

"الإجابة النموذجية لإمتحان الدورة العادية في مقياس: تسويق الخدمات المالية والبنكية"

ج01) تصحيح الخطأ في الجمل التالية:(03ن)

❏ محفظة المنتجات هي جميع المنتجات **الموجودة في الخط الواحد**.

✓ محفظة المنتجات هي جميع المنتجات التي تعرضها المؤسسة المالية على عملائها.

❏ إذا كانت السوق المستهدفة مبعثرة جغرافيا وتتضمن عدد كبير من العملاء، يعتمد المؤسسة المالية على إستراتيجية **التغلغل**.

✓ إذا كانت السوق المستهدفة مبعثرة جغرافيا وتتضمن عدد كبير من العملاء، يعتمد المؤسسة المالية على إستراتيجية الجذب.

❏ يستعمل التسويق في البنوك من جهة **لتقديم القروض** والمدخرات (كمادة أولية) ومن جهة **لجذب الودائع** ومنح

الخدمات البنكية كمنتجات.

✓ يستعمل التسويق في البنوك من جهة لجذب الودائع والمدخرات (كمادة أولية) ومن جهة لتقديم القروض ومنح

الخدمات البنكية كمنتجات.

❏ المنتجات الهجينة هي التي **يكون جوهرها خدمة تصاحبها خدمات إضافية و سلع مساعدة**.

✓ المنتجات الهجينة هي التي تشمل أجزاء متساوية من السلع والخدمات

✓ أو خدمة رئيسية مصحوبة بسلع وخدمات ثانوية: وهي المنتجات التي يكون جوهرها خدمة تصاحبها خدمات إضافية و سلع

مساعدة

❏ **الإنعزاليون** هم الأفراد الذين يتصلون مباشرة ودوريا مع الزبائن، كما يرتبطون بأنشطة التسويق التقليدية.

✓ المتصلون هم الأفراد الذين يتصلون مباشرة ودوريا مع الزبائن، كما يرتبطون بأنشطة التسويق التقليدية.

❏ يقصد **بتجزئة السوق المالي** مجموع العملاء الحاليين والمرقبين الذين لهم الاستعداد للإستفادة من الخدمات المالية المقدمة.

✓ يقصد بالسوق المالي مجموع العملاء الحاليين والمرقبين الذين لهم الاستعداد للإستفادة من الخدمات المالية المقدمة.

ج02) إن ترويج المنتجات المالية لا ينحصر على الجانب التحفيزي منها بل قد يكون على الجانب التحذيري والذي يقود إلى ذات النتائج

المرجوة أو أفضل من ذلك، مثلا عن ذلك تشجيع فتح حساب جاري أو توفير من خلال التركيز على مخاطر استخدام النقد وحمله من قبل

الفرد وبمبالغ كبيرة.(01ن)

ج03) الخصائص التي تشترك بها الخدمات المالية مع بقية الخدمات هي:(03ن)

✓ اللاملموسية: أي أن الخدمات المالية غير ملموسة أو غير محسوسة بحواس الإنسان الخمس.

✓ التلازمية: إذ لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها، سواء كان المقدم شخصا أو آلة.

✓ عدم التجانس أو التباين في الخدمات: نعني بهذه الخاصية الصعوبة البالغة وعدم القدرة في كثير من الحالات على تنميط

الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير وواضح.

✓ قابلية الخدمة للنفاذ: أي عدم قابليتها للتخزين.

ج04) يأخذ السعر المالي معاني ومصطلحات متعددة هي:(01.5ن)

الفائدة - الغرامة المالية - الأتعاب - العمولة - الضريبة - الرسوم.

ج05) التسويق يبدأ من حيث ينتهي وذلك أنه ينطلق من المستهلك من خلال دراسة حاجاته ورغباته غير المشبعة قبل العملية الإنتاجية

وينتهي عنده من خلال تلبية تلك الحاجات وإشباع تلك الرغبات.(01ن)

ج06) حدد في أي مرحلة من مراحل تطور المفهوم التسويقي تصدق هذه العبارات والمقولات: (3 ن)

* الإهتمام برجال البيع مرحلة التوجه بالبيع

* الطلب يزيد عن العرض مرحلة التوجه بالإنتاج

* حجم الإنتاج يكفي ويزيد عن حاجات المجتمعات..... مرحلة التوجه بالمنتج

* الأسهل صنع ما يحب المستهلك أن يشتري من محاولة بيع ما يحب المنتج أن يصنع.... مرحلة التوجه بالتسويق

* المنتج الجيد يبيع نفسه بنفسه مرحلة التوجه بالمنتج

* زيادة الإنتاج كما ونوعا..... مرحلة التوجه بالبيع

ج07) استراتيجيات منافذ التوزيع للخدمات المالية هي:.....(01ن)

إستراتيجية الموازنة، إستراتيجية مدى الذراع، إستراتيجية الشبكة، إستراتيجية الوسطاء

ج08) إن المنتج المالي يمكن أن يتحدد في مدى المستويات التي يتضمنها، حيث كل مستوى يمكن أن يحدد درجة من القيمة المضافة

للعميل، وتتمثل هذه المستويات في:.....(05ن)

- المنتج الجوهر: هو عبارة عن المنفعة الجوهرية أو الحاجة الأساسية التي يتوقع العميل الحصول عليها نتيجة إقتناؤه للمنتج المالي، ويمكن

توضيح في سياق ذلك مجموعة من الحاجات المالية الأساسية التي يرغب الزبون إشباعها

مثل: سحب النقود.

- المنتج الفعلي: ويتكون من المستوى الجوهر مضاف إليه مميزات وخصائص أخرى تعطي المنتج المالي هوية أكثر تحديدا

مثل: سحب النقود عن طريق الصراف الآلي.

- المنتج المدعم: وهو عبارة عن المستوى الفعلي مضاف إليه كافة الشروط والعناصر الملموسة وغير الملموسة المرافقة لهذا المنتج والداعمة

له، والتي يتوقع الزبون الحصول عليها من المنتج أو توفرها فيه.

مثل: سحب النقود عن طريق الصراف الآلي في أي مكان وزمان. ودون تسقيف المبلغ.

- المنتج المضاف: هي عبارة عن مجموعة العناصر المضافة إلى الخدمة المالية من أجل تحسين ظروف تقديم الخدمة.

مثل: سحب النقود عن طريق الصراف الآلي في أي مكان وزمان ودون تسقيف المبلغ.

- المنتج المحتمل (الكامن): هي العناصر، المميزات، لصفات والظروف التي يمكن إيجادها في الخدمة المالية مستقبلا.

مثل: سحب النقود عن طريق الصراف الآلي في أي مكان وزمان، ودون تسقيف المبلغ ومجانا.

ج09) المقارنة بين التوجه البيعي والتوجه التسويقي:.....(01.5ن)

التوجه التسويقي	التوجه البيعي	
مفهوم وقائي	مفهوم علاجي	التصور الوظيفي
ولاء الزبائن	حجم المبيعات	تحقيق الأرباح
حاجات الزبائن	حاجات المؤسسة	مركز الإهتمام