

المحور الرابع: ترويج الخدمات المصرفية

عناصر ترويج الخدمات المصرفية

- 1- الإعلان : قد يكون الاعلان عاما عن المصرف ذاته ومكانته وامكانياته، بهدف خلق الثقة مع العملاء وتحقيق السمعة والشهرة التجارية له، وهو ما يطلق عليه الاعلان المؤسسي، وقد يكون الاعلان خاصا بالمنتجات المصرفية التي يقدمها المصرف ويطلق عليه الاعلان التمييزي؛ والحقيقة ان هذين النوعين من الاعلان يكمل الواحد منهما الآخر، ولذا يجب على المصرف أن يستخدمهما بصورة تتابعية، ففي الوقت الذي الوقت الذي يستهدف فيه الأول جذب انتباه الجمهور للتعامل مع البنك، فإن النوع الثاني يجب أن يحمل الى العميل المنافع التي يمكن الحصول عليها من شراء خدمات المصرف؛ أما من حيث النطاق الجغرافي فقد يكون الاعلان عام شامل لكافة المناطق والعملاء، او قد يكون اعلانا انتقائيا موجه لمنطقة معينة أو فئة جمهور محددة، وهو اعلان شديد الفعالية في توصيل الرسالة الاعلانية .
- 2- البيع الشخصي: ويكون باعتماد المصرف على الافراد الذين تم تدريبهم واعدادهم لتقديم الخدمة المصرفية، ومقابلة الزبائن والرد على استفساراتهم والتعرف على رغباتهم واطلاعهم على المزايا التي تعود عليهم من استخدامهم لهذه الخدمات.
- 3- العلاقات العامة: والهدف منها هو توطيد علاقات الثقة بين المصرف والجمهور العام(حكومات، جمعيات، افراد المجتمع..) والخاص(العملاء).