

Теория маркетинга

Традиционная

Предоставление
освоенных
банковских услуг



Современная

Ориентация на
потребности
клиентов



Инструменты
организации
сбыта

Прибыль за счет
увеличения
объема сбыта



Использование всех
инструментов
маркетинга
для исследования
рынка



Прибыль за счет
более полного
удовлетворения
клиентов



Банковский продукт:



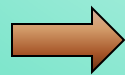
✓ Имеет обычно абстрактную, «невещественную» форму или документарную

✓ Ограничен временными рамками

✓ Быстро копируется другими кредитно-финансовыми инструментами

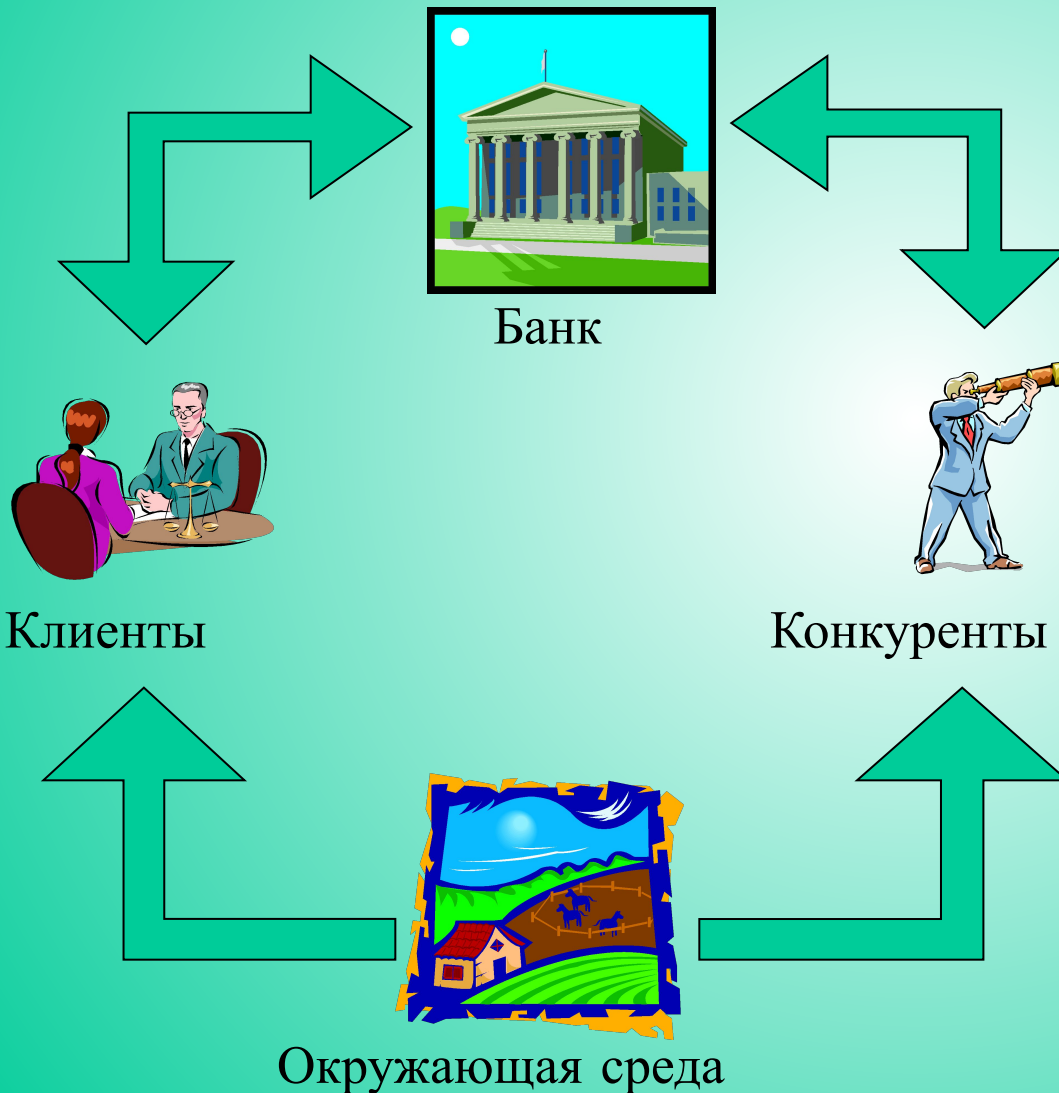
✓ Облекается в договорную форму

Банковская услуга



специфическая деятельность по организации денежного оборота и предоставлению клиентам различных банковских продуктов

