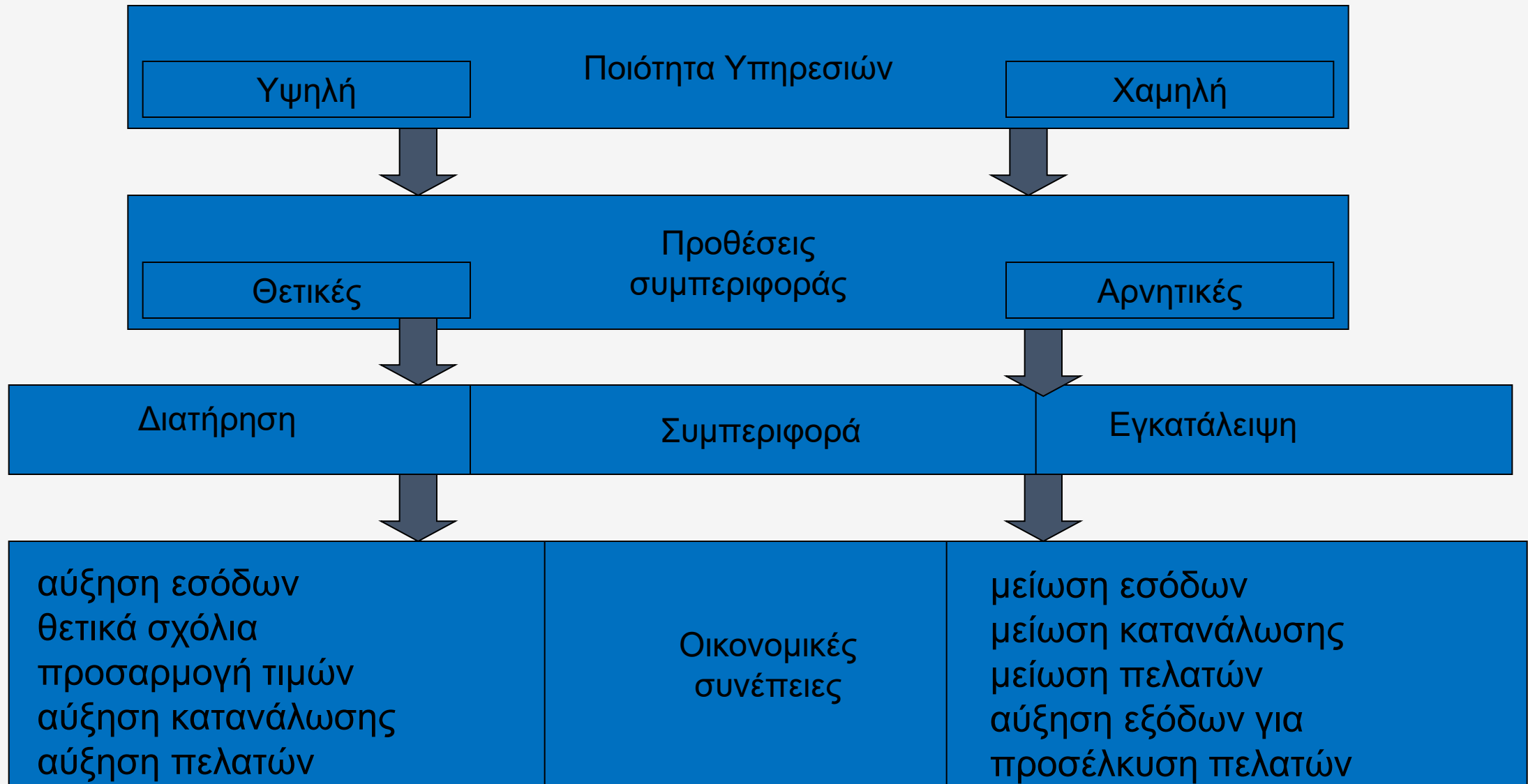


Το αποτέλεσμα της σύγκρισης των προσδοκιών των πελατών με τις αντιλήψεις τους για την απόδοση της υπηρεσίας
(Parasuraman et al., 1985)



Μοντέλο Ποιότητας Υπηρεσιών
 Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985)
<https://www.jstor.org/stable/1251430>

Η σχέση ποιότητας υπηρεσιών και κερδοφορίας



Ποιότητα υπηρεσιών σε αθλήματα με θεατές:
κλίμακα SPORTSERV (Theodorakis & Alexandris,
2008).

Βασίζεται στο μοντέλο ποιότητας υπηρεσιών
των Parasuraman et al. (1988)

Προσωπικό

Το προσωπικό προσπαθεί να με εξυπηρετήσει όσο
απασχολημένο και αν είναι

Το προσωπικό του σταδίου με εξυπηρετεί με ταχύτητα

Το προσωπικό είναι πάντα πρόθυμο να με βοηθήσει.

Το κύριο μέλημα του προσωπικού είναι η εξυπηρέτησή μου

Το προσωπικό δείχνει κατανόηση στα αιτήματά μου

Πρόσβαση

Υπάρχουν αρκετοί χώροι στάθμευσης κοντά στο στάδιο

Η είσοδος και η έξοδος από το στάδιο γίνεται γρήγορα

Η μετάβαση μου προς το γήπεδο γίνεται σε σύντομο χρόνο

Η πρόσβαση στο γήπεδο είναι εύκολη

Στο γήπεδο φθάνω γρήγορα

Ασφάλεια

Νοιώθετε απόλυτα ασφαλής μέσα στο γήπεδο κατά την διάρκεια του αγώνα.

