المركز الجامعي مرسلي عبد الله- تيبازة-
معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

السنة الثالثة مالية البنوك التأمينات
السداسي الخامس 2023/2022

# امتحان الدورة العادية في مقياس التسويق البنكي

الاسم و اللقب:
الفوج:
المدة: ساعة واحدة

رقم التسجيل:

4.5

**1/ في ظل المنافسة، المؤسسات الخدمية كالبنوك مرهونة بتجاوز بعض العقبات و هي في نفس الوقت مميزات تسويق الخدمات و تتمثل في: التمييز، الجودة و الانتاجية. اشرح هذه المميزات.**

1.5 – **التمييز** : تشجيع الإبداع، كأن تدخل تجديدات على خدماتها المعروضة و زيادة سرعة أدائها و بهذا تميز خدمتها على المؤسسات المنافسة.

1.5 – **الجودة** : إن الجودة في الخدمات تعني إحساس الزبون عند مقارنة توقعاته مع ما يجده بعد استهلاكه للخدمة، إذن هي عبارة عن علاقة بين المنافع المحصل عليها خلال استعمال الزبون للخدمة و المنافع التي كان يأملها.

1.5 – الإنتاجية : تعني إنتاج الخدمة، فهو مفهوم يظهر التداخل بين الزبون و المؤسسة، فتحسين الإنتاجية يخضع إلى تقوية كفاءة العمال في كل المستويات الوظيفية، كما يخضع إلى تنميط الخدمة.

**2/ من أجل اتخاذ أي قرار تسويقي بنكي لابد من جمع بيانات متعددة، و هذه المعلومات تحتاج إلى متابعة مستمرة حتى تتوافق مع الأوضاع الحالية للسوق. فيما تتمثل أنواع الدراسات التي تجرى على السوق البنكية؟**

5

أ- دراسات متعلقة بالبنك تشمل:
- دراسة السمعة
- دراسة الشهرة
ب- دراسة الزبائن:
- دراسة تقسيم السوق
- تحليل الدوافع
ج- دراسة المنافسين

د ـ دراسة المنتجات

هـ ـ دراسة الموقع

**3/ إن قيمة الخدمة و درجة رضا الزبون البنكي تتأثر بطرق تسيير الانتظار و تسيير الاحتجاجات و الشكاوي المقدمة من طرف الزبون. ما هي القواعد التي يمكن للبنك اعتمادها من أجل معالجة الانتظار و تسييره؟** (5)

ـ العمل على تحقيق الاسترخاء ؛ 1.5

ـ الدمج ؛

ـ الضبط ؛ 1.5

ـ التنظيم ؛

ـ التصرف في الحالات الرهيبة ؛ 1.5

ـ شغل الزبون ؛

ـ إعلام الزبون ؛ 0.5

**4/ يعتبر السعر من أكثر الأدوات و العناصر المكونة للمزيج التسويقي أهمية. على ماذا تعتمد البنوك عند تأسيس السياسة السعرية؟** (6)

تعتمد البنوك في تأسيس سياسة سعرية على أربع نقاط هي :

1.5 – حساب التكاليف: الطرق المحاسبية.

1.5 – قابلية السعر: أي معرفة درجة قبول السعر لدى الزبائن و هذا عن طريق تقنيات سبر الآراء.

1.5 – تحسين النوعية: كلما كانت نوعية و جودة الخدمات أحسن دفعت الزبائن إلى قبول الزيادة في السعر.

1.5 – الاتصال المباشر: القيام بحملات تحسيسية لدى الزبائن و توضيح التغيير الذي فرضته القوانين الجديدة و الذي أدى إلى ارتفاع التكاليف الخاصة بالمنتجات البنكية.

بالتوفيق