



مدخل صناعة الخدمات المصرفية والمالية

الأستاذ الدكتور
فؤاد الشيخ سالم
أستاذ إدارة الأعمال والتسويق



رقم التصنيف : 332.178

المؤلف ومن هو في حكمه : فؤاد الشيخ سالم/ علي فلاح الزعبي

عنوان الكتاب : التسويق المصرفي (مدخل صناعة الخدمات المصرفية والمالية)

رقم الإيداع : 2019/7/3579

الواصفات : البنوك/ التسويق المصرفي/ صناعة الخدمات

بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان- الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزئاً أو تسجيله على اشربة
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 2020م - 1441هـ

الطبعة الثانية 2025م - 1446هـ



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 والخراج : دائرة الانتاج

التسويق المصرفي

مدخل صناعة الخدمات المصرفية والمالية

الدكتور

علي فلاح الزعبي

أستاذ إدارة الأعمال والتسويق المشارك

الأستاذ الدكتور

فؤاد الشيخ سالم

أستاذ إدارة الأعمال والتسويق



ملخص المحتويات

المقدمة.....	15
الفصل الأول: مدخل الى التسويق المصرفي	21
الفصل الثاني: مقدمة في إدارة البنوك.....	69
الفصل الثالث: السوق المصرفي وسلوك العميل	87
الفصل الرابع: استراتيجيات التسويق المصرفي	117
الفصل الخامس: المنتج الخدمات المصرفي	143
الفصل السادس: تسعير الخدمات المصرفية	191
الفصل السابع: توزيع الخدمات المصرفية	217
الفصل الثامن: ترويج الخدمات المصرفية	267
الفصل التاسع: التسويق المصرفي الالكتروني	317
الفصل العاشر: إدارة البنوك المحمولة	363
الفصل الحادي عشر: الرقابة على النشاط التسويقي المصرفي	387
قائمة الملاحق	413
قائمة المصادر والمراجع	435

الفهرس

15.....المقدمة

الفصل الأول

مدخل الى التسويق المصرفي

23.....	تمهيد
25.....	مفهوم التسويق المصرفي
27.....	ابعاد ومضامين مفاهيم التسويق المصرفي
28.....	مراحل تطور التسويق المصرفي
30.....	اهمية التسويق المصرفي
31.....	اهداف التسويق المصرفي
32.....	خصائص التسويق المصرفي
34.....	علاقة التسويق المصرفي بالوظائف الاخرى في البنك
35.....	ادارة التسويق المصرفي
39.....	العوامل التي أدت إلى ظهور مفهوم التسويق الحديث في المصارف
41.....	أسباب انتشار المفهوم التسويقي الحديث في البنوك
42.....	مراحل تطور المفهوم التسويقي في صناعة المصارف
44.....	وظائف التسويق المصرفي
46.....	خدمات التسويق المصرفي
55.....	العوامل التي تشجع على توسيع النشاط المصرفي عالمياً
58.....	عناصر المزيج التسويقي المصرفي

59	سياسات تسويق الخدمة المصرفية
66	تحديات التسويق المصرفي
67	خاتمة الفصل الأول

الفصل الثاني

مقدمة في إدارة البنوك

71	تمهيد
71	تعريف المصرف ومجالاته الخدمية
73	تطور ونشأة البنوك
74	الأنشطة المصرفية
76	وظائف مؤسسات الوساطة المالية
76	وظائف البنوك
77	المبادئ الحاكمة لأعمال البنوك
77	أنواع البنوك
80	وظائف إدارة البنك
81	مصادر وموارد البنك
81	أنواع مخاطر وسائل الدفع الالكترونية
82	الجهاز المصرفي الاردني
83	الخطة المصرفية للبنك
86	التحديات التي تواجه البنوك
86	خاتمة الفصل الثاني

الفصل الثالث

السوق المصرفي وسلوك العميل

89	تمهيد
----	-------

الفهرس

المبحث الأول: دراسة سلوك الزبون المصرفي	90
المبحث الثاني: دراسة السوق المصرفي	102
المبحث الثالث: تجزئة السوق المصرفي	106
المبحث الرابع: أسس التعامل مع العملاء	108
المبحث الخامس: أسباب التصادم مع العميل	113
المبحث السادس: العلاقة بين المصرف والعميل	114
خاتمة الفصل الثالث	116

