

Strategie regulacji podaży i popytu na usługi

Strategie marketingowe

Zmiana cen,
zmiana rodzaju oferowanych usług,
zróźnicowane w czasie świadczenie,
nasilenie lub osłabienie promocji

Strategie pomocnicze

Przyjęcie lub zwolnienie pracowników,
praca w godzinach nadliczbowych lub praca na niepełny etat,
przesunięcia pracowników do innego typu pracy,
zawieranie okresowych umów o pracę,
okresowe zamknięcie zakładu usługowego

Rysunek 22.2. Strategie równoważenia podaży i popytu na usługi