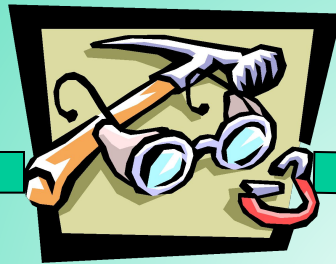
Сбор информации о состоянии рынка



Задачи маркетологов:

- Изучение рынка
- Мониторинг тарифов на банковские услуги
- Анализ мнения потребителей
- Разработка концепции нового продукта и технологии его внедрения на рынок банковских услуг

Определение рыночной стратегии банка



Инструменты
маркетинга



Выбор
сегмента
рынка



Определение
банковского
продукта

Задачи
маркетологов:

- Точная оценка целевых рынков банковских услуг
- Определение рыночной стратегии банка
- Отбор инструментов для реализации выбранной стратегии

Определение рыночной стратегии банка

Сегментация рынка -

дифференциация совокупной массы потребителей банковских услуг на отдельные группы

Группы потребителей

юридические лица

физические лица

- ✓ государственные предприятия
- ✓ корпорации
- ✓ кредитные организации
- ✓ малый и средний бизнес



Определение рыночной стратегии банка

Группы банковских продуктов

операционные

консультационные

инвестиционные

финансовые

□ расчетно-
кассовые

□ государственные
ценные бумаги

□ факторинг

□ кредитные

□ корпоративные
ценные бумаги

□ лизинг

□ депозитные

□ ценные бумаги
кредитных
организаций

□ траст

□ валютные



Определение рыночной стратегии банка

Инструменты маркетинга

Ценовая политика

Политика коммуникаций

Система реализации

Инновации и развитие продукта

- ✓ реклама
- ✓ стимулирование сбыта
- ✓ **Public relations**

- ✓ продвижение продукта
- ✓ продажа



Реализация выбранной стратегии

Планирование и разработка банковских продуктов и услуг



Комплекс маркетинга

Внедрение на рынок (система сбыта)

продвижение и стимулирование сбыта

организация продаж

Реализация выбранной стратегии

Планирование

- определение ассортимента услуг
- обновление ассортимента услуг
- выбор политики ценообразования
- определение каналов товародвижения
- учет жизненного цикла банковского продукта

Разработка

- подготовка нормативных документов
- обучение сотрудников
- разработка технологии банковских операций
- определение способов внедрения продукта на рынок
- испытание качества инновации



Реализация выбранной стратегии

Система сбыта

Прямой сбыт

Непрямой сбыт

стационарный
сбыт

мобильный
сбыт

другие виды
сбыта

различные виды
коопераций

✓ основной
офис

✓ выездная
служба

✓ банковская
электроника

✓ сбыт через близкие
к банку круги
(страховые компании)

✓ филиалы

✓ мобильные
филиалы

✓ прямой
маркетинг

✓ внебанковские
круги (строительные
подрядчики)

Реализация выбранной стратегии

Стимулирование сбыта

- стимулирование потребителей
- стимулирование сотрудников банка



- стимулирование посредников банка

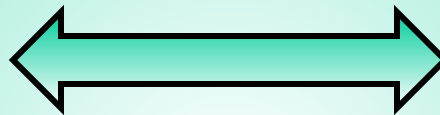
Организация продаж

- организация маркетинговых служб внутри банка
- организация каналов продвижения услуг на различных уровнях
- выбор методов продвижения
- изучение мнения клиентов о конкретном виде услуг



Оценки результатов маркетинговой деятельности

Прибыльность



Доля, занимаемая банком на рынке

Управление маркетинговым процессом в современных условиях предполагает использование метода
«Portfolio – Analyse»