Νοιώθετε απόλυτα ασφαλής στους υπόλοιπους χώρους του γηπέδου (τουαλέτα, κυλικείο,
κτλ)

Στο γήπεδο το επίπεδο ασφάλειας είναι υψηλό

Νοιώθετε απόλυτα ασφαλής πηγαίνοντας και αποχωρώντας από αγώνες της ΚΑΕ

Αξιοπιστία

Η συμπεριφορά του προσωπικού της ΚΑΕ εμπνέει εμπιστοσύνη

Η ΚΑΕ πραγματοποιεί ότι υπόσχεται

Η ΚΑΕ προσπαθεί να με εξυπηρετήσει, αν αντιμετωπίσω κάποιο πρόβλημα.

Το προσωπικό της ΚΑΕ με εξυπηρετεί σωστά με την πρώτη επαφή

Εγκαταστάσεις

Το στάδιο που αγωνίζεται η ΚΑΕ είναι όμορφο

Το κάθισμά μου στο στάδιο είναι άνετο

Στο στάδιο υπάρχουν βοηθητικοί χώροι για την εξυπηρέτησή μου (W.C, κάπνισμα, φαγητό,
συζήτηση).

Οι χώροι του σταδίου είναι πάντα καθαροί.

Η κλίμακα SPORTSERV (Theodorakis & Alexandris, 2008)

Απόδοση Ομάδας

Η απόδοση των ποδοσφαιριστών της ομάδας στους αγώνες είναι πολύ καλή

Οι ποδοσφαιριστές δίνουν τον καλύτερό τους εαυτό στους αγώνες

Οι αγώνες της ομάδας μου είναι συναρπαστικοί

Οι ποδοσφαιριστές της ομάδας μου προσφέρουν θέαμα

Αποτελέσματα Ομάδας

Η πορεία της ομάδας μου στο πρωτάθλημα είναι πολύ καλή

Τα αποτελέσματα που έφερε η ομάδα μου είναι πολύ καλά

Η βαθμολογική της θέση είναι πολύ καλή

Η φετινή σεζόν είναι επιτυχημένη για την ομάδα μου

Ατμόσφαιρα Γηπέδου

Μου αρέσει η ατμόσφαιρα στο γήπεδο

Οι φίλαθλοι δημιουργούν ωραία ατμόσφαιρα στο γήπεδο

Η ατμόσφαιρα που δημιουργείται στο γήπεδο είναι συναρπαστική

Οι θεατές με τις σημαίες και τα συνθήματα τους κάνουν τον αγώνα πιο ελκυστικό



Έως τώρα...



Πώς μπορεί **να βελτιωθεί η ποιότητα** των
παρεχόμενων αθλητικών υπηρεσιών

Ποιότητα υπηρεσιών στα γυμναστήρια

- Οι διαστάσεις που συνθέτουν την έννοια της ποιότητας στα γυμναστήρια είναι:
 - Οι εγκαταστάσεις (σύγχρονες, καθαρές)
 - Το προσωπικό (ικανότητα)
 - Τα προγράμματα (πυρήνας του αθλ. προϊόντος)
 - δυνατότητα επιλογής, ποικιλία, αποτελεσματικότητα
 - Ανταπόκριση (τρόπος συμπεριφοράς)
 - Αξιοπιστία (π.χ. τήρηση υποσχέσεων)

Αθλητικές υπηρεσίες

Οι αθλητικές υπηρεσίες
θεωρούνται εμπειρικές

Η εμπειρία από τις
υπηρεσίες

Είναι αναλώσιμες και η παραγωγή
τους είναι ταυτόχρονη με την
κατανάλωσή τους

Διαμορφώνει το συναίσθημα
ικανοποίησης και αφοσίωσης
των πελατών

Έως τώρα..



Πώς μπορεί **να βελτιωθεί η ποιότητα** των παρεχόμενων υπηρεσιών

Όμως...

Η δημιουργία **αξέχαστων και αδιάλειπτων εμπειριών** καθ' όλη τη διάρκεια του πελατειακού ταξιδιού είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης

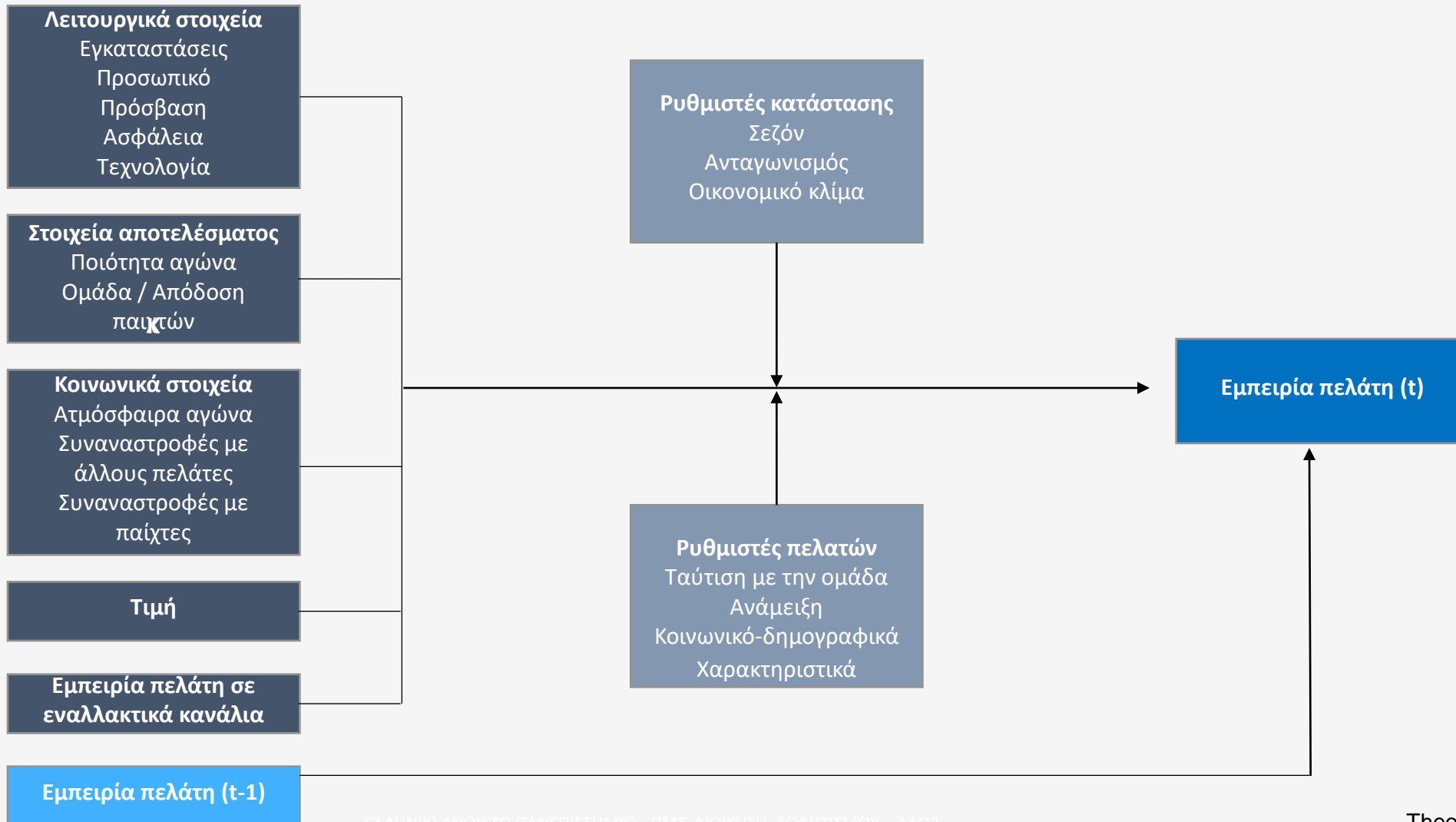
Πώς μπορεί να βελτιωθεί
η εμπειρία των συμμετεχόντων
σε αθλητικές δραστηριότητες




