

المحور الثاني: مدخل لتسويق الخدمات المالية

المحاضرة الثالثة: مفاهيم لتسويق الخدمات المالية

مفهوم تسويق الخدمات المالية

تعريف 1

"تنظيم النشاطات والبرامج المالية التي تضعها المؤسسة المالية من أجل المحافظة على زبائننا الحاليين وجذب زبائن جدد، ومن أجل خدمة احتياجاتهم على وفق مبدأ الدفع المنسجم مع الأهداف والمعايير المهنية والمحلية والدولية."

تعريف 2

"كافة النشاطات التي تعمل على عرض الطاقات والمهارات والمهام والممارسات المالية بشكل جماعي وفعال، وبذل كل الامكانيات لتلبية احتياجات ورغبات الزبائن الحاليين والمحتملين، ومن ثم تسعى الشركة إلى تحقيق أهدافها المختلفة."

أهمية تسويق الخدمات المالية

تعتبر وظيفة التسويق أحد الوظائف الحساسة والمهمة في المؤسسة، حيث تعتبر بمثابة القلب النابض لأي مؤسسة، وللتسويق أهمية كبيرة في المؤسسات التي تقدم نشاطات مالية، على اعتبار أن قطاع الخدمات المالية يساهم مساهمة فعالة في قطاع الخدمات بصفة خاصة وفي اقتصاديات الدول بشكل عام، خاصة في الدول المتطورة. وفي الدول النامية تزداد أهمية التسويق في قطاع الخدمات المالية لعدة اعتبارات أهمها:

- الخدمات المالية في هذه الدول حديثة نوعا ما مقارنة بالدول المتطورة
- استخدام الأساليب التقليدية نسبيا في بعض الدول.
- نقص الوعي لدى مواطني هذه الدول وضعف ثقافتهم نسبيا تجاه الخدمات المالية.
- القوانين التي لا تشجع في بعض الدول على تنشيط الخدمات المالية.
- التغيرات المتسارعة في البيئة التسويقية المالية وعدم استقرارها يفقد متلقي الخدمات المالية ثقتهم في التعامل في الأسواق المالية.

ونتيجة لهاته المعوقات، فإنه كان لزاما على المؤسسة المالية انشاء وظيفة للتسويق ضمن هيكلها التنظيمي تقوم بمجموعة من المهام من بينها:

- دراسة وتحليل سلوك المستفيدين من الخدمة المالية والتعرف على اتجاهاتهم.
- القيام بالأنشطة الترويجية وإقامة علاقات دائمة مع الزبائن.
- الابتكار وتطوير الخدمات المالية.
- تسعير الخدمات المالية. القيام ببحوث التسويق لمعالجة المشاكل التسويقية التي تواجهها المؤسسة المالية من حين لآخر، وكذا معرفة الفرص التسويقية والتهديدات المحتملة.
- صياغة الاستراتيجية التسويقية للمؤسسة المالية.

أهداف تسويق الخدمات المالية

تتمثل أهم الأهداف المراد تحقيقها من خلال تسويق الخدمات المالية فيما يلي:

- التعريف بالخدمات المالية. السعي لتحقيق التواصل الدائم مع المستفيد من الخدمة المالية، ومحاولة فهم احتياجاته المالية.
- السعي لزيادة رضا وولاء المستفيدين من الخدمة المالية.
- تقديم أنشطة ترويجية فعالة من أجل التعريف بالخدمات المالية المقدمة، وكذا بغرض تعميق الوعي لدى الأفراد والمؤسسات بأهمية التعامل معها.
- تحسين صورة المؤسسة الخدمية المالية لدى الزبائن، وكذا العمل على جذب المستهلكين المحتملين سواء الأفراد أو المؤسسات.

الخدمة المالية

تعريف 1

"أية مساعدة أو استشارة من شأنها أن تسهّل من عمل المستفيد لتحقيق أهدافه سواء كانت تلك المساعدة نشاطات محددة أو نتائج لتفاعلات مالية مختلفة." مجموعة من المهارات الشخصية والمستلزمات المادية والأعراف والقواعد القانونية التي يتم عرضها ونتاجها بشكل يتوافق مع توجهات الزبون لانتخاذ

خصائص الخدمات المالية

تتسم الخدمة المالية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تختلف عن السلع، كما تجعلها تختلف عن الخدمات الأخرى في بعض الخصائص وتشارك معها في أخرى، وتتمثل أهم خصائص الخدمة المالية فيما يلي:

