

الاستراتيجيات التسويقية للخدمات المالية والبنكية

أولاً: انواع الاستراتيجيات التسويقية للخدمات المالية والبنكية :

هناك عدة انواع من الاستراتيجيات التسويقية للخدمات المالية والبنكية وتتمثل فيما يلي¹:

1. الاستراتيجية الهجومية:

يرى المتخصصون في التسويق ان هناك خمس استراتيجيات تسويقيه يمكن للبنوك استخدامها، هي استراتيجية التوسع الجغرافي، استراتيجية اختراق السوق، استراتيجية السوق الجديدة، استراتيجية قيادة السوق، استراتيجية تحدي السوق.

2. استراتيجية التوسع الجغرافي

تقوم هذه الاستراتيجية على زياده التعامل على الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك واتساع نشاطه بمعنى ان يتجه البنك في تقديم خدماته الى مناطق جغرافية جديده داخل حدود الدولة او الى خارجها

3. استراتيجية اختراق السوق:

تقوم هذه الاستراتيجية على جذب علماء جدد من السوق الذي يعمل فيه البنك حالياً عن طريق دراسة السوق دراسة عمليه متعمقة ووافيه وتحديد خصائصه واحتياجات عملائه كما من المهم جداً الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتوسيع قاعده نشاطهم وتعاملهم مع البنك.

4. استراتيجية السوق الجديدة:

تقوم هذه الاستراتيجية على توسيع نطاق جاذبيه البنك لجذب عملاء جدد من شرائح السوق ويمكن ان تستخدم هذه الاستراتيجية في جذب عملاء جدد او لا خلال السوق الجديد محل السوق القديم.

5. استراتيجية قياده السوق:

¹ عبد المطلب عبد الحميد، التسويق المصرفي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2015، ص98.

تستخدم هذه الاستراتيجية من جانب البنوك العملاقة والتي تستطيع ان تؤثر في السوق المصرفي وهي في نفس الوقت تكون قادره على استيعاب رد الفعل او الصدمات والمكاسب التي تحصل عليها.

6. استراتيجية التحدي السوقي:

تقوم على قيام البنك تحدي البنك القائد للسوق المصرفي سواء بالهجوم المباشر او غير المباشر.

7. الاستراتيجية الدفاعية:

تقوم هذه الاستراتيجيات على تجنب المواجهة مع البنوك القائدة واحتلال موقع غير متقدم في السوق والتركيز على عدم البدا في تطبيق نظام مصرفي إلا إذا كان الجميع أو الاكثية العظمى منهم قد طبقوه واستخدموه، وتثبت نجاحه وبرحيته.

8. استراتيجية التبعية السوقية:

تقوم على ارتضاء البنك الذي يستخدمها لموقف التابع دون محاوله دخول حلبة الصراع والمنافسة وحافظته على هذا النصيب وزيادته

9. استراتيجية المحراب السوقي:

يقوم البنك التابع لهذه الاستراتيجية باختيار احد البنوك الناجحة والعاملة فعلا في السوق المصرفي باتباع خطواته وسياساته وتقليده الى حد بعيد سواء في تصميم مزيج الخدمات المالية والبنكية التي يقدمها لجذب العملاء

10. استراتيجية الرشاد التسويقية:

تقوم على اجراء خفض لكافه عناصر التكلفة التي يتحملها البنك لتقديم خدماته المالية والبنكية الى عملائه.

11. استراتيجية تخفيض التكلفة:

تقوم هذه الاستراتيجية على خفض لكافة عناصر التكلفة التي يتحملها البنك بتقديم خدماته المصرفية إلى عملائه ويشمل هذا بالطبع تكلفة العمالة وتكلفة تشغيل الفروع.

12. استراتيجية تعظيم الربحية:

تقوم هذه الاستراتيجية على التوسع في العمليات ذات الربحية المرتفعة خاصة عملية تمويل القطاع الخدمات التجارية التي تضمن ارتفاع معدل التشغيل وتقديم مجموعه من الخدمات الكاملة والمتكاملة التي يحقق من خلالها البنك ارباحا مرتفعة.

ثانيا: كيفية تنفيذ الاستراتيجية التسويقية :

يخضع تنفيذه لمجموعه من العوامل خاصة بعد وضع الخطة التسويقية العامة للبنك في ضوء الاهداف العامة المتعين تحقيقها خلال فتره زمنيه اذا البنك يستخدم احد الاسلوبين المختلفين لتنفيذ الاستراتيجية.

1. تمييز الخدمة المقدمة

يقوم على عملية الاختلاف بين المزيج الخدمي الذي يقدمه البنك والبنوك المنافسة .

2. تقسيم السوق

يقوم على حقيقه تسويقيه هامه اساسها ان الطالب على الخدمات المالية والبنكية شديده التنوع والاتساع يقوم البنك بتكيف وتعديل خدماته لتتلاءم احتياجات مجموعه معينه من العملاء وتصميم مزيج خدمي ملائم له².

² عبد المطلب عبد الحميد، نفس المرجع السابق، ص103.