

يشبه العلامة التجارية لإضفاء نوع من الهوية أو التفرد، وعليه فإن التوطيد يعنى معنى المصرف إلى تمييز نفسه وفق أسس حقيقية حتى يصير المصرف المفضل لدى قطاعات معينة من العملاء، فالتوطيد يساعد العملاء على معرفة الاختلاف الحقيقي بين المصارف المتنافسة، حتى يتمكن لهم التعامل مع المصرف الذي يقدم أفضل الخدمات التي تشبع رغباتهم.

المرحلة الخامسة: التسويق هو التحليل والتخطيط والرقابة: في هذه المرحلة يكون المصرف قد مر على كل أشكال التسويق، بدءاً بالترويج وإنهاءً بالتوطيد، ولم يعد أمام المصرف إلا الانتقال إلى مرحلة جديدة تستصحب كل تلك المراحل بما تراكم للمصرف خلالها من خبرات، وتصبح مفاهيم التسويق الحديث، هي الملجأ والملاذ للبنك، فيفكر المصرف في ابتداء نظم متطورة للتخطيط والرقابة التسويقية، ويكون التسويق شغلاً شاعلاً للمصرف يوجه قراراته من أجل تحقيق أهدافه.

أسئلة تقويم ذاتي:

س: عرف التسويق كوظيفة ومزيج تسويقي؟

ج: يعرف التسويق كوظيفة ومزيج تسويقي بأنه توصيل السلع والخدمات المناسبة للأشخاص المناسبين في المكان المناسب والوقت المناسب بالسعر المناسب باستخدام الاتصال والترويج المناسب.

س: ماهو التعريف الحديث للتسويق؟

ج: تعرف بأنها التحليل والتخطيط والرقابة للبرامج التي نعمل لخلق التبادلات المفيدة والعلاقات مع الأسواق المستهدفة وبناؤها والمحافظة عليها بغرض تحقيق الأهداف التنظيمية.

س: ماهو الفرق بين الطلب المنخفض وعدم وجود طلب؟

ج: إن المنشآت قد تواجه بإنخفاض الطلب على سلعها أو خدماتها، طال الزمن أم قصر وعلى المنشأة أن تدرس وتحلل هذه الأسباب لتنشيط الطلب، وذلك بإيجاد أسواق جديدة أو تغير خصائص السلعة أو تطوير وسائل وبرامج اتصال أكثر فاعلية، أما عدم وجود الطلب فينشأ عندما يكون المستهلكون غير مهتمين أو مبالغين بسلعة ما، ولزيادة الاهتمام بالسلعة فإن مهمة التسويق هي ربط الفوائد الناجمة عن السلعة مع الحاجات الطبيعية، والاهتمامات للشخص المعين.

س: متى تتحقق حالة الطلب الكامل؟

ج: تتحقق عندما تصل المنشأة إلى قناعة بحجم أعمالها.

س: باختصار في 5 أسطر، وضع الفرق بين التخطيط التكتيكي والتخطيط الاستراتيجي (مايو 2015)؟

ج: التخطيط التكتيكي يرتبط بالأعمال اليومية أو الأسبوعية أو الشهرية أو السنوية، ويتم في المستويات الإدارية الدنيا، ويصب في مسار التخطيط الاستراتيجي، ودرجة المخاطرة المرتبطة به منخفضة، أما التخطيط الاستراتيجي فهو ينطوي على مجالات أوسع من الاهتمام، والمدى الذي يغطيه التفكير في مثل