1. عدم الملموسية: تتميز الخدمة المالية بخاصية عدم اللمس، حيث لا يمكن لمسها أو رؤيتها على عكس السلعة التي يمكن لمسها والتعرف نسبياً على خصائصها حتى قبل شرائها. وعملية انتاج الخدمة المالية واستهلاكها يحدثان في آن واحد، ويترتّب على ذلك صعوبة معاينتها أو تجربتها قبل شرائها، ومن ثم لا يمكن للمستهفيد من الخدمة المالية اصدار قرارات وأحكام مسبقة قبل تلقيه للخدمة. ويترتّب كذلك على خاصية عدم الملموسية في الخدمة المالية بعض النتائج تتمثّل فيما يلي:

✓ صعوبة تقييم الخدمات المالية المتنافسة بغية التمييز بينها قبل تجربتها(صعوبة التمييز بين الخدمات المقدمة من طرف بنك مقارنة ببنك آخر يقدم نفس الخدمات أو البعض منها قبل الاستفادة من الخدمة.

✓ يعتبر سعر الخدمة المالية معيار لجودتها)حيث يعتقد المستهلك من الخدمة المالية العلاقة الطردية بين سعر الخدمة وجودتها، أي كلما كان السعر مرتفع دل ذلك على جودة مرتفعة للخدمة المالية والعكس صحيح. خصائص الخدمات المالية

✓ الحصول على الخدمة المالية يكون في الغالب مرتبط بعنصر مخاطرة (عدم الرضا) أكبر منه عند السلعة)فالمستهفيد من خدمة التأمين قد لا يجد الخدمة أو الخدمات التي كان يتوقعها قبل الحصول عليها).

وللتغلّب على عائق عدم الملموسية في الخدمات المالية يلجأ مقدمي هذا النوع من الخدمات إلى إضفاء نوع من الملموسية من خلال تهيئة المكان، كما تعمل مؤسسات الخدمات المالية على القيام بالتكوين والتأهيل والتدريب الدوري لفريقها العامل من أجل العمل بكفاءة على جلب أكبر عدد من الزبائن، وكذا العمل على إرضائهم وجعلهم أكثر ولاء للمؤسسة.

2. عدم فصل الخدمة المالية عن مقدمها: ويقصد بها ارتباط الخدمة المالية بشخص مقدمها، أي أن الانتاج والاستهلاك للخدمة يتم في آن واحد، وعلى اختلاف طبيعة من يقدم الخدمة سواء كان إنسان أو آلة، فإنّ مقدم الخدمة المالية يتفاعل مع المستهلك منها ويصبح طرفاً في تكوين خصائص وجودة الخدمة المقدمة. فعملية تقديم الخدمة تتطلب وجود مقدم الخدمة والمستهفيد منها، حيث أنه من غير المعقول تقديم خدمة كشف الرصيد في البريد من دون وجود أحد الطرفين(صاحب الرصيد والموظف أو الآلة) أو كليهما.

وينتج عن حالة تزامن تقديم الخدمة المالية والاستفادة منها بعض المشاكل والتي من بينها الزيادة المفاجئة للطلب على الخدمة، مما قد يولّد خللاً في تقديم الخدمة، وهو ما يحتمّ على المؤسسة المنتجة للخدمة المالية إيجاد الحلول

اللازمة كزيادة الفريق العامل من أجل السيطرة على زيادة الطلب وخدمة جميع الزبائن في نفس الوقت، أو تمديد ساعات العمل في اليوم وكذا العمل أوقات العطل

3. الاختلاف والتعددية في الخدمات المالية (عدم التجانس أو التباين):

إن مشاركة الزبون في انتاج الخدمة المالية واستهلاكها تجعل من الصعب إيجاد معايير نمطية للإنتاج لجميع المستفيدين من الخدمة، حيث أنه ورغم محاولة العديد من المؤسسات المقدمة للخدمات المالية وضع معايير لمستوى مخرجاتها، إلا أنه من الصعب التأكد من تقديم نفس مستوى الجودة للمخرجات، كما يصعب على المستفيد من الخدمة المالية الحكم على جودتها قبل شرائها ، وبما أن الزبون يعتبر طرف مساهم في عملية تقديم الخدمة فإن اشتراكه في انتاج الخدمة يكون باحتياجاته المميزة اضافة إلى اختلاف مهارات وقدرات المنتج في انتاج ذات الخدمة من زبون لآخر، كما تخضع للحالة النفسية لمقدم الخدمة ومتلقيها، وعليه فإن تقديم الخدمة عن طريق الآلة تميل إلى التماثل أكثر مقارنة بالشخص الطبيعي.