Καταναλωτική εμπειρία

Ένα **σύνολο αλληλεπιδράσεων** ,
μεταξύ καταναλωτή και προϊόντος ή
υπηρεσίας, που προκαλούν μια
αντίδραση

Μοντέλο καταναλωτικής εμπειρίας



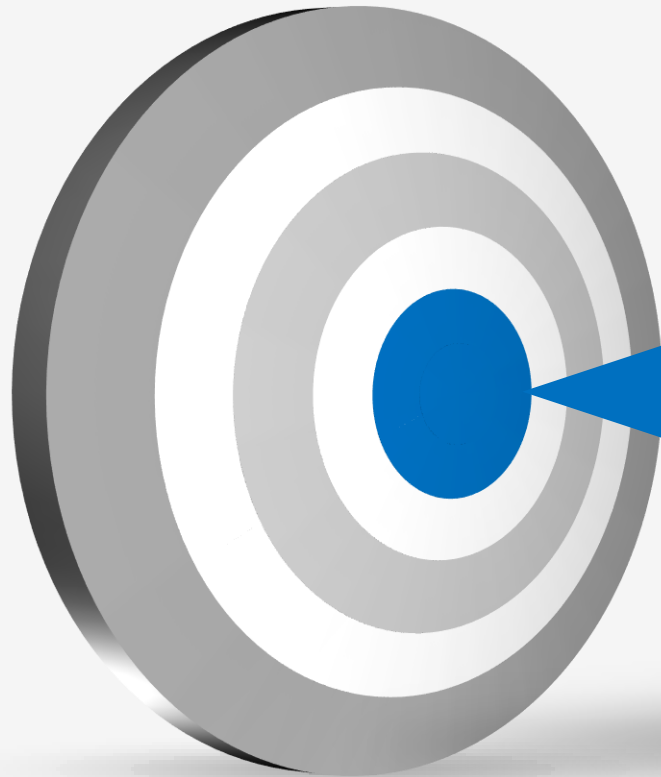


Πελατειακή εμπειρία σε αθλητικά γεγονότα

Ολιστική και δυναμική διαδικασία,
που περιλαμβάνει
**τις γνωστικές, συναισθηματικές,
κοινωνικές αισθητηριακές και
σωματικές αντιδράσεις**
των συμμετεχόντων
στα **πολλαπλά κανάλια και σημεία
αλληλεπίδρασης** με την υπηρεσία

(Verhoef et al., 2009 & Theodorakis, 2014)

Σημασία της καταναλωτικής εμπειρίας στον αθλητισμό



Όταν η εμπειρία του καταναλωτή είναι θετική, λειτουργεί ως σταθερή πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τις αθλητικές επιχειρήσεις

Τι είναι καταναλωτική Εμπειρία?



Χαρακτηριστικά

- Είναι αυστηρά προσωπική και υποκειμενική
- Προϋποθέτει την συμμετοχή σε διαφορετικά επίπεδα
- Είναι πολυκαναλική έννοια



Αξιολόγηση

Εξαρτάται από την σύγκριση μεταξύ των προσδοκιών πελάτη & των ερεθισμάτων που προέρχονται από την αλληλεπίδραση με την αθλητική επιχείρηση και τις υπηρεσίες της

Ανεκτό
επίπεδο

Επιθυμητό
επίπεδο

ΖΩΝΗ ΑΝΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

χαμηλές

υψηλές

ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ

**Μπορεί να
σχεδιασθεί
η καταναλωτική
εμπειρία στο χώρο
του αθλητισμού**



Η συνολική καταναλωτική εμπειρία ως «ταξίδι του πελάτη»



Η συνολική καταναλωτική εμπειρία είναι μία δυναμική διαδικασία



Τα στάδια είναι τρία :

- στάδιο πριν την πραγματοποίηση αγοράς προϊόντος/υπηρεσίας (έρευνα)
- Κατά την διάρκεια της πραγματοποίησης (επιλογή, παραγγελία, πληρωμή)
- Μετά την πραγματοποίηση αγοράς (χρήση, ενασχόληση, αιτήματα)



