

# 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:



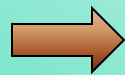
✓ Имеет обычно абстрактную, «невещественную» форму или документарную

✓ 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



Банк



Клиенты



Конкуренты

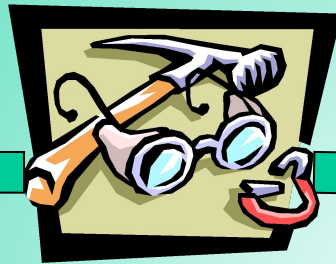


Окружающая среда

### 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

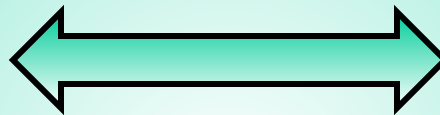
### Организация продаж

- 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»**