وتوجد بعض الأسباب التي تجعل من الخدمة المالية غير متجانسة نذكر منها:

- ✓ الوسائل المستخدمة في تقديم الخدمة المالية.
- ✓ صورة المؤسسة المقدمة للخدمات المالية ومكانتها لدى الزبائن.
- ✓ المؤهلات والمعارف التي يتمتع بها الموظفين المقدمين للخدمات المالية.
- ✓ مدى التعامل مع الخدمة المالية) عدد كبير أو عدد محدود ممن يتعاملون مع الخدمة المالية).
- ✓ درجة الاستقرار في البيئة التي تنشط فيها المؤسسة المقدمة للخدمات المالية.
- ✓ درجة تعقد الخدمة المالية.
- ✓ مستوى المخاطر التي يمكن أن تحتويها الخدمة المالية.

4. عدم التخزين (القابلية للتلاشي أو الهلاك):

الخدمة المالية لا يمكن تخزينها بغرض البيع أو الاستخدام المستقبلي، فخدمة التأمين على الحرائق خلال فترة زمنية معينة لا يمكن تخزينها، كما أن خدمة صرف العملات)تبديل العملات(لا يمكن تخزينها بهدف الاستخدام المستقبلي. وقابلية الخدمة للتلاشي لا يسبب مشاكل للمؤسسة الخدمية المالية إذا اتّسم الطلب بالثبات النسبي، في حين قد تواجه مشاكل إذا اتّسم الطلب بالتغير الكبير والمفاجئ، فارتفاع الطلب على الخدمات المالية كالذي يحدث في أوقات الذروة مثل اعداد الموازنات التقديرية، الكشوفات المالية الشهرية، سحب الأموال في المواسم والأعياد، الاكتتاب بالأسهم والسندات يحتم على المؤسسة إيجاد بعض الحلول كاستخدام القوة الانتاجية الكامنة.

وعليه فإن المؤسسة المالية تسعى لإيجاد نوع من التوازن بين العرض والطلب على خدماتها المالية من خلال الاهتمام والعناية الفائقة بإدارة الطلب، وكذا استخدام مريخ تسويقي خدمي من شأنه المساهمة في انتظام الطلب.

5. عدم نقل الملكية:

تتميز الخدمة المالية بعدم امكانية نقلها، حيث يتم الانتفاع بها لفترة زمنية محددة)خدمة التأمين خلال فترة زمنية أو خدمة الاستشارة المالية وغيرها،(وعدم نقل الملكية تجعل من مقدمها يضاعف من جهده من خلال استخدام أساليب الاحترام والتقدير للمستفيد من الخدمة من أجل دفعه لطلب الخدمات المالية للمؤسسة.

6. المسؤولية:

تتمثل هذه الخاصية في مسؤولية المؤسسة الخدمية المالية تجاه أموال وممتلكات المستفيد من الخدمة المالية أو الزبون، وكذا بما تقدمه له من خدمات مالية، وعلى هذا الأساس فإن المستفيد من الخدمة المالية يتلقى وعد من طرف إدارة المؤسسة يتضمن الحفاظ على ممتلكاته وأمواله وحصوله على الخدمة المالية المتّفق عليها بما يحقق له أهدافه ويعزز ثقته في المؤسسة.

ويمكن للمستفيد من الخدمة المالية أن يتوقع درجة مسؤولية المؤسسة الخدمية المالية من خلال حجم تعاملاتها المالية، وكذا صورتها وسمعتها التي تحظى بها في السوق، بالإضافة إلى علاقتها مع الأطراف المالية التي تتعامل معها في السوق.

أنواع الخدمات المالية:

خدمة كشف الرصيد

خدمة السحب عن طريق الشيكات البنكية

خدمة السحب عن طريق الصراف الآلي(البطاقة المغناطيسية)

خدمة الحصول على عوائد من خلال فتح حسابات الودائع والتوفير لدى البنوك والمؤسسات المالية
خدمة تحويل الأموال

خدمات التأمين بمختلف أنواعها

خدمة الوساطة في بيع الأسهم والسندات

خدمة تقديم الضمانات لفتح الاعتمادات المالية لأغراض المتاجرة

خدمة حماية الأموال من السرقة والضياع

خدمة الحماية من الأخطاء أثناء التعامل

خدمة الحماية من المخاطر التي تتعلق بتقلبات أسعار الصرف

خدمة الاقتراض من المؤسسات المالية

خدمة تبديل العملات

خدمة استثمار الأموال في المشاريع