Gym Customer Journey

- ➔ Linear Actions
- Non-Linear Actions
- ★ TouchPoint

STAGES

RESEARCH

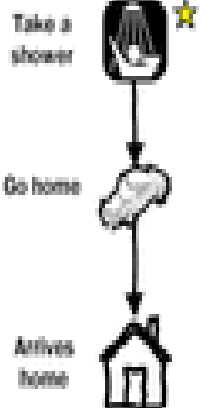
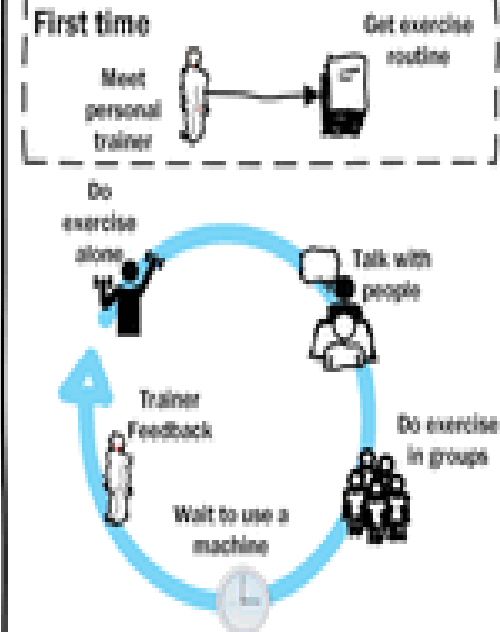
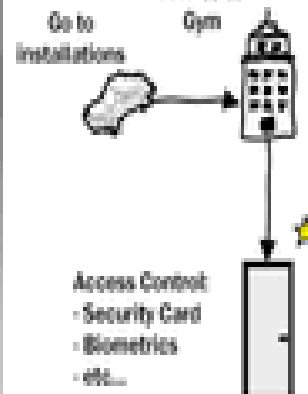
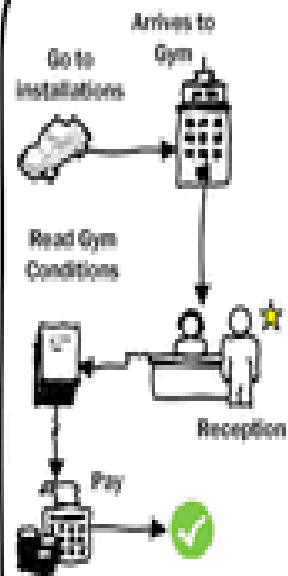
REGISTER

ENTER

★ EXERCISE TIME

EXIT

DOING



THINKING

- I want a gym near home
- With a good price
- And a lot of good activities

- Maybe the gym is away from home...
- The building looks quite new
- The receptionist is friendly/unfriendly.
- The gym has a lot of methods to pay it.

- Today is going to be a great day!
- The access to the gym is easy/difficult.

- The trainer is friendly/unfriendly
- The gym has a lot of activities
- The exercise machines are new/old
- A lot of time waiting! ☹️
- Maybe the routine is so hard...

- The showers are clean/dirty.
- I'm so tired
- I feel good with myself!

Ποιά η σημασία της χρήσης μεθόδων σχεδιασμού υπηρεσιών



- Μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία συναρπαστικών εμπειριών