الفصل الرابع

استراتيجيات التسويق المصرفي

تمهيد	119
تخطيط التسويق المصرفي	119
انواع استراتيجيات التسويق المصرفي	123
أساليب تنفيذ الاستراتيجية التسويقية للبنك	131
مراحل الاستراتيجية التسويقية للبنك	133
عوامل اختيار الاستراتيجية التسويقية للبنك	133
الاستراتيجية التسويقية للبنوك الإسلامية	134
المزيج التسويقي المصرفي في البنوك الإسلامية	136
خاتمة الفصل الرابع	141

الفصل الخامس

المنتج الخدماتي المصرفي

تمهيد	145
المبحث الأول: الخدمة المصرفية	146
المبحث الثاني: الخصائص المميزة للخدمات المصرفية	150

المبحث الثالث: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية	160
المبحث الرابع: جودة الخدمات المصرفية	169
المبحث الخامس: سياسات تطوير الخدمات المصرفية الجديدة	179
خاتمة الفصل الخامس	190

الفصل السادس

تسعير الخدمات المصرفية

تمهيد	193
مفهوم السعر الخدمي	194
تعريف السعر الخدمي	194
اهداف التسعير وتحديد السعر	195
استراتيجيات تسعير الخدمات المصرفية	196
استراتيجيات اسعار الخدمة المصرفية	198
العوامل المؤثرة على قرارات التسعير للخدمات المصرفية	201
العوامل المؤثرة على اختيار قرارات التسعير المصرفي	205
تخطيط التسعير وطرق تحديدها	206
الاستراتيجيات التسعيرية للخدمات المصرفية	208
اسعار الفائدة والعمولة	210
خاتمة الفصل السادس	214

الفصل السابع

توزيع الخدمات المصرفية

تمهيد	219
المبحث الأول: توزيع الخدمة المصرفية/ عام	223
المبحث الثاني: قنوات توزيع الخدمة المصرفية	225

المبحث الثالث: فروع المصرف	240
المبحث الرابع: التكنولوجيا المصرفية	253
المبحث الخامس: استراتيجيات التوزيع	258
خاتمة الفصل السابع	265

الفصل الثامن

ترويج الخدمات المصرفية

تمهيد	269
المبحث الأول: ترويج الخدمة المصرفية / عام	275
المبحث الثاني: مزيج (اساليب) الترويج المصرفي	279
المبحث الثالث: الإعلان الخدمي المصرفي	283
المبحث الرابع: ترويج المبيعات	291
المبحث الخامس: الشهرة الإعلانية (الحملة الدعائية "الدعاية" او النشر التجاري)	294
المبحث السادس: البيع الشخصي	295
المبحث السابع: العلاقات العامة	300
المبحث الثامن: استراتيجيات الترويج المصرفي	306
خاتمة الفصل الثامن	315

الفصل التاسع

التسويق المصرفي الالكتروني

تمهيد	319
استراتيجية التسويق الإلكتروني	321
مزايا التسويق المصرفي الإلكتروني	322
مفهوم البنوك الالكترونية	323
ادارة تمايز الخدمة المصرفية	324

326	العمليات المصرفية الالكترونية
329	اشكال التوقيع الالكتروني
329	محددات التسويق المصرفي الالكتروني
330	البنوك الالكترونية
344	الصيرفة الالكترونية
353	مزايا استخدام النقود الالكترونية
354	مخاطر استخدام النقود الالكترونية
356	مستلزمات البنوك الالكترونية
362	خاتمة الفصل التاسع

الفصل العاشر

إدارة البنوك المحمولة

365	تمهيد
366	مفهوم الاقتصاد الرقمي وتأثيراته على العمل المصرفي
371	مفهوم وفلسفة البنوك المحمولة
371	التطور التاريخي للبنوك المحمولة
373	خدمات البنوك المحمولة ومحدداتها
374	مقومات ودعائم التحول إلى البنك المحمول
379	عرض تجارب الريادة لبعض البنوك المحمولة
382	إيجابيات وتحديات البنك المحمول
386	خاتمة الفصل العاشر

الفصل الحادي عشر

الرقابة على النشاط التسويقي المصرفي

389	تمهيد
-----	-------

الفهرس

390	مفهوم الرقابة التسويقية
390	تعريف الرقابة التسويقية
392	خصائص الرقابة التسويقية في البنوك
392	أهمية الرقابة التسويقية
392	أهداف الرقابة التسويقية
393	أنواع الرقابة على نشاط التسويق بالبنك
398	مراحل الرقابة على نشاط التسويق المصرفي
405	طرق مراقبه نشاط التسويق المصرفي
411	خاتمة الفصل الحادي عشر
413	قائمة الملاحق
435	قائمة المصادر والمراجع