

---

---

## الفصل التاسع

# عناصر المزيج التسويقي المصرفي المضافة إلى المزيج التسويقي الاعتيادي

---

---

إن الخدمة المصرفية تتطوي على مضامين غير ملموسة والتي تتطلب اتصالاً أكثر كثافة لتوصيل هذه المضامين إلى تفضيلات الزبائن ولأن العملية التسويقية للمصارف تتطلب جهود إضافية في توفير الخدمات المصرفية وتقديمها لكي تستطيع من خلالها تلبية حاجات ورغبات الجمهور المستهدف من الزبائن.

وعلى ضوء ذلك فإن المطالبة بتوسيع المزيج التسويقي للخدمات ومن ضمنها الخدمات المصرفية أمر ضروري ومهم من أجل أن يلي هذا المزيج ما يتطلبه تسويقها بشكل فعال ومؤثر لمبى لمتطلبات تسويقي الخدمة المصرفية. هذا وتتمثل هذه العناصر فيما يلي:

### أولاً: المكونات المادية:

وتشتمل على كافة الأجهزة والتسهيلات المرتبطة بتقديم الخدمة، بمعنى أنها تمثل كافة الجوانب الملموسة المؤثرة على البيئة المصرفية التي تحقق لها التميز، أو هي البيئة التي تشكل التفاعل بين موظفي البنك والزبون<sup>(1)</sup>، وتؤثر على العلاقة بنك - زبون. وتتمثل هذه التسهيلات المادية في:

- أ- التجهيزات الخارجية: تمتد عناصرها إلى: الهندسة المعمارية للبنك، مكان توقف السيارات، التهئية والمحيط وغيرها.
- ب- التجهيزات الداخلية: تتمثل عناصرها في: الشكل الداخلي للبنك، التجهيزات المستعملة في خدمة الزبون، أماكن الانتظار وغيرها. فالزبون يفضل التعامل مع بنك تتوفر فيه جميع الشروط الخاصة للقيام بأنشطته المختلفة كاتساع مبنى

---

(1) أ. محمد زيدان - دور التسويق في القطاع المصرفي - رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية العلوم الاقتصادية - الجزائر ٢٠٠٥، ص ١٧٤.

البنك، وجود أماكن مريحة للانتظار، التكييف، توفر الأمن، وجود مساعد إذا كان مكاتب البنك في طوابق بعيدة إلى جانب وجود أماكن لتوقف سيارات الزبائن وغيرها من العناصر المادية الأخرى التي يهتم بها الزبائن ويفضلون توفرها في البنك الذي يرغبون في التعامل معه.

بالإضافة إلى وجود بعض العناصر المادية الأخرى التي تسهل تقديم الخدمات المصرفية في الأوقات والأماكن المناسبة مثل: الحاسبات، وبرامج التشغيل لتقديم الخدمة في أسرع وقت وبدون أخطاء، كشوفات الحسابات، مظهر العمال، وغيرها.

يوجد للعنصر المادي عدة أكوار يتجلى أهمها في:

أ- يعتبر أداة مشروطة في تقديم الخدمات لكن دوره ثانوي، ذلك أن الخدمات المصرفية تتصف بعدم ملموسيتها، كما قد يعتبر العنصر المادي مؤشراً للجودة لدى الزبائن.

ب- أداة تحسين عمليات تقديم الخدمات، ذلك أن دوره مهم في هذه العمليات. فقد يمكن الزبائن من إعطاء معلومات عن العمليات الخدمية وكيفيات تقديمها، ومنه توجيه وتنظيم عمليات الطلب، تسيير صفوف الانتظار والتحكم أكثر في ظروف تقديم الخدمات.

ج- تكييف أدوار العمال والزبائن في عمليات إنتاج الخدمات.

د- أداة تميز البنك عن منافسيه.

## ثانياً: العنصر البشري:

من أهم العناصر المؤثرة على المكونات الخدمات المصرفية والتي بدورها تؤثر على إدراك العملاء لجودة الخدمة المقدمة لهم هو العنصر البشري، ويتعلق هذا الأخير بالأفراد العاملين بالمصرف والذين يحتكون بشكل مباشر أو غير مباشر مع العملاء، حيث يتوجب على الإدارة القيام بتنمية مهارات العاملين عن طريق التكوين المستمر خاصة فيما يخص الجوانب المتعلقة بمعاملات العملاء وكيفية استقبالهم، وتركز في النقاط التالية على النقاط التي توضح أهمية ذلك العنصر<sup>(١)</sup>.

١- دور العنصر البشري في المزيج التسويقي للخدمات المصرفية:

لقد تم التركيز على العنصر البشري ليس لدعم المزيج التسويقي المصرفي والعمل على

(١) د. محمد زيدان - مرجع سبق ذكره، ص ١٧٨.