



www.massira.jo

مقيم ومحكم علميا

# الأصول العلمية للتسويق المصرفي

SCIENTIFIC PRINCIPLES OF BANK MARKETING

تأليف

الأستاذ الدكتور ناجي ذيب معلا

دكتوراه الفلسفة في التسويق والترويج

عضو الجمعية الأمريكية للتسويق AMA

عضو الأكاديمية الأمريكية لعلوم التسويق AAMS



رقم التصنيف : 658.872  
المؤلف ومن هو في حكمه : ناجي ذيب معلا  
عنوان الكتاب : الأصول العلمية للتسويق المصرفي  
رقم الإيداع : 2013/12/4303  
الوصفات : البنوك/ التسويق/ الاقتصاد  
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

## حقوق الطبع محفوظة للنشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن  
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشترطة  
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,  
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base  
or retrieval system, without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2015م - 1436هـ



عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059  
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640  
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والاضراج : دائرة الانتاج

www.massira.jo

مقيم ومحكم علميا

# الأصول العلمية للتسويق المصرفي

SCIENTIFIC PRINCIPLES OF BANK MARKETING

تأليف

الأستاذ الدكتور ناجي ذيب معلا

دكتوراه الفلسفة في التسويق والترويج  
عضو الجمعية الأمريكية للتسويق AMA  
عضو الأكاديمية الأمريكية لعلوم التسويق AAMS



## الفهرس

المقدمة.....13

### الفصل الاول

#### مقدمة في التسويق المصرفي

مقدمة.....17

تعريف التسويق المصرفي.....17

التسويق الإلكتروني المصرفي.....20

مزايا التسويق الإلكتروني.....21

نموذج التسويق الإلكتروني المصرفي.....22

مزيج التسويق المصرفي.....23

توجهات التسويق المصرفي.....33

المفهوم الشمولي للتسويق المصرفي.....39

أسئلة للمناقشة.....45

مراجع الفصل الأول.....46

### الفصل الثاني

#### البيئة التسويقية للمصرف

مقدمة.....49

مفهوم البيئة التسويقية.....49

البيئة الجزئية للمصرف.....50

54.....	البيئة الكلية للمصرف
68.....	أسئلة للمناقشة
69.....	مراجع الفصل الثاني

## الفصل الثالث

### الخدمة المصرفية وخصائصها التسويقية

73.....	مقدمة
74.....	تعريف الخدمة المصرفية
76.....	إدراك الخدمة المصرفية
78.....	خصائص الخدمة المصرفية
82.....	أسئلة للمناقشة
83.....	مراجع الفصل الثالث

## الفصل الرابع

### مزيج خطوط الخدمات المصرفية

87.....	مقدمة
87.....	تعريف مزيج خطوط الخدمات
88.....	أبعاد مزيج خطوط الخدمات
90.....	المضامين الاستراتيجية لدراسة مزيج خطوط الخدمة
92.....	أسئلة للمناقشة
93.....	مراجع الفصل الرابع

## الفصل الخامس

### جودة الخدمة المصرفية

97	مقدمة .....
98	مفهوم الجودة في الخدمات المصرفية.....
99	مستويات جودة الخدمة المصرفية .....
101	قياس جودة الخدمة المصرفية .....
101	أولاً: المدخل الاتجاھي .....
103	ثانياً: مدخل نظرية الفجوة .....
111	أسئلة للمناقشة .....
112	مراجع الفصل الخامس .....

## الفصل السادس

### دورة حياة الخدمة المصرفية واستراتيجياتها التسويقية

117	مقدمة .....
117	مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية .....
118	مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية .....
121	المضامين التسويقية لدورة حياة الخدمة.....
121	استراتيجيات تسويق الخدمة المصرفية خلال مراحل حياتها.....
130	أسئلة للمناقشة .....
132	مراجع الفصل السادس .....

