

Sadržaj

1. UVOD.....	4
2. MARKETING MIKS SAVREMENE BANKE	7
2.1. Proizvod i usluge	8
2.1.1. Savremeni bankarski poslovi	9
2.1.2. Kvalitet usluga u bankarstvu.....	10
2.1.3. Strategija proizvoda i faktori koji utiču na njega	11
2.1.4. Razvoj i proces novog proizvoda	12
2.1.5. Uspjeh i faktori novog proizvoda.....	13
2.1.6. Faze životnog ciklusa proizvoda	14
2.1.6.1. Faza uvođenja proizvoda na tržište	15
2.1.6.2. Faza rasta prodaje.....	16
2.1.6.3. Faza zrelosti proizvoda	16
2.1.6.4. Faza opadanja prodaje	16
2.2. Cijena	17
2.3. Distribucija	19
2.3.1. Kanali distribucije proizvoda i usluga u bankarstvu.....	19
2.3.2. Mreža bankomata	19
2.3.3. On-line bankarstvo	20
2.3.4. Internet bankarstvo	20
2.3.5. Mobilno bankarstvo.....	21
2.3.6. Web posteri	22
2.3.7. Mjesto prodaje (POS koncept i ATM sistemi).....	22
2.3.8. Telefonsko i bankarstvo putem fax-a	22
2.3.9. Platne kartice.....	22
2.4. Promotivni miks	23
2.4.1. Propaganda.....	23
2.4.2. Unapređenje prodaje.....	24
2.4.3. Publicitet i odnosi sa javnošću	25
2.4.4. Internet marketing	26
2.4.5. Lična prodaja.....	26
2.4.6. Direktni marketing	27
3. OPŠTE ODREDNICE KOMUNIKACIJE	29
3.1. Proces komunikacije.....	29
3.2. Elementi procesa komunikacije.....	31
3.3. Faze procesa komunikacije	32
3.4. Poslovna komunikacija	35
3.5. Proces komunikacija u bankama i njihovo vođenje.....	36
3.6. Tipologija poslovne komunikacije	36
4. KOMUNIKACIJE U BANKARSTVU	39
4.1. Izbor medija komunikacije u banci	41
4.2. Miks medija komunikacije u banci	41
Zaključak.....	44
Literatura.....	46