- Οδηγώντας σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την επιχείρηση

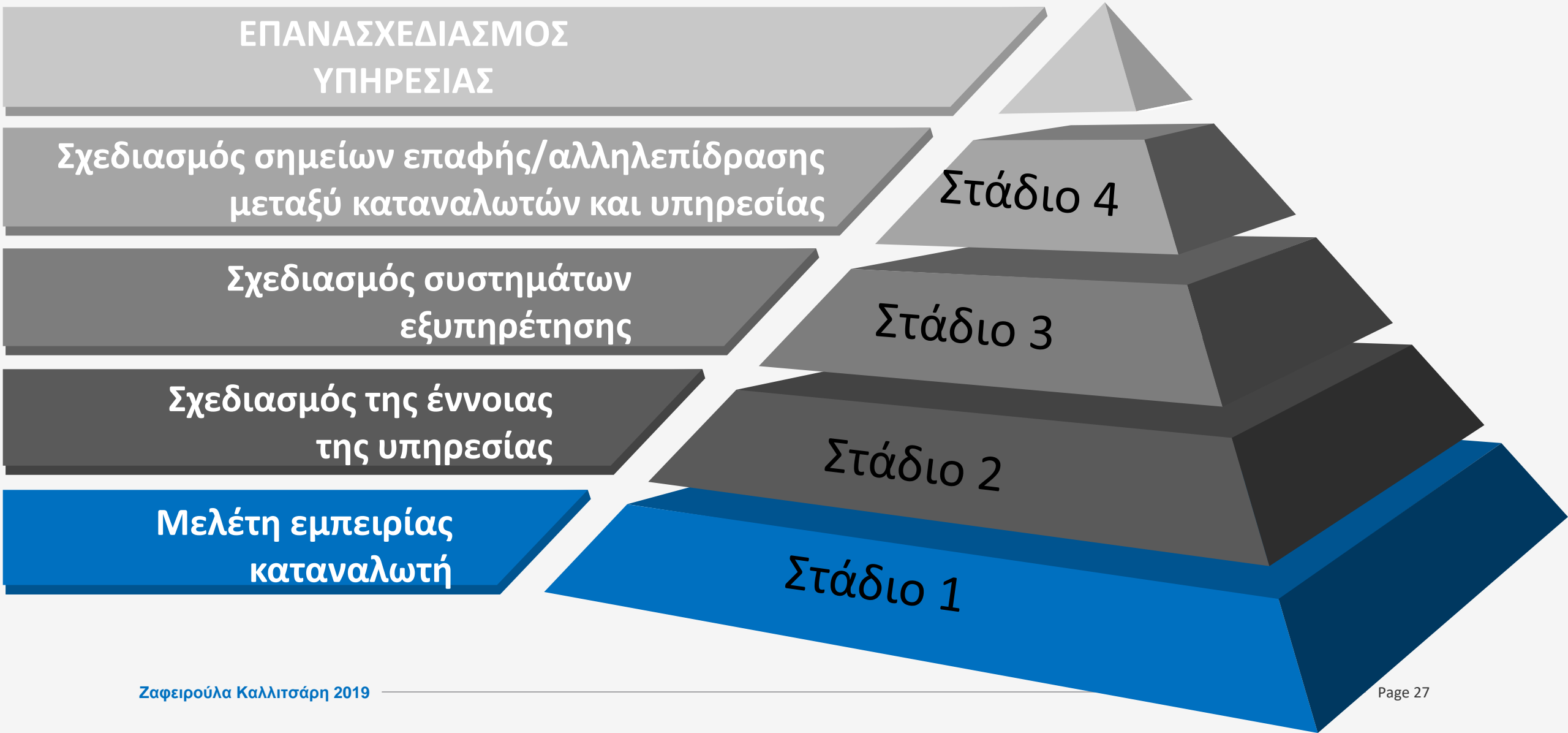
Μελέτη Περίπτωσης

Η εφαρμογή της μεθόδου
MSD στον
Διεθνή Νυχτερινό
Ημιμαραθώνιο
Θεσσαλονίκης

- **Διερεύνηση** των παραγόντων που συνθέτουν την εμπειρία των συμμετεχόντων

- **Επανασχεδιασμός** του Διεθνούς Νυχτερινού Ημιμαραθωνίου Θεσσαλονίκης και του συνολικού εμπειρικού ταξιδιού των συμμετεχόντων

