

امتحان مقياس تسويق الخدمات المالية لطلبة السنة الاولى ماستر تسويق الخدمات 2025/2024

الاسم واللقب: رقم الفوج: رقم التسجيل:

الإجابة النموذجية

لبناء خطة تسويقية لقرض عقاري لمسكن خاص، تتبع خطوات مراحل اعداد خطة تسويقية واعداد اهم الاستراتيجيات اللازمة، مع أخذ بعين الاعتبار بأنه من أجل سيارة خاصة

أ. الاستراتيجية التسويقية (إجابة ب 0.5 نقطة، التبرير ب 0.5 نقطة والربط مع القرض الاستهلاكي ب 1.5)

1. تحليل السوق: تحليل الاتجاهات: فحص الاتجاهات الحالية في سوق العقارات وسوق القروض العقارية. تحديد شرائح العملاء المهتمين (المهنيين، الشباب، العائلات، المتقاعدين، إلخ). المنافسة: تحليل عروض القروض العقارية لدى المنافسين (أسعار الفائدة، الشروط، المزايا).

تحديد الفرص: نسبة نمو السوق، شراكات جديدة مع الوكلاء. والتحديات: منافسة متزايدة، تنظيمات صارمة.

2. تحديد الأهداف: أهداف كمية: زيادة حجم قروض العقار بنسبة معينة خلال فترة زمنية محددة، وأهداف نوعية: تحسين رضا العملاء، تعزيز سمعة البنك في قطاع العقار الفردي.

3. تطوير عروض قيمة: في الجزائر العروض قليلة جدا وان وجدت فهي غير معروفة يجب فقط ان يبرز مزايا وفوائد القرض العقاري.

4. تطوير تجزئة السوق: ندرة السيارات في الجزائر تجعل تجزئة السوق سهلة فمثلا كل من يملك دخل ثابت وكافي يمكنه أخذ قرض من اجل عقاري فردي.

5 تطوير التموضع: وضع عرض قرض العقاري كمنتج سهل الوصول، سريع ومرن.

6. تطوير مزيج تسويقي: المزيج التسويقي هو مجموعة من سبعة عناصر للمزيج التسويقي. من المهم تطوير استراتيجية لكل عنصر من هذه العناصر، بناءً على الأهداف واحتياجات العملاء

ب. أهم الاستراتيجيات التي يمكن الاعتماد عليها (إجابة ب 0.5، التبرير ب 0.5 نقطة والربط مع القرض الاستهلاكي ب 1.5)

1. تقديم منتجات وخدمات مبتكرة: من خلال تقديم منتجات وخدمات مبتكرة لتلبية الاحتياجات المتغيرة لعملائها. ويمكن أن يكون ذلك عبر برامج المكافآت المخصصة والقروض بأسعار فائدة منخفضة وقروض وفق الصيغ الإسلامية.

2. تعزيز ولاء العملاء: لعملائنا الحاليين من خلال تقديم مزايا مثل المكافآت للولاء والخصومات على القروض العقارية وبرامج الرعاية والعروض الحصرية للعملاء المخلصين.

3. التسويق بالمحتوى: لجذب وجعل جمهورها المستهدف مشتركاً. يمكن استخدام المدونات والإنفوجرافيك ومقاطع الفيديو التعليمية والكتيبات البيضاء جميعاً لتوفير معلومات مفيدة ومثيرة للاهتمام للعملاء المحتملين.

4. حملات إعلانية إبداعية: لجذب انتباه العملاء المحتملين. يمكن استخدام الإعلانات التلفزيونية واللافتات الإعلانية عبر الإنترنت والإعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي جميعها لنقل رسائل رئيسية حول القروض العقارية وخدمات البنك التابعة لهذه القرض.

5. تجربة عملاء استثنائية: توفير تجربة عملاء استثنائية للتمييز عن المنافسين. يمكن أن تشمل هذه الخدمات مراكز الاتصال الفعالة وتطبيقات الهواتف المحمولة سهلة الاستخدام و عملاء خدمة العملاء المدربين بشكل جيد.