

التوجهات الاستراتيجية للتسويق المصرفي
**Strategic Orientations of Bank
Marketing**

تأليف

الأستاذ الدكتور ناجي المعلا

دكتورة الفلسفة في التسويق والترويج

عضو الجمعية الأمريكية للتسويق

عضو الاكاديمية الأمريكية لعلوم التسويق

عضو اتحاد المدربين العرب

الطبعة الأولى

2024

قائمة المحتويات

9	مقدمة
11	الفصل الأول التخطيط الاستراتيجي في المصارف
13	مقدمة
13	- تعريف التخطيط الاستراتيجي
15	- مبررات التخطيط الاستراتيجي للمصرف
24	- خصائص الخطة الاستراتيجية الجيدة
25	الفصل الثاني التخطيط التسويقي الاستراتيجي المصرفي
27	مقدمة
27	- الحاجة الى التخطيط الاستراتيجي في المصارف
28	- أهمية التخطيط الاستراتيجي في التسويق المصرفي
30	- خطوات التخطيط الاستراتيجي التسويقي المصرفي
37	- خصائص الاستراتيجية التسويقية
38	- مرتكزات الاستراتيجية التسويقية
41	الفصل الثالث أدوات التخطيط الاستراتيجي التسويقي المصرفي
43	مقدمة
44	- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية
53	- عناصر الاستراتيجية التسويقية
63	الفصل الرابع تقسيم السوق المصرفي وتحديد القطاع المستهدف
65	مقدمة
73	- استراتيجيات تقسيم السوق المصرفي
77	الفصل الخامس تحليل المنافسة في السوق المصرفي
79	مقدمة
79	- أهمية تحليل المنافسة

80	- الاتجاهات الرئيسية في تحليل المنافسة
81	- خطوات تحليل المنافسة
83	- تحليل استراتيجيات المصارف المنافسة
87	- تقييم القدرة الاستراتيجية للمصرف المنافس
88	- تحليل أهداف مجموعة أعمال المصرف
91	الفصل السادس استراتيجية المحيطات الزرقاء
93	مقدمة
93	- التحول نحو المحيطات الزرقاء
95	- تعريف استراتيجية المحيطات الزرقاء
95	- المرتكزات الأساسية لاستراتيجية المحيطات الزرقاء
103	الفصل السابع التطوير والابتكار في الخدمات المصرفية
105	مقدمة
105	- فلسفة التطوير
111	- استراتيجيات تطوير الخدمة المصرفية
113	- العوامل المؤثرة في عملية تطوير وابتكار الخدمات الجديدة
129	الفصل الثامن تخطيط المكانة السوقية للخدمة المصرفية
131	مقدمة
131	- تحديد المكانة السوقية للخدمة المصرفية
151	الفصل التاسع التسويق المصرفي الالكتروني
151	مقدمة
152	- تعريف التسويق المصرفي الالكتروني
153	- تطور التسويق المصرفي الالكتروني
156	- مزايا التسويق المصرفي الالكتروني
159	- طرق التسويق المصرفي الالكتروني
163	- أدوات التعامل المصرفي الالكتروني
165	- تصميم استراتيجية التسويق المصرفي الالكتروني
169	الفصل العاشر الإعلان المصرفي التنافسي

171	مقدمة
172	- استراتيجيات الاعلان المصرفي التنافسي
183	الفصل الحادي عشر التسويق المصرفي المسؤول - اجتماعيا
185	مقدمة
185	- مفهوم المسؤولية الاجتماعية
186	- ابعاد المسؤولية الاجتماعية
189	- مفهوم التسويق المسؤول اجتماعيا
191	- تطبيق التسويق المسؤول اجتماعيا في المصارف
193	قائمة المراجع