

أهداف التسويق المصرفي:

يحقق التسويق المصرفي جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي:

- ١- رفع الوعي والثقافة المصرفيين خصوصا لدى موظفي البنك مع تحسين مستوى الخدمات المصرفية وتطوير أساليب أدائها وتقديمها على أكمل وجه للعملاء وبالتالي تحسين سمعة البنك وبناء صورة إيجابية عنه.
- ٢- المساهمة في عملية التجديد و التطوير البنكي و المالي من خلال^(١):
 - أ- تطوير الخدمات المصرفية الموجودة.
 - ب- ابتكار خدمات مصرفية جديدة تستجيب لرغبات العملاء.
 - ٣- تحقيق الأهداف المالية للبنك والمتمثلة في السيولة والربحية والأمان.
 - ٤- دراسة السوق للتعرف على رغبات واحتياجات العملاء الحالية والمستقبلية، قصد تصميم وتقديم الخدمات البنكية لهم بأعلى كفاءة وأقل تكلفة ممكنة من جانب، وبما يحقق هدف البنوك بتتمية وتطوير خدماتها وزيادة دخلها من جانب آخر.
 - ٥- خلق أسواق مصرفية وممارسة العمل فيها عن طريق إكتشاف أنواع جديدة من الخدمات المصرفية التي يرغب فيها العملاء.
 - ٦- المساهمة في إكتشاف الفرص الإستثمارية ، ودراستها وتحديد المشاريع الجديدة التي يمكن إقامتها في نطاقها وتأسيس وترويج هذه المشاريع.
 - ٧- الإطلاع المستمر والدائم على البنوك المنافسة ومعرفة نسبة تمركزها في السوق .
 - ٨- تكييف البنوك وجعلها مرنة في الإستجابة لمتغيرات السوق وتطورات احتياجات العملاء .
 - ٩- يعتبر التسويق المصرفي أداة تحليلية رئيسية في إدراك النشاط المصرفي، ويساعد العاملين في المصارف على رسم السياسات مع وضع التكتيكات، كما يقوم بمراقبة ومتابعة العمل المصرفي^(٢).

(١) د. محمد إبراهيم عبيدات - تطوير المنتجات الجديدة (مدخل سلوكي) الطبعة الثانية - دار وائل - الأردن - ٢٠٠٤ ص ١٤.

(٢) مأمون نديم عكروش - تطوير المنتجات الجديدة - مدخل استراتيجي متكامل وعصري - الطبعة الأولى - دار وائل الأردن ٢٠٠٤، ص ٤٦٣.