

د. مصطفى يوسف كافي

التسويق المصرفي

التسويق
المصرفي



AlphaDoc

المحتويات

17	مقدمة
19	المبحث الأول: ماهية التسويق والبنوك - مفاهيم عامة
23	المطلب الأول: مفهوم التسويق
30	المطلب الثاني: التطور التاريخي للتسويق
30	1- المفهوم الإنتاجي
31	2- المفهوم السلعي
31	3- المفهوم البيعي
31	4- المفهوم التسويقي
32	5- المفهوم الاجتماعي للتسويق
33	المطلب الثالث: أهمية التسويق
33	1- أهمية التسويق على مستوى المنشأة
33	2- أهمية التسويق على مستوى المجتمع
34	3- أهمية التسويق على مستوى المستهلك
36	المطلب الرابع: مفهوم البنوك وتطورها تاريخياً وأنواعها
36	أولاً: مفهوم البنوك
41	ثانياً: نشأة وتطور البنوك
42	ثالثاً: أهداف البنوك
42	رابعاً: وظائف البنوك
43	خامساً: أنواع البنوك

45 المبحث الثاني : التسويق المصرفي - مفهومه ، أهدافه ونشأته

المطلب الأول: مفاهيم التسويق المصرفي وأهدافه 48

أولاً: مفاهيم التسويق المصرفي 48

ثانياً: أهداف ووظائف التسويق المصرفي 53

المطلب الثاني: نشأة وتطور التسويق المصرفي 57

أولاً: نشأة التسويق المصرفي 57

ثانياً: مراحل تطور مفهوم التسويق المصرفي 58

65 المبحث الثالث: البيئة التسويقية المصرفية

المطلب الأول: مفهوم البيئة التسويقية المصرفية 68

المطلب الثاني: مكونات البيئة التسويقية المصرفية 70

أولاً- البيئة الداخلية للبنك «Internal environment» 70

ثانياً- البيئة الخارجية للبنك «External environment» 71

83 المبحث الرابع: تسويق الخدمات المصرفية

المطلب الأول: أهمية قطاع الخدمات: تطورها، نموها 85

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة بصفة العامة 89

1- تعريف الخدمة 89

2- خصائص الخدمة 93

المطلب الثالث: مفهوم الخدمة المصرفية 98

1- تعريف الخدمة المصرفية 98

2- خصائص الخدمات المصرفية وأنواعها 98

المطلب الرابع: مراحل تطور الخدمات المصرفية 106

أولاً: التنوع في الأنشطة والخدمات المصرفية 106

ثانياً: التوسع الكبير في استخدام تكنولوجيا الخدمات المصرفية 108

108..... ثالثاً: النمو عن طريق الاندماج

109..... رابعاً: التدويل (Internationalisation)

110..... خامساً: التطور التنظيمي والإداري

113 المبحث الخامس : تجزئة السوق المصرفية

115..... المطلب الأول: مفهوم تجزئة السوق المصرفية

118..... المطلب الثاني: أهمية تقسيم السوق إلى قطاعات

119..... 1- السوق المتجانس

119..... 2- السوق غير المتجانس

120..... المطلب الثالث: مزايا ومتطلبات تجزئة السوق

120..... 1- مزايا تجزئة السوق

121..... 2- متطلبات تقسيم السوق المصرفية

123..... المطلب الرابع: خطوات تقسيم السوق إلى قطاعات

125..... المطلب الخامس: أسس تقسيم السوق المصرفي إلى قطاعات

126..... المطلب السادس: استراتيجيات السوق المستهدف

126..... 1- تحديد السوق المستهدفة

127..... 2- تحديد استراتيجية السوق المستهدفة

129..... المطلب السابع: تحديد موقع (مكانة) البنك في السوق

133 المبحث السادس : سلوك الزبون البنكي والعوامل المؤثرة فيه

135..... المطلب الأول: تعريف سلوك الزبون

136..... المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على السلوك الزبون

136..... أولاً: العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك الفرد

137..... ثانياً: العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك الصناعي

139..... المطلب الثالث: المراحل التي يمر بها الزبون في اتخاذ قراراته

المبحث السابع: إدارة التسويق المصرفية 141

- المطلب الأول: التنظيم الداخلي لإدارة التسويق المصرفي 143
- 1- الأسلوب الذي ينظر إلى التسويق كوظيفة 144
- 2- الأسلوب الذي ينظر إلى التسويق كعملية 146
- المطلب الثاني: الإستراتيجيات التسويق المصرفي 147
- 1- الخطة المصرفية 147
- 2- أنواع الإستراتيجية التسويقية 148
- 3- تنفيذ الإستراتيجية التسويقية المصرفية 153