Στάδια της εφαρμογής του MSD



Στάδιο 1

01

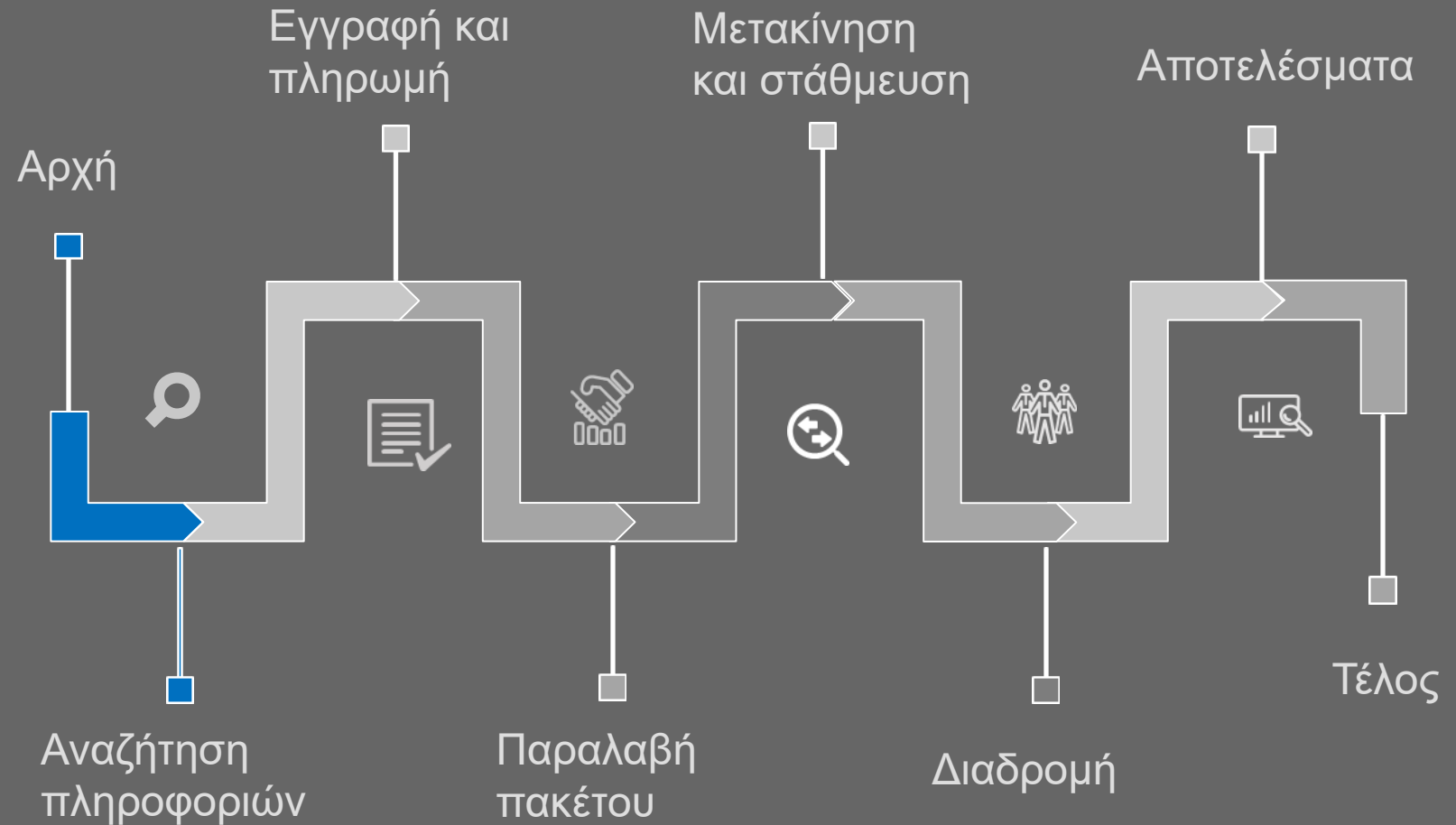
Εμπειρία
δρομέα

02

03

04

Σχεδιασμός εμπειρίας καταναλωτή



Στάδιο 2

01

