

التسويق المصرفي

وصفي عبد الرحمن النعسة



الفهرس

9 المقدمة

الفصل الأول

التسويق

13 مراحل التطور المفهوم التسويقي

26 العناصر الأساسية للعملية التسويقية

34 عناصر المزيج التسويقي

36 التسويق ومفهوم الفجوات وخلق المنافع

41 التسويق والحالات المختلفة للطلب

الفصل الثاني

مقدمة في الترويج التجاري

47 مقدمة في الترويج الاقتصادي

50 أهمية النشاط الترويجي

52 أهمية الترويج للمستهلك

53 أهمية الترويج للعاملين في التسويق

الفصل الثالث

طبيعة النشاط التسويقي

58 طبيعة النشاط التسويقي

62 بعض الاعتقادات الخاطئة بالنشاط التسويقي

64	التسويق ليس بالضرورة تلاعباً بالمستهلك
65	التسويق ليس دواء لكل أمراض المنظمات
71	تطور النشاط التسويقي
75	الأهداف التسويقية
81	استراتيجية التركيز على قطاع سوق محدد
86	تعريف التسويق

الفصل الرابع

أساسيات التسويق (الاستراتيجيات التسويقية)

103	مفهوم الاستراتيجية التسويقية
113	استراتيجيات المنتجات

الفصل الخامس

تسويق الخدمات المصرفية

126	تعريف الخدمات
126	الفروق الجوهرية بين السلع والخدمات
129	خصائص الخدمات المصرفية
132	الدلالات التسويقية المترتبة على خصائص الخدمات المصرفية
134	برنامج تسويق الخدمات المصرفية
134	إدارة النشاط التسويقي

الفصل السادس

تخطيط المنتجات للخدمات المصرفية

139	تخطيط المنتجات للخدمات المصرفية
140	المزيج التسويقي للبنك
142	مفهوم المنتجات (الخدمات المصرفية)
144	المؤثرات العامة على سياسة تقديم الخدمات المصرفية
146	استراتيجية تقديم الخدمات المصرفية للسوق
147	استراتيجية تطوير الخدمات
154	تقديم خدمات مصرفية الجديدة للسوق

الفصل السابع

دراسة العميل والسوق المصرفي

163	دراسة العميل والسوق المصرفي
164	أهمية وجود العميل
165	دراسة العميل
169	سلوك العملاء وتصرفاتهم
176	المراحل التي يمر بها العميل في اتخاذ قراراته
181	تقسيم السوق
193	قنوات توزيع الخدمات المصرفية
214	برنامج التسويق المصرفي
219	مفهوم السعر

- 223 أهداف التسعير المصرفي في
 224 العوامل المؤثرة على قرارات التسعير للخدمات المصرفية
 226 استراتيجية المزيج التسويقي

الفصل الثامن

المفاهيم والمصطلحات

- 241 المفاهيم والمصطلحات
 247 المراجع