## الفصل السابع

### الجوانب السلوكية في شراء الخدمة المصرفية

135.....	مقدمة
135.....	السلوك الشرائي وآلياته
137.....	عملية اتخاذ القرار الشرائي ومراحلها
138.....	النموذج العام لسلوك شراء الخدمة المصرفية
142.....	العوامل المؤثرة على سلوك شراء الخدمة المصرفية
154.....	اختيار العميل للمصرف المناسب
161.....	أسئلة للمناقشة
162.....	مراجع الفصل السابع

## الفصل الثامن

### تسعير الخدمات المصرفية

167.....	مقدمة
167.....	مفهوم السعر وأثره على ربحية المصرف
170.....	العوامل المؤثرة في تحديد الأسعار
175.....	إدراك العملاء للسعر
181.....	تقدير استجابة العملاء للتغير في السعر
188.....	أسئلة للمناقشة
189.....	مراجع الفصل الثامن

## الفصل التاسع

### توزيع الخدمة المصرفية ونظم توصيلها

193.....	مقدمة
193.....	مفهوم التوزيع في النشاط المصرفي
194.....	منافذ توزيع الخدمة المصرفية
202.....	اختيار الموقع المناسب للفرع
208.....	أساليب تحديد موقع فرع المصرف
212.....	أسئلة للمناقشة
213.....	مراجع الفصل التاسع

## الفصل العاشر

### ترويج الخدمات المصرفية

217.....	مقدمة
217.....	تعريف الترويج المصرفي
218.....	مزيج الترويج المصرفي
221.....	الدور الترويجي للإعلان المصرفي
222.....	أنواع الإعلان المصرفي
225.....	الدعاية التجارية
226.....	دور الدعاية التجارية في الترويج المصرفي
228.....	أسئلة للمناقشة
229.....	مراجع الفصل العاشر



## الفصل الحادي عشر

### البيع الشخصي ودوره في التسويق المصرفي

233	.....	مقدمة
233	.....	تعريف البيع الشخصي
234	.....	البيع الشخصي كنظام للاتصال الترويجي
235	.....	الآلية الإقناعية للبيع الشخصي
236	.....	الخطوات الرئيسية في بيع الخدمة المصرفية
259	.....	أسئلة للمناقشة
260	.....	مراجع الفصل الحادي عشر

## الفصل الثاني عشر

### العلاقات العامة وتفعيل دورها في المصرف

263	.....	مقدمة
263	.....	العلاقات العامة وشخصية المصرف
267	.....	تخطيط برنامج العلاقات العامة الفعال
282	.....	أسئلة للمناقشة
283	.....	حالات عملية
287	.....	مراجع الفصل الثاني عشر

## الفصل الثالث عشر

### خدمة العملاء ومضامينها التسويقية

291	.....	مقدمة
291	.....	التوجه نحو العميل

294.....	تعريف خدمة العملاء
297.....	طبيعة العلاقة مع العملاء
300.....	التميز في خدمة العملاء ومصادره
305.....	المكونات الأساسية لخدمة العملاء
311.....	أسئلة للمناقشة
312.....	مراجع الفصل الثالث عشر

## الفصل الرابع عشر

### بحوث التسويق ونظم المعلومات المصرفية

315.....	مقدمة
315.....	تعريف بحوث التسويق المصرفي
317.....	وظائف بحوث التسويق المصرفي
319.....	نظام المعلومات التسويقية في المصرف
323.....	خطوات البحث التسويقي
337.....	مجالات استخدام بحوث التسويق في المصرف
342.....	أسئلة للمناقشة
343.....	مراجع الفصل الرابع عشر

## الفصل الخامس عشر

### المراجعة التسويقية في المصرف (نظام متكامل)

347.....	مقدمة
347.....	تعريف المراجعة التسويقية
347.....	خصائص المراجعة التسويقية

---

## الفصل الأول

349.....	آلية المراجعة التسويقية.....
350.....	نظام المراجعة التسويقية.....
360.....	أسئلة للمناقشة.....
361.....	مراجع الفصل الخامس عشر.....
363.....	المصطلحات.....