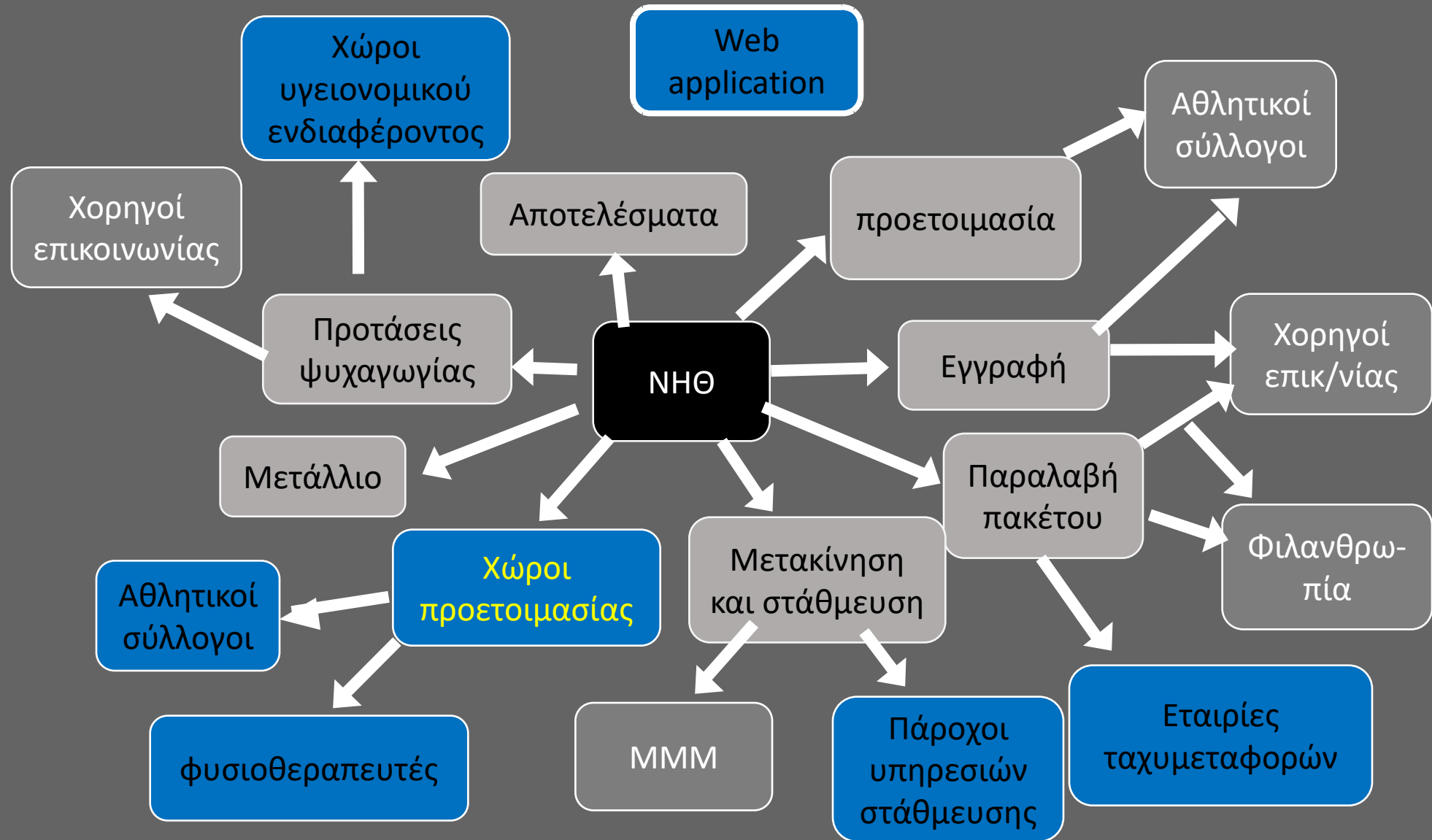
02

Σχεδιασμός
έννοιας της
υπηρεσίας

03

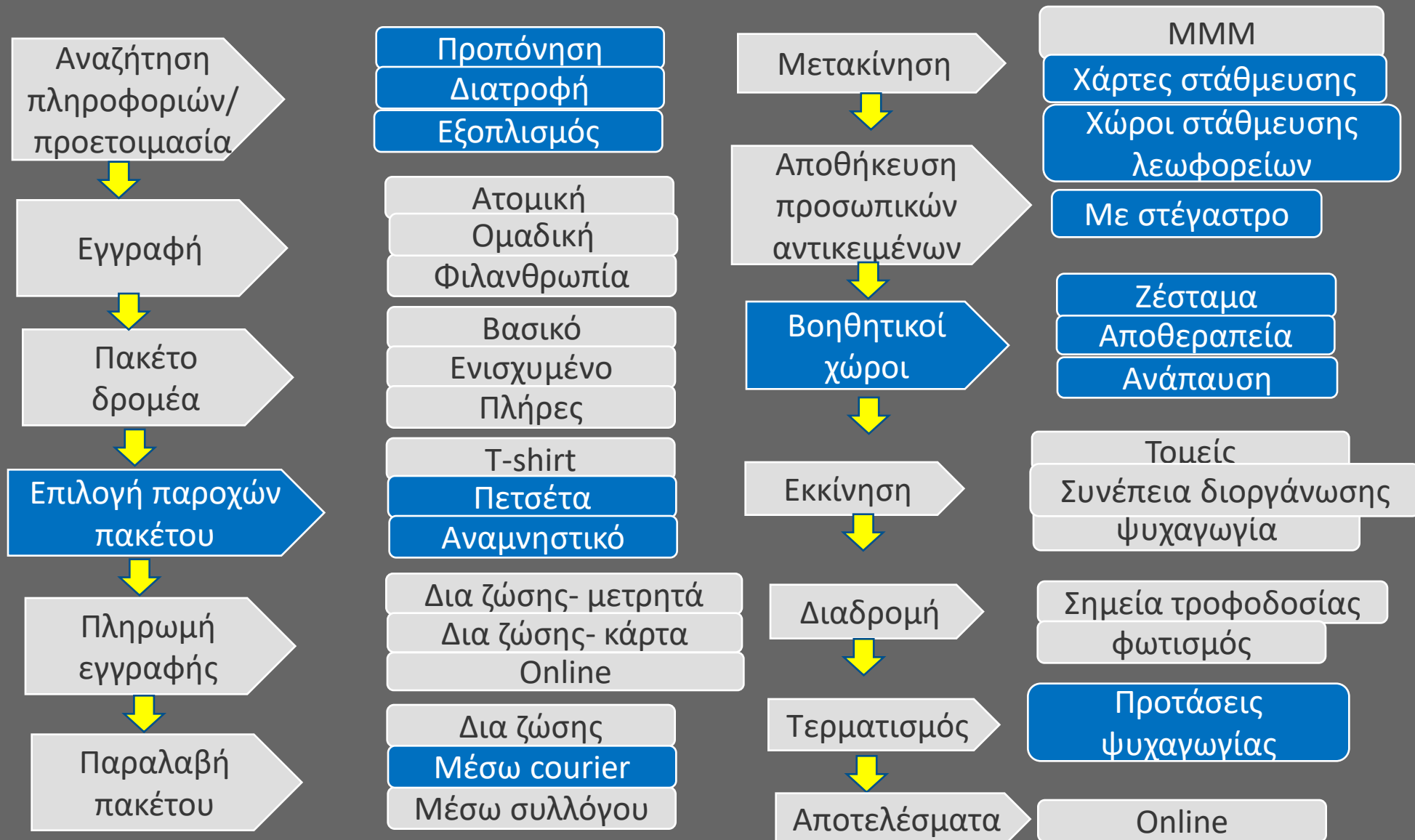
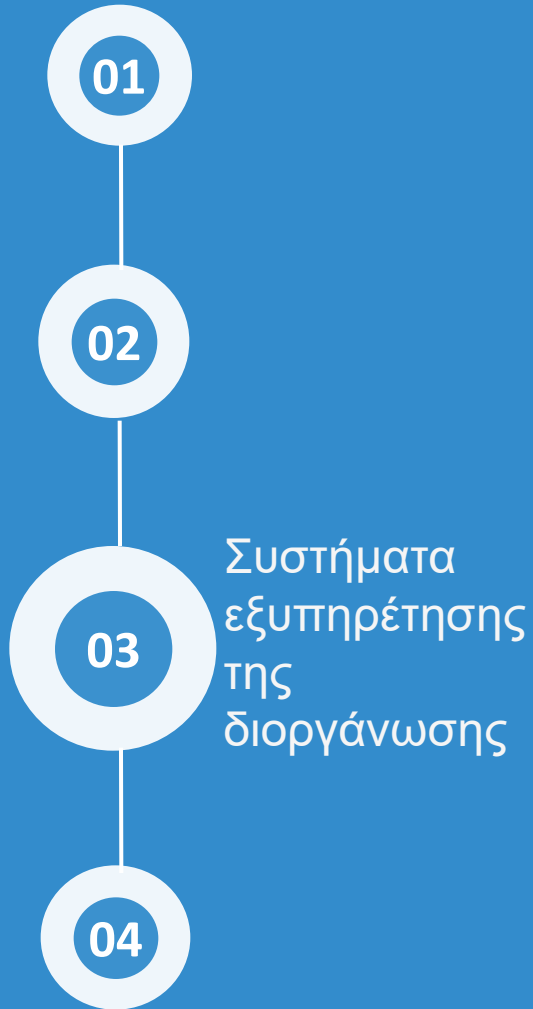
04

