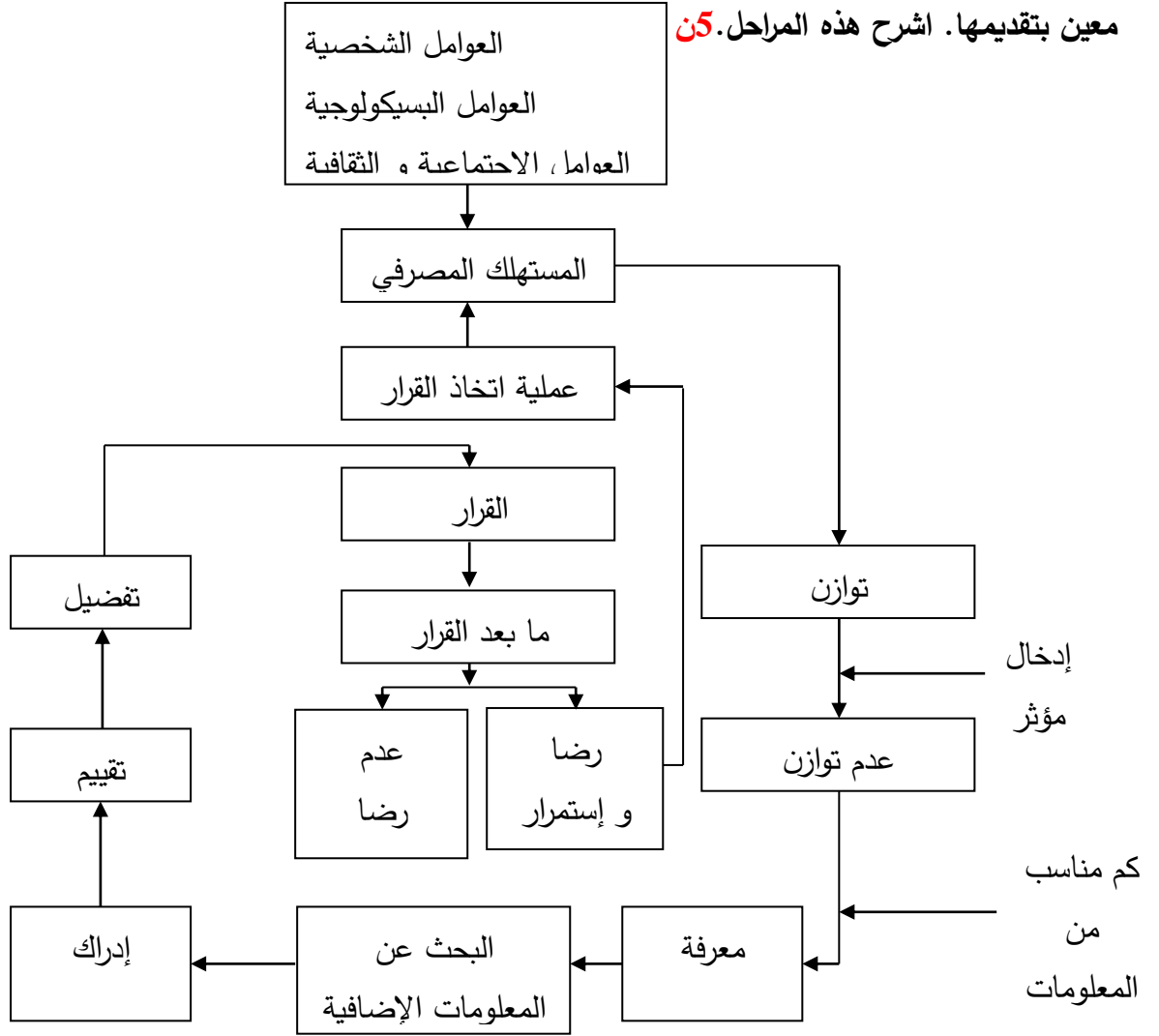


امتحان الدورة العادية في مقياس تسويق الخدمات المالية

1/ يمر الزبون البنكي على عدة مراحل حتى يتخذ قراره بالإقدام على استعمال خدمة معينة يقوم بنك

معين بتقديمها. اشرح هذه المراحل. 5ن



2/ تحتاج الفرص التسويقية إلى دراسة معمقة و استغلال من طرف البنك. 6ن

الفرص التسويقية عبارة عن مواقف تحتاج من البنك دراسة معمقة و استغلال، و ما على المصرف إلا المساهمة في اكتشاف تلك الفرص، و دراستها، و تحديد المشاريع الجديدة التي يمكن إقامتها في نطاقها فالفرص التسويقية تعبر عن حاجات و رغبات الزبائن التي لم تلبى بعد، و لدى المصرف الإمكانيات و الوسائل لتلبية تلك الفرص.

- و أهم ما يعطي البنك فرصا تسويقية دراسة مايلي :
- استغلال خبرات البنك السابقة في خدمات جديدة؛
- القوة المالية و الثقة بالبنك مقارنة بالمنافسين؛
- أسعار خدمات منافسة؛ - وجود موظفين متميزين؛
- الصورة الذهنية للبنك و خدماته لدى المتعاملين.

3/ يعتبر السعر من أكثر الأدوات و العناصر المكونة للمزيج التسويقي البنكي أهمية، إلا أن سياسة الأسعار في التسويق البنكي تتميز بالمحدودية. 4ن

يقصد به مجموعة القرارات المتعلقة بسعر المنتج. و يعتبر من أهم الوسائل التنافسية فاختيار الزبون للمنتج لا يتوقف على النوعية فقط له موقف خاص تجاه سعر المنتج.

- فيما تتمثل أسباب محدودية سياسة الأسعار في التسويق البنكي؟
- السلطات النقدية (البنك المركزي) هي التي تقوم بتحديد سعر بعض المنتجات.
- الأسعار الأخرى تحدد على مستوى المهنة البنكية، و هذا بعد تفاهم أهم المؤسسات الإقراض على سعر معين.

4/ كي تتمكن شركة تأمين من إيصال خدماتها التأمينية للمستفيدين المرتقبين يجب أن تقوم بنشاط التوعية التأمينية. 5ن

- ما هي الأغراض من التوعية التأمينية؟
- نشر الثقافة التأمينية بين الجماهير الذين يحتمل أن يستفيدوا من هذه الخدمة و توعيتهم.
- توجيه انتباه المستفيد المرتقب، و اهتمامه بمزايا الخدمة التأمينية.
- ما هي العناصر التي تشملها؟
- الاتصال الشخصي : و يهدف إلى البحث عن المستفيدين المناسبين من خلال توضيح خصائص الخدمة التأمينية التي تقدمها شركة التأمين للمستفيد الراغب في الشراء.
- التحفيز "التنشيط" : و يعمل هذا العنصر تنشيط مشتريات الأفراد للخدمات التأمينية.
- الإعلان : و هو أحد عناصر التوعية غير الشخصية التي يتم عن طريقها تعريف و إقناع الجمهور بالخدمات التأمينية التي تقوم الشركة بتقديمها، و يختار رجل الإعلان من بين الوسائل الوسيلة المناسبة لإيصال مزايا الخدمة التأمينية إلى الجمهور.
- خدمة ما بعد البيع : يتمثل بالتزام شركة التأمين تجاه المؤمن له بموجب عقد التأميني.

بالتوفيق