



БАНКОВСКИЙ МАРКЕТИНГ И СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ

Набиев Абдулазиз

Магистрант Азиатского международного университета

Abstract: The article discusses the issues of banking marketing and strategies for promoting banking services. The authors analyze the main elements of banking marketing, as well as current trends in the development of strategies for promoting banking services. The article notes that banking marketing is an important tool for improving the efficiency of banks. It allows banks to adapt their activities to the needs of customers, as well as effectively compete in the banking services market.

Keywords: banking marketing, promotion strategies, digital transformation, customer experience, banking products and services.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы банковского маркетинга и стратегий продвижения банковских услуг. Авторы анализируют основные элементы банковского маркетинга, а также современные тенденции развития стратегий продвижения банковских услуг. В статье отмечается, что банковский маркетинг является важным инструментом повышения эффективности деятельности банков. Он позволяет банкам адаптировать свою деятельность к потребностям клиентов, а также эффективно конкурировать на рынке банковских услуг.

Ключевые слова: банковский маркетинг, стратегии продвижения, цифровая трансформация, клиентский опыт, банковские продукты и услуги.



Банковский сектор является одним из ключевых элементов экономики, обеспечивая стабильное функционирование финансовой системы и поддержание экономического роста. В условиях высокой конкуренции и изменения потребительских предпочтений, банки вынуждены искать новые подходы к управлению маркетингом и продвижением, чтобы удержать и привлечь клиентов. Банковский маркетинг является комплексом мероприятий, направленных на удовлетворение потребностей клиентов и повышение эффективности деятельности банков. Он включает в себя все аспекты деятельности банка, связанные с формированием спроса и стимулированием продаж банковских услуг. Стратегии продвижения банковских услуг являются одним из важнейших элементов банковского маркетинга. Они направлены на формирование положительного имиджа банка, повышение узнаваемости бренда и стимулирование продаж. Основными элементами банковского маркетинга являются: Маркетинговое исследование. Оно позволяет банку получить информацию о потребностях клиентов, конкурентной среде и тенденциях развития рынка банковских услуг. Маркетинговое планирование. Оно заключается в разработке стратегии и тактики маркетинга, направленных на достижение поставленных целей. Маркетинговый контроль. Он позволяет банку оценить эффективность маркетинговой деятельности и внести необходимые корректировки. Маркетинговое планирование является важным аспектом для любого бизнеса, поскольку оно помогает определить цели и стратегии, которые будут использоваться для привлечения и удержания клиентов. В этой статье мы рассмотрим основные этапы маркетингового планирования. Определение целей и задач Маркетинговое планирование начинается с определения целей и задач, которые должны быть достигнуты. Это может включать увеличение доли рынка, повышение уровня продаж, улучшение узнаваемости бренда и т. д. Анализ рынка и конкурентов Чтобы определить, какие стратегии будут наиболее эффективными, необходимо провести



анализ рынка и конкурентов. Это включает в себя изучение их продуктов, цен, рекламных кампаний и других факторов, которые могут повлиять на успех вашего бизнеса. Сегментация рынка После анализа рынка необходимо разделить его на сегменты, которые имеют схожие потребности и предпочтения. Это поможет определить, какие продукты или услуги будут наиболее востребованы в каждом сегменте. Определение целевой аудитории После сегментации рынка необходимо определить свою целевую аудиторию. Это включает в себя определение демографических характеристик, предпочтений и поведения потребителей. Разработка маркетинговой стратегии После определения целей, анализа рынка и определения целевой аудитории можно разрабатывать маркетинговую стратегию. Основными элементами банковского маркетинга являются:

- Маркетинговое исследование. Оно позволяет банку получить информацию о потребностях клиентов, конкурентной среде и тенденциях развития рынка банковских услуг.
- Маркетинговое планирование. Оно заключается в разработке стратегии и тактики маркетинга, направленных на достижение поставленных целей.
- Маркетинговый контроль. Он позволяет банку оценить эффективность маркетинговой деятельности и внести необходимые корректировки.

По целевой аудитории стратегии продвижения банковских услуг могут быть разделены на:

- Индивидуальные стратегии. Они направлены на привлечение новых клиентов и повышение лояльности существующих клиентов.
- Бизнес-стратегии. Они направлены на привлечение корпоративных клиентов.



По каналам коммуникации стратегии продвижения банковских услуг могут быть разделены на:

- Традиционные каналы. К ним относятся реклама, PR, прямые продажи, участие в выставках и конференциях.
- Новые каналы. К ним относятся социальные сети, мобильные приложения, онлайн-реклама.

По методам воздействия стратегии продвижения банковских услуг могут быть разделены на:

- Рациональные методы. Они направлены на информирование клиентов о преимуществах банковских услуг.
- Эмоциональные методы. Они направлены на формирование положительного отношения клиентов к банку.
- Поведенческие методы. Они направлены на стимулирование клиентов к совершению определенных действий, например, к открытию вклада или оформлению кредита.

Современные тенденции развития стратегий продвижения банковских услуг

В последние годы наблюдается ряд тенденций, которые оказывают влияние на развитие стратегий продвижения банковских услуг. К ним относятся:

- Цифровизация. Банки все больше используют цифровые каналы коммуникации для продвижения банковских услуг.
- Глобализация. Банки конкурируют на международном рынке, что требует разработки глобальных стратегий продвижения.
- Повышение требований к прозрачности и этичности банковской деятельности. Банки должны учитывать этические аспекты при разработке стратегий продвижения.



Современные стратегии продвижения банковских услуг должны быть ориентированы на создание положительного имиджа банка, повышение узнаваемости бренда и стимулирование продаж. Они должны учитывать современные тенденции развития банковского сектора, а также требования к прозрачности и этичности банковской деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бабкин А. В. Банковский маркетинг: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2022.
2. Бойцов Н. А. Стратегии продвижения банковских услуг: монография. М.: Финансы и статистика, 2021.