

تسويق الخدمات المصرفية

Banking Services Marketing

الدكتور

ناصر "محمد سعود" جرادات
جامعة فيلادلفيا - الأردن

الدكتور

أحمد محمود الزامل
جامعة الملك سعود - السعودية

الدكتورة

سحر محمد فوطة
جامعة العلوم التطبيقية - الأردن

الدكتور

أحمد يوسف عريقات
جامعة عمان الأهلية - الأردن



الفهرس

الموضوع	الصفحة
الإهداء	3
قائمة الجداول	13
قائمة الأشكال	14
مقدمة المؤلفين	15
فصول الكتاب الرئيسة	23
الفصل الأول	
مقدمة في التسويق والمفهوم التسويقي	
المقدمة	25
تعريف بالتسويق	27
المفهوم التسويقي	28
العناصر الأساسية للمفهوم التسويقي	32
نشوء المفهوم التسويقي	33
مراحل تطور المفهوم التسويقي في صناعة المصارف	36
مراحل تطور التسويق والمفهوم التسويقي	38
الملخص	42
مَسرد المصطلحات	47
أسئلة للمناقشة	48
الأسئلة الموضوعية	50
الفصل الثاني	
الخدمة المصرفية	
المقدمة	55
الخصائص المميزة للخدمات المصرفية	57
أهمية التسويق المصرفي	63
المنتج	63

63	 أهمية المنتج
64	 تعريف المنتج
67	 دورة حياة المنتج
72	 فئات تبني الخدمات والمنتجات الجديدة
73	 نُظُم الخدمات المصرفية
76	 الملخّص
77	 مَسرد المصطلحات
80	 أسئلة للمناقشة
81	 الأسئلة الموضوعية

الفصل الثالث

85

تطوير المنتجات والخدمات المصرفية

86	 المقدمة
86	 تطوير المنتج وتجزئة السوق
88	 المنتج المصرفي
90	 أهداف ووسائل تطوير المنتج المصرفي
92	 الأشكال المختلفة لتطوير المنتج المصرفي
93	 المعالم الخاصة لتطوير المنتج المصرفي
94	 مصادر الأفكار الجديدة للمنتج المصرفي
96	 استراتيجيات تطوير المنتج المصرفي
102	 الملخّص
104	 مَسرد المصطلحات
106	 أسئلة للمناقشة
107	 الأسئلة الموضوعية

الفصل الرابع

111

المزيج التسويقي المصرفي

113	 المقدمة
114	 مفهوم المزيج التسويقي للخدمات
116	 مفهوم المزيج التسويقي للخدمات المصرفية
117	 عناصر المزيج التسويقي للخدمات المصرفية
122	 الملخّص

124	 مَسرد المصطلحات
125	 أسئلة للمناقشة
126	 الأسئلة الموضوعية

الفصل الخامس

129	جودة الخدمة المصرفية المدركة ورضا العميل
-----	---

131	 المقدمة
131	 مفهوم الجودة
133	 جودة الخدمة من وجهة نظر العميل
133	 العوامل التي تحدد جودة الخدمة
135	 أبعاد الجودة
136	 مقارنة إدراكات العميل بتوقعاته
136	 العوامل المؤثرة على توقعات العميل
137	 نموذج الفجوات
139	 العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء
139	 جودة الخدمة كموقف أو اتجاه شامل
139	 التوقعات والادراكات للمستفيد
140	 الرضا التراكمي للمستفيد
142	 الملخص
144	 مَسرد المصطلحات
146	 أسئلة للمناقشة
147	 الأسئلة الموضوعية

الفصل السادس

151	الإدارة المصرفية
-----	-------------------------

153	 المقدمة
153	 نظام الإدارة المصرفية
158	 المنهج التسويقي لتقديم الخدمة المصرفية
164	 برنامج التسويق المصرفي
167	 الملخص
168	 مَسرد المصطلحات
170	 أسئلة للمناقشة

171	 الأسئلة الموضوعية
-----	-------------------------

الفصل السابع

175

تطبيقات أنظمة الخدمات في المصارف

177	 المقدمة
177	 الخدمة المصرفية كعملية
178	 مضامين وانعكاسات التصنيفات الأربعة للخدمة
181	 مستويات الاتصال الشخصي بالعميل
182	 الخدمة المصرفية كنظام
183	 نظام عمليات الخدمة المصرفية
183	 نظام تقديم الخدمة المصرفية
185	 نظام تسويق الخدمة المصرفية
189	 الملخص
190	 مسرد المصطلحات
191	 أسئلة للمناقشة
192	 الأسئلة الموضوعية

الفصل الثامن

195

الإستراتيجيات الداعمة لأنظمة الخدمة المصرفية

197	 المقدمة
197	 العلاقة التفاعلية بين المصرف والعميل
198	 العلاقات التفاعلية كتفاعلات إنسانية
199	 العلاقات التفاعلية مع عناصر بيئة الخدمة
200	 إستراتيجيات إدارة العلاقات التبادلية في نظام تقديم الخدمة المصرفية
202	 الاحتفاظ بالعملاء وتسويق العلاقة
203	 مجالات الاحتفاظ بالعملاء وتسويق العلاقة
204	 مفهوم تسويق العلاقة وأهميته للمصارف
206	 استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء
208	 متطلبات وشرط الضمانات الفاعلة
209	 خصائص ومميزات الضمان المثالي
210	 الملخص
211	 مسرد المصطلحات

