

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Marketing miks banke ". Rad ima 17 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

NAZIV FAKULTETA

SEMINARSKI RAD

MARKETING MIKS MOJE BANKE

PREDMET

IME I PREZIME

MJESTO I DATUM

SADRŽAJ:

1. Uvod

Do skoro su banke imale dosta konzervativan stav na tržištu, ističući kako marketing nije za bankarski sektor, ali danas je stav promijenjen. Ulaskom inostranih banaka koje svojim agresivnim nastupom, velikim iskustvom i stranim kapitalom polako osvajaju tržište u mnogome su izmjenile situaciju. Da bi u takvim okolnostima banke opstale morale su pronaći načina da u granicama svojih mogućnosti vrše diferenciranje proizvoda i ulažu u marketinške aktivnosti. Marketing je postao kao glavno oružje u borbi sa konkurentima. Dosta slični proizvodi i do određene mjere ograničena mogućnost diferenciranja, povećanje konkurencije samo su neki od

faktora koji su uticali na razvoj marketinga u bankarstvu. Ne čekaju da klijent sam dođe u banku već svojim klijentima idu u susret. Bitno je shvatiti da marketing započinje i završava sa kupcem.

Do skoro, kao najjači instrument marketinga bila je cijena i dugo je zbog niskog standarda bila ispred kvaliteta . U posljednje vrijeme situacija se mijenja pa je na prvom mjestu kvalitet i dobra promocija. Čovjek današnjice uvijek traži nešto novo, nešto bolje u životu, čak i u bankarskim uslugama.

Marketing miks predstavlja suštinu sprovođenja marketing strategije banke i teži zamišljenom miksu kupaca koji se pokušava što potpunije identifikovati putem marketing istraživanja. Broj taktičkih kombinacija instrumenata marketing miksa je neograničen i predstavlja osnovu konkurentske borbe banaka na tržištu. Optimalno kombinovanje elemenata marketing miksa je uslijed promjenljivosti okruženja kratkoročno determinisano. Kratkoročni dinamizam elemenata miksa nije jednak i potencijalno je najveći kod cijene, ako mjere monetarno kreditne politike dozvoljavaju. Kod optimiziranja elemenata miksa mora se voditi računa o troškovima njihovog formulisanja i efikasnosti odnosno o činjenici da troškovi moraju biti što niže ispod efekata - prihoda od njihove primjene.

2. Moja banka

Moja banka, lako pamtljivog naziva "Friend bank", na našim prostorima posluje od 2002. Godine i do sada se pokazala kao veoma uspješna banka. Već samim nazivom, banka pokazuje svoju prijateljsku stranu prema svojim klijentima.

Središte banke je naravno u Sarajevu, bliži centar grada, a poslovnice se mogu naći u svim većim gradovima Bosne i Hercegovine (Zenica, Tuzla, Mostar, Travnik, Bihać, Banja Luka...). Svojim savremenim dizajnom banka privlači potencijalne klijente u svim gradovima podjednako.

Dizajnom interijera željelo se približiti klijenta bankarima i stvoriti prostor u kojem će fokus biti usmjeren na samoga klijenta, u čemu se i uspjelo. Detaljima smo postigli originalnost prostora ali i utopili prostor kako bi se omogućio što udobniji boravak korisnicima naših usluga.

Ljubazno osoblje i neizostavni djelatnici zaštitarskog poduzeća, pri ruci su svima kojima je potrebna bilo kakva informacija ili pomoć. Isto tako, olakšali smo pristup šalterima za stare i nemoćne osobe, te osigurali udobne fotelje kako bi svakom korisniku olakšali čekanje u slučaju gužve.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com