Σχηματισμός αξίας της εμπειρίας του συμμετέχοντα



Στάδιο 3

Παράγοντες εμπειρίας και αλληλεπίδρασης με την διοργάνωση



Στάδιο 4

01

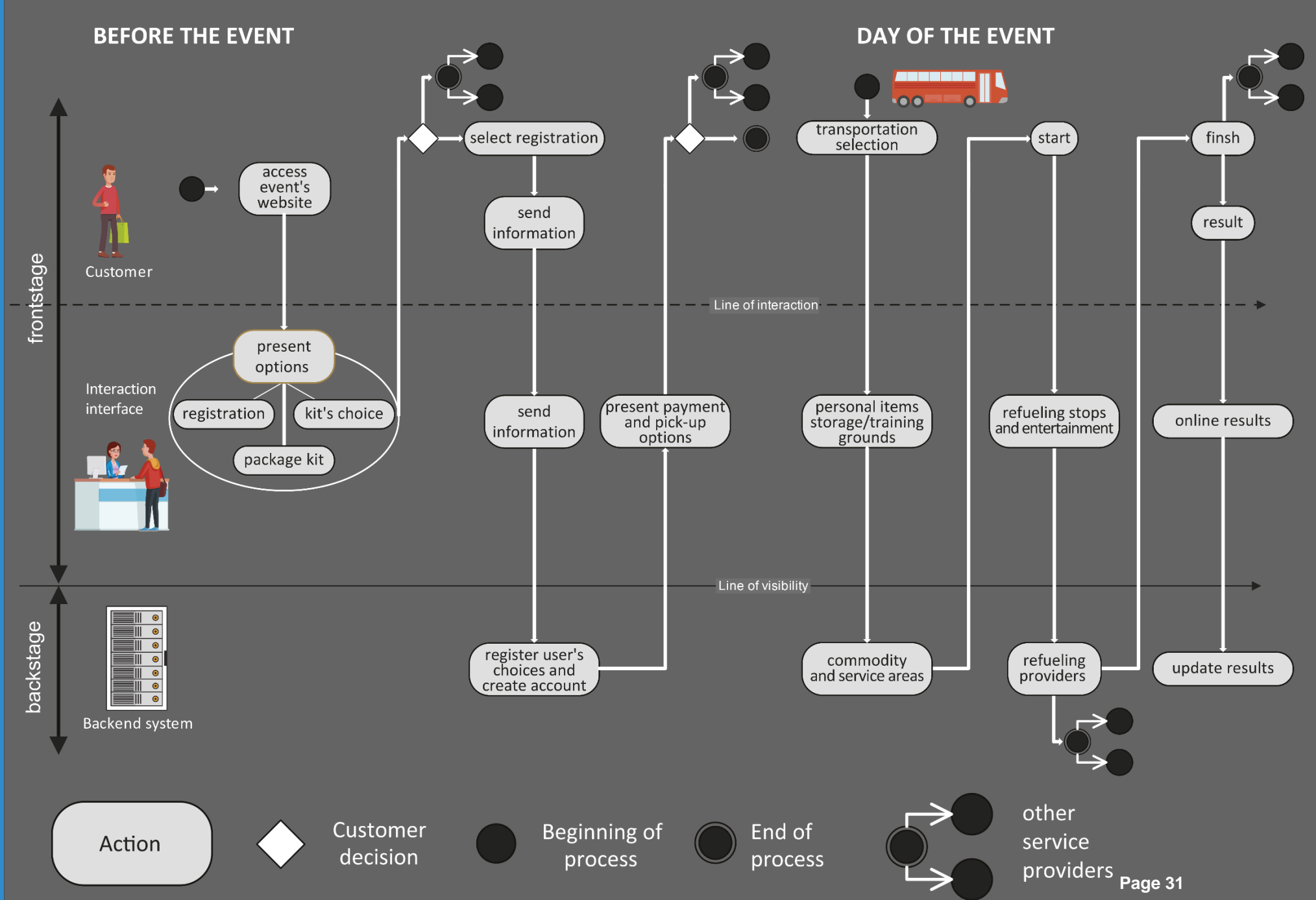
02

03

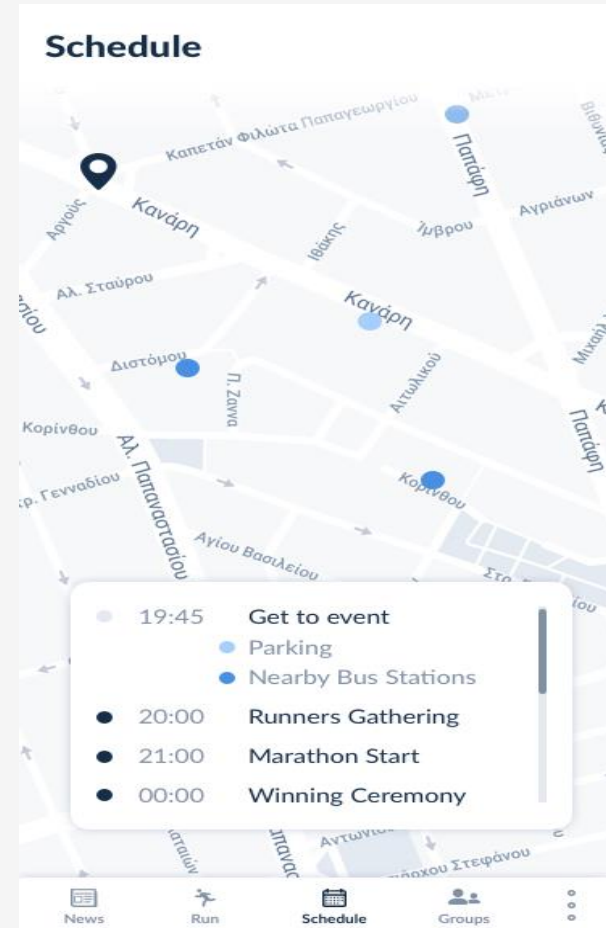
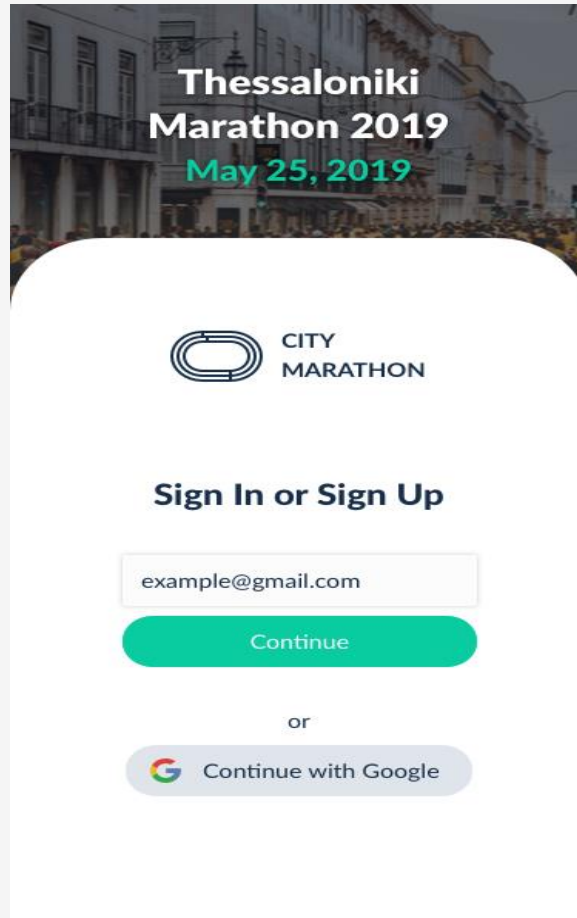
04

Blueprint του αγώνα

Ζαφειρούλα Καλλιτσάρη



Παράδειγμα του Επανασχεδιασμού Υπηρεσιών



Ευχαριστώ

theodorakis.nikolaos@ac.eap.gr