

Szakedolgozatomban körül járom a szolgáltatásmarketing és a kreativitás témakörét. Ismertetem a szolgáltatásmarketing fogalmát, valamint a HIPI elv részletes bemutatása mellett arról is írok, hogy az emberi tényezők mennyire fontos szerepet játszanak a szolgáltatásmarketingben.

Kifejtem, hogy mit is jelent a kreativitás, hogy válhat egy csoport vagy egy személy kreatívvá a szakmai életben, valamint a fogyasztói élmény fontosságáról írok és a fogyasztók szerepét mutatom be, mindezeket az esettanulmányommal alátámasztva. Dolgozatom célja, hogy minél nagyobb betekintést nyerhessek a szolgáltatók által megálmodott és megvalósuló marketing koncepciók lényegébe, ezáltal elemezve a piaci siker alapjait. Kutatásom során arra kerestem a válaszokat, hogy hol a helye a kreativitásnak a szolgáltatási szektorban? Milyen módon lehet beépíteni az innovatív elemeket a teljesebb és magasabb szintű fogyasztói élmény létrehozásának folyamatába? Hogyan kapcsolódhat a kreatív ötletet megálmodó alapító személyisége a különleges szolgáltatások teljes megvalósítási folyamataihoz? Ezen kérdések megválaszolását a szekunder kutatásom szakirodalmi információi mellett, a primer kutatás gyakorlatiasabb és a lehető leginkább aktualitásra fókuszált lehetőségeit kihasználva; három nagyon különleges alapkoncepcióval rendelkező kávézón elvégzett esettanulmány-elemzés által ismertetem. A fogyasztói élmény részletes feltárásához félig strukturált interjúkat készítettem, a kávézókba látogató vendégekkel. Valamint, a vezetői oldal megismerése és az alapkoncepció megismerése végett az alapítókkal készült vezetői interjúim által egy komplex képet kapunk a kreatív szolgáltatási szektorról.