212	 أسئلة للمناقشة
213	 الأسئلة الموضوعية

الفصل التاسع

217

التخطيط الاستراتيجي للتسويق المصرفي

219	 المقدمة
220	 صياغة الاستراتيجية
220	 حدود التسويق الاستراتيجي في المصارف
220	 التحليل والتفكير الاستراتيجي
221	 التخطيط المصرفي
223	 تجزئة السوق المصرفية
225	 أسس تجزئة السوق
226	 اختيار أجزاء أو قطاعات السوق المصرفية المستهدفة
227	 تحديد حاجات العميل التي لم يتم إشباعها
228	 تحديد المنافسين
228	 التعرف على البيئة الخارجية
229	 تحليل مكامن قوة وضعف المصرف
230	 التخطيط التسويقي الاستراتيجي الشامل
231	 الملخص
232	 مسرد المصطلحات
233	 أسئلة للمناقشة
234	 الأسئلة الموضوعية

الفصل العاشر

275

سلوك العميل وتجزئة السوق المصرفية

239	 المقدمة
240	 سلوك واتجاهات العميل
241	 العوامل الخارجية
241	 العوامل الداخلية
241	 العوامل التي تؤثر على عملاء المصرف
242	 العوامل الخارجية
246	 العوامل الداخلية

248	عملية الشراء السلوكي
250	تجزئة السوق
251	تجزئة السوق المصرفية
253	شروط التجزئة الفاعلة للسوق
254	الأسس المعتمدة في تجزئة السوق المصرفية
266	الملخص
267	مَسرد المصطلحات
269	أسئلة للمناقشة
271	الأسئلة الموضوعية

الفصل الحادي عشر

275

تحديد مكانة الخدمة المصرفية في السوق

277	المقدمة
278	البحث عن ميزة تنافسية
278	الحاجة إلى التركيز في الاستراتيجية التنافسية
279	تحديد واختيار القطاعات المستهدفة
280	سلوك العميل في الاختيار
280	تطوير مفهوم الخدمة المصرفية لقطاع سوقي معين
281	خلق أو تكوين موقع تنافسي
282	دور عملية تحديد مكانة الخدمة المصرفية في استراتيجية التسويق المصرفي
284	خطوات تطوير استراتيجية تحديد مكانة الخدمة المصرفية في سوقها
285	توقع رد الفعل التنافسي
287	الملخص
289	مَسرد المصطلحات
290	أسئلة للمناقشة
291	الأسئلة الموضوعية

الفصل الثاني عشر

295

توزيع الخدمة المصرفية

297	المقدمة
297	اختيار موقع المصرف
299	قنوات توزيع الخدمة المصرفية

301	 أهمية فروع المصرف
303	 التكنولوجيا المصرفية
305	 أساليب اختيار موقع فروع المصرف
308	 العوامل المؤثرة على اختيار منفذ التوزيع
309	 استراتيجيات التوزيع
311	 الملخص
313	 مسرد المصطلحات
315	 أسئلة للمناقشة
316	 الأسئلة الموضوعية

الفصل الثالث عشر

321

ترويج الخدمات المصرفية

323	 المقدمة
324	 النشاط الترويجي
324	 أهمية النشاط الترويجي
324	 أهداف النشاط الترويجي
326	 نموذج الاتصال في الترويج
327	 الهرم الترويجي
328	 العوامل المؤثرة على اختيار المزيج الترويجي المصرفي
330	 عناصر المزيج الترويجي المصرفي
346	 استراتيجيات الترويج المصرفي
350	 الملخص
352	 مسرد المصطلحات
354	 أسئلة للمناقشة
356	 الأسئلة الموضوعية

الفصل الرابع عشر

363

تسعير الخدمات المصرفية

365	 المقدمة
365	 أنظمة التسعير
367	 معايير نظام التسعير المصرفي
367	 التسعير المستند إلى الكلفة

368	 الصيغ التسعيرية المبسطة، والتسعير الموجه نحو الطلب
369	 طرق التسعير الميدانية
371	 السياسات السعرية المستندة إلى الأهداف الاستراتيجية مقابل الأهداف
372	 الملخص
372	 مسرد المصطلحات
375	 أسئلة للمناقشة
376	 الأسئلة الموضوعية

الفصل الخامس عشر

379	تأثير الأزمة المالية العالمية على تسويق الخدمات المصرفية
-----	---

381	 المقدمة
381	 نشوء الأزمة المالية العالمية
384	 آثار الأزمة المالية العالمية الحالية
387	 طرق مواجهة الأزمة المالية العالمية
389	 دور وظيفة التسويق المصرفي في تجاوز آثار الأزمة المالية العالمية
395	 الملخص
396	 مسرد المصطلحات
397	 أسئلة للمناقشة
398	 الأسئلة الموضوعية
403	 حالات عملية
415	 المصطلحات الأساسية
431	 إجابات الأسئلة الموضوعية
433	 قائمة المراجع