

1. UVOD

Sve veća primjena novih metoda poslovanja, inovacija na globalnom tržištu i savremenih strategija doprinosi razvijenost banke u savremenom bankarskom poslovanju. Savremeno bankarsko poslovanje u sebi integriše sve aspekte globalnog društvenog razvoja. Do implementacije i ubrzanog razvoja marketing strategije u poslovnoj politici banake dovela je sama konkurencija između banaka.

Konkurentno orijentirana banke je ona banka koja na tržištu može da ponudi kvalitetnu uslugu i povoljnije uslove od konkurenata. Tako orijentisane banke postavljaju sebi veće ciljeve i prihvataju nove izazove, a sve to dovodi do uspjeha i boljih performansi. Jedan od ključnih zadataka savremenog bankarstva je upravo pronalaženje metoda za ostvarenje i održavanje konkurentne prednosti na sve konkurentnijem bankarskom tržištu na kojem je sve više izražena borba za prevlast nad konkurencijom. U borbi sa konkurentima, marketing je postao glavno oružje. Uloga marketinga je velika posebno kad je riječ o uspješnoj implementaciji i sve kvalitetnijoj bankarskoj usluzi.

Na našem tržištu sve je veći broj inostranih banaka koje agresivnim djelovanjem, velikim iskustvom i stranim kapitalom polako osvajaju tržište i predstavljaju veliku konkurenciju za ostale banke. Da bi banke opstale u otakvim okolnostima moraju ponuditi jedinstvenu ponudu, proširiti lapezu svojih dosadašnjih ponuda, odnosno ponuditi kvalitetiju uslugu, bolje uslove i uložiti određena sredstva u marketing aktivnosti u onoj mjeri u kojoj joj to mogućnosti dozvoljavaju. Ne čekati da klijent sam dođe u banku već svojim klijentima ići u susret. Sve je to neophodno da bi se ispunio glavni cilj svake banke a to je da se što bolje pozicionira na tržištu i da privuče što veći broj klijenata. Otvoreno tržište zahtijeva brzinu prilagođavanja novonastalim situacijama, a veoma je bitno i da učesnici na tržištu budu kreativni, inovativni i hrabri u borbi protiv konkurencije. Takođe, oni moraju znati prepoznati sadašnje potrebe potrošača i predvidjeti buduće potrebe, te pronaći način prilagođavanja potrošaču.

Najvažniji zadatak poslovanja banke jeste satisfakcija potreba klijenta, samim tim neophodno je obratiti pažnju na pristup klijentima i dugoročno ga isplanirati jer je klijent ključni faktor u poslovanju banke i najvrijednija imovina banke. Jednostavno rečeno "Uspjeh banke ogleda se u broju zadovoljnih potrošača. "