

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 أكوأر 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، ونركز 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.

تكامله وتناسقه فقط، بل حتى في العملية التسويقية كاملة، إذ لا يمكن تحقيق أهداف المصرف بدون تعبئة لموارده البشرية، فالمصارف تتطور بجهود وأفكار موظفيها ولكي يحققوا هذا الدور المنوط بهم ينبغي أن يكونوا على مستوى عال من الكفاءة والفعالية في أداء وظائفهم.

ويتفرع دور العنصر البشري إلى جانبين، ففي مجال التسويق بوجه عام يتمثل دوره في:

توفير المعلومات التسويقية، والقيام ببحوث التسويق.

يعتبر كأحد العوامل الداخلية الهامة في البيئة التسويقية، ودوره كعامل استراتيجي في إنتاج وبيع الخدمات المصرفية من خلال:

- ◆ إنتاج الخدمة المصرفية وتقديمها للعملاء في أوقات مناسبة وفي أماكن ملائمة، وإعلامهم بالمنافع التي تحويها كل خدمة من الخدمات التي يتعامل فيها المصرف.
- ◆ تطوير الخدمات القائمة، حيث يقوم العاملان بالعمل المستمر على تطوير الخدمات المصرفية المعروضة في السوق، خاصة تلك التي تمر بمرحلة الانحدار، وذلك من خلال بحوث التسويق ومتابعة سلوك العميل.

## ٢- المواصفات النموذجية لموظف المصرف:

من أهم المواصفات التي يجب أن يتصف بها موظفي المصرف ما يلي:

- الاتصال: ويعني القدرة على التغيير بوضوح عند الاتصال بالعلماء والتعامل معهم.
- الحساسية اتجاه العميل: إظهار الاهتمام بمشاعر وأحاسيس ووجهات نظر العملاء.
- المرونة: القدرة على تغيير نمط وأسلوب تقديم الخدمة بما يتناسب أو تكيف مع احتياجات وميول كل عميل على حدى.
- المعرفة الوظيفية: والمتمثلة في الفهم الكامل للخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف وكذلك السياسات والإجراءات المتعلقة بالتعامل مع المصرف.
- المظهر: حسن المظهر وترك انطباع إيجابي ومحيب لدى العملاء.
- الكرامة والنزاهة: الالتزام من جانب الموظف المسئول عن تقديم الخدمة، وفقاً للمعايير والقيم الأخلاقية والأعراف الاجتماعية عند التعامل مع العملاء.
- المتابعة: تقديم الخدمة في الوقت المحدد وبطريقة تعكس الاستجابة السريعة لمطالب العملاء والوفاء بالالتزامات المقدمة لهم<sup>(١)</sup>.

(١) وليام ج. روثويل - أحدث استراتيجيات الارتقاء بالأداء البشري - ترجمة علاء أحمد - مركز الخبرات المهنية للإدارة - القاهرة ١٩٩٩، ص ٧١.