

Planowanie i marketing na przykładzie Banku XYZ

I. Wstęp.....3

II. Podstawy prawne funkcjonowania Banku XYZ.....4

1. Prawo Bankowe.....4
2. Kodeks handlowy.....8
3. Statut.....10

III. Strategia marketingowa.....12

1. Badanie rynku.....14
procedura badan marketingowych.....15
2. Segmentacja usług marketingowych.....18
osoby fizyczne
podmioty gospodarcze
3. Marketing mix.....21

IV. Strategia rozwoju usług banku.....23

V. Strategie cenowe.....25

VI. Promocja usług bankowych.....27

1. Oryginalne przedsięwzięcia promocyjne.....27

VII. Dystrybucja usług bankowych.....31

1. Sprzedaz osobista.....31

- 2. System informacji o klientach.....33
- 3. Charakterystyka korzyści usług bankowych.....34
- 4. Wskazówki do rozmowy z klientem.....35

VIII. Organizacja obsługi klienta.....36

- 1. Bez kolejek.....36
- 2. Sieć placówek.....36
- 3. Centra bankowo – usługowe.....37

IX. Kierunki doskonalenia i rozwoju marketingu w Banku XYZ.....38

X. Zakończenie.....39

XI. Literatura.....40

Uwaga: W pracy nie ma przypisów.