

SADRŽAJ

1. UVOD	5
1.1. Predmet i problem istraživanja.....	6
1.2. Ciljevi istraživanja.....	6
1.3. Osnovna hipoteza.....	6
1.4. Struktura rada.....	6
2. POJAM I KARAKTERISTIKE PROMOCIJE	7
2.1. Promocija kao element marketinškog miksa.....	7
2.2. Ciljevi promocije u organizaciji.....	7
2.3