

Chiara Orsingher

IL VALORE NELLA RELAZIONE DI SERVIZIO PROFESSIONALE

*Abstract*

Questo contributo affronta il tema della creazione del valore nella relazione di servizio con il cliente. Il contributo inizia con la presentazione delle principali specificità delle attività di servizi e la descrizione del processo attraverso il quale il servizio è creato. Successivamente, viene discusso il concetto di valore, sia nella prospettiva dell'economia classica, sia in quella sviluppata nell'ambito delle scienze sociali. In seguito, l'articolo presenta quattro direzioni di ampliamento del concetto di valore, rivolte ad accrescere la percezione del valore del cliente nella relazione con il fornitore di servizi professionali. Il contributo si conclude con alcune riflessioni sulle principali implicazioni di natura gestionale che coinvolgono gli attori dell'organizzazione che crea il servizio per il cliente.