



ainfct

المؤسسة العربية للاستشارات والتدريب وتطوير الأداء
AINFCT | info@ainfct.com | www.ainfct.com

التسويق المصرفي الإستراتيجي في المصارف

فكرة الدورة

يشهد القطاع المصرفي تحولاً متسارعاً في طبيعة المنافسة، وتوقعات العملاء، وقنوات تقديم الخدمات، مما يجعل التسويق المصرفي الإستراتيجي أداة أساسية لتعزيز النمو وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. ولم يعد التسويق في المصارف مقتصرًا على الترويج للخدمات، بل أصبح مدخلاً لفهم السوق، تحليل شرائح العملاء، تطوير القيمة المقدمة، ودعم القرارات المرتبطة بالمنتجات والقنوات وتجربة العميل.

يركز هذا البرنامج التدريبي من AINFCT على تمكين المشاركين من فهم الأسس الإستراتيجية للتسويق المصرفي، وتحويل البيانات والسلوكيات السوقية إلى خطط قابلة للتنفيذ. كما يتناول مفاهيم التجزئة والاستهداف والتموضع، إدارة المزيج التسويقي المصرفي، تطوير الحملات، قياس الأداء، وتعزيز التكامل بين التسويق والمبيعات وخدمة العملاء.

ويوفر البرنامج إطاراً عملياً يساعد المصارف على تحسين حضورها السوقي، ورفع جودة تواصلها مع العملاء، وتطوير مبادرات تسويقية أكثر ارتباطاً بالأهداف المؤسسية ومؤشرات الأداء.

أهداف الدورة

فيما يلي الأهداف الرئيسية لهذا البرنامج التدريبي:

- فهم دور التسويق الإستراتيجي في المصارف.
- تحليل شرائح العملاء والأسواق المستهدفة.
- تصميم مزيج تسويقي مصرفي فعّال.
- تطوير حملات تسويقية مرتبطة بالأهداف.
- قياس أداء المبادرات التسويقية المصرفية.
- دعم تجربة العميل عبر قنوات متعددة.

منهجية الدورة

- عروض تدريبية تفاعلية تربط المفاهيم بالتطبيقات المصرفية.
- مناقشات جماعية حول سلوك العملاء والمنافسة.
- تمارين عملية على تحليل الشرائح وبناء التموضع.
- تطبيقات على تصميم حملات تسويقية مصرفية.
- حالات دراسية لقياس الأداء وتحسين الخطط.

أثر الدورة على المنظمة

يمكن تعزيز فاعلية التسويق المصرفي ودعم التوجهات التجارية من خلال:

- تحسين القدرة على استهداف العملاء المناسبين.
- تعزيز تنافسية المنتجات والخدمات المصرفية.
- رفع كفاءة الحملات والميزانيات التسويقية.
- دعم نمو العلاقات المصرفية طويلة الأمد.

أثر الدورة على المتدربين

يساعد البرنامج المشاركين على تطوير قدراتهم التسويقية في البيئة المصرفية من خلال:

- قراءة احتياجات العملاء المصرفيين بدقة.
- بناء خطط تسويق مصرفية منظمة.
- ربط الحملات بمؤشرات أداء واضحة.
- تنسيق الجهود بين التسويق والمبيعات.

الشهادات

شهادة معتمدة من AINFCT

الفئة المستهدفة

يناسب هذا البرنامج العاملين في التسويق المصرفي، تطوير الأعمال، إدارة المنتجات، المبيعات، وخدمة العملاء، ممن يحتاجون إلى فهم أعمق لكيفية بناء وتنفيذ خطط تسويقية مصرفية فعّالة.

- مسؤولو ومديرو التسويق في المصارف.
- موظفو تطوير الأعمال والمنتجات المصرفية.
- مسؤولو المبيعات والعلاقات المصرفية.
- العاملون في خدمة وتجربة العملاء.
- مشرفو الفروع والعمليات ذات الصلة بالعملاء.

اليوم الأول: مدخل إلى التسويق المصرفي الإستراتيجي

- مفهوم التسويق المصرفي وأبعاده الإستراتيجية.
- تطور سلوك العملاء في الخدمات المالية.
- العلاقة بين التسويق والنمو المصرفي.
- خصائص الخدمات المصرفية وتأثيرها التسويقي.
- دور العلامة المصرفية في بناء الثقة.
- التحديات المعاصرة في المنافسة المصرفية.

اليوم الثاني: تحليل السوق وشرائح العملاء

- أدوات تحليل السوق المصرفي والبيئة التنافسية.
- تجزئة العملاء وفق السلوك والاحتياجات.
- اختيار الشرائح المستهدفة ذات الأولوية.
- بناء التموضع المصرفي الملائم لكل شريحة.
- تحليل رحلة العميل ونقاط التفاعل.
- استخدام البيانات في دعم القرار التسويقي.

اليوم الثالث: إدارة المزيج التسويقي المصرفي

- تصميم القيمة المقدمة للخدمات المصرفية.
- إدارة المنتجات والحلول المصرفية المختلفة.
- التسعير المصرفي وعلاقته بإدراك القيمة.
- قنوات التوزيع والفروع والقنوات الرقمية.
- الاتصال التسويقي المتكامل في المصارف.
- موازنة التسويق مع تجربة العميل.

اليوم الرابع: الحملات التسويقية وإدارة العلاقات

- تخطيط الحملات التسويقية المصرفية.
- صياغة الرسائل التسويقية الملائمة للعملاء.
- إدارة الحملات عبر القنوات التقليدية والرقمية.
- دعم البيع المتقاطع والبيع الإضافي.
- إدارة علاقات العملاء والاحتفاظ بهم.
- معالجة شكاوى العملاء كمدخل لتحسين التسويق.

اليوم الخامس: قياس الأداء وخطط التحسين

- مؤشرات الأداء الرئيسية للتسويق المصرفي.
- قياس العائد من الحملات والمبادرات.
- تحليل فعالية القنوات ونقاط التواصل.
- إعداد تقارير الأداء التسويقي للإدارة.
- تحسين الخطط بناءً على نتائج القياس.
- تطبيق عملي لبناء خطة تسويق مصرفية.

course _daily_ schedule

يمتد البرنامج لمدة 5 أيام تدريبية، بواقع 4 ساعات تدريبية يوميًا. يتضمن كل يوم مزيجًا من الشرح التفاعلي، النقاشات العملية، التمارين التطبيقية، وتحليل الحالات المرتبطة بالتسويق المصرفي الإستراتيجي. ويتم توزيع الوقت بما يوازن بين المفاهيم، أدوات التخطيط، تطبيقات الحملات، وقياس الأداء.

course _assessment

يتم تقييم المشاركين من خلال التفاعل أثناء الجلسات، المشاركة في التمارين، تحليل الحالات، وتطبيق أدوات التخطيط وقياس الأداء التسويقي. ويحصل المشاركون في نهاية البرنامج على شهادة حضور أو إتمام صادرة عن AINFCT وفق متطلبات

المشاركة المعتمدة.

course_key_competencies

- التسويق المصرفي.
- تحليل العملاء.
- التخطيط التسويقي.
- إدارة الحملات.
- تجربة العميل.
- قياس الأداء.

مكتب القاهرة الرئيسي

القاهرة، جمهورية مصر العربية
7 شارع وهران، الطيران، مدينة نصر
201152466358+
info@ainfct.com
ainfct.com
رقم التسجيل الضريبي: 472920235

مكتب مدريد الفرعي

مدريد، إسبانيا
شارع الصحة 3، وسط المدينة، 28013 مدريد
training@ainfct.com
ainfct.com