المبحث الثامن: المزيج التسويقي المصرفي 155

- المطلب الأول: المنتج (الخدمة) المصرفي 159
- أولاً- مزيج الخدمة المصرفية والعوامل المؤثرة على سياسة تقديمها 162
- ثانياً- دورة حياة الخدمة المصرفية (The servicelife Cycle) 164
- ثالثاً: تطوير (ابتكار) الخدمات المصرفية 168
- رابعاً: تأثير الجودة على تقديم الخدمات المصرفية 173
- المطلب الثاني: تسعير الخدمات المصرفية 176
- أولاً: مفهوم التسعير المصرفي 176
- ثانياً: أهداف وأهمية قرارات التسعير، وما هي العوامل التي يتأثر بها تسعير
الخدمات المصرفية؟ 177
- ثالثاً- إستراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية 183
- المطلب الثالث: ترويج الخدمات المصرفية 187
- أولاً- مفهوم الترويج وأهميته 187
- ثانياً- أهداف الترويج 189
- ثالثاً: أساليب الترويج للخدمة المصرفية والعوامل المؤثرة فيه 190
- المطلب الرابع: توزيع الخدمات المصرفي 214

215.....	قنوات توزيع الخدمات المصرفية
220.....	المطلب الخامس: المزيج التسويقي الموسع
220.....	أولاً: العاملون بالبنك (الأفراد)
222.....	ثانياً: عملية تقديم الخدمة
222.....	ثالثاً: الدليل المادي

225 المبحث التاسع: التسويق المصرفي الإلكتروني

228.....	المطلب الأول: التسويق المصرفي الإلكتروني
229.....	أولاً: استراتيجية التسويق الإلكتروني (EMS)
229.....	ثانياً: مزايا التسويق المصرفي الإلكتروني
231.....	المطلب الثاني: مفهوم البنوك الإلكترونية
232.....	أولاً- إدارة تميز الخدمة المصرفية
233.....	ثانياً- مزايا البنوك الإلكترونية
235.....	ثالثاً- أهمية وعوامل نجاح البنوك الإلكترونية
237.....	المطلب الثالث: الصيرفة الإلكترونية واقتصاد المعرفة
239.....	المطلب الرابع: التسويق المصرفي الإلكتروني عبر الإنترنت
241.....	المطلب الخامس: العمليات المصرفية الإلكترونية
246.....	المطلب السادس: أشكال التوقيع الإلكتروني
247.....	المطلب السابع: محددات التسويق المصرفي الإلكتروني
248.....	المطلب الثامن: العوامل المؤثرة على سلوك العملاء في اختيار المصرف
250.....	المطلب التاسع: الاستراتيجيات المتبعة لمجاراة المتغيرات المصرفية العالمية

253 المبحث العاشر: دور التسويق المباشر في البنوك

256.....	المطلب الأول: مفاهيم حول التسويق المباشر
256.....	1- تعريف التسويق المباشر

- 258..... 2- أهمية التسويق المباشر
- 259..... 3- نمو وتطور التسويق المباشر
- 261..... المطلب الثاني: التخطيط للتسويق المباشر
- 261..... 1- تحديد أهداف الحملة التسويقية المباشرة
- 262..... 2- تحديد الجمهور المستهدف ومكان تواجده
- 262..... 3- اختيار وسائل الاتصال المستعملة
- 263..... 4- اختيار الوقت المناسب
- 263..... 5- إنتاج مادة الاتصال
- 263..... 6- الاستعداد لمعالجة الردود
- 263..... 7- تسليم الرسائل
- 264..... 8- تسجيل التفاصيل للقياس أو التقييم
- 265..... المطلب الثالث: التسويق بقواعد البيانات وللإنترنت
- 265..... 1- التسويق بقواعد البيانات
- 267..... 2- التسويق المباشر بالإنترنت

271 المبحث الحادي عشر: نظم المعلومات المصرفية

- 274..... المطلب الأول: نظم المعلومات المصرفية، مفهومها ومكوناتها وأنواعها
- 274..... 1- مفهوم النظام
- 275..... 2- مكونات النظام
- 275..... 3- بيئة النظام وحدوده
- 275..... 4- مفهوم نظم المعلومات المصرفية
- 277..... 5- أنواع نظم المعلومات المصرفية المبنية على الحاسبة الإلكترونية
- 279..... المطلب الثاني: نظام تشغيل التعاملات المصرفية المبنية على الحاسبة الإلكترونية
- 279..... أولاً: مفهوم نظام تشغيل التعاملات المصرفية
- 279..... ثانياً: وظائف نظام تشغيل التعاملات المصرفية وفق الحاسبة الإلكترونية

المطلب الثالث: نظام دعم القرار المصرفي المبني على الحاسبة الإلكترونية	282
أولاً: مفهوم نظام دعم القرار المصرفي	282
ثانياً: مكونات نظام دعم القرار المصرفي	282
المطلب الرابع: الذكاء الاصطناعي ونظام الخبرة المصرفي	286
أولاً: مفهوم الذكاء الاصطناعي	286
ثانياً: مفهوم نظام الخبرة المصرفي	287
ثالثاً: مكونات نظام الخبرة المصرفي	287
رابعاً: نظام الخبرة المصرفي وخطوات عمله:	288
خامساً: فوائد نظام الخبرة المصرفي وحدوده:	289

291 قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:	293
ثانياً- المراجع باللغة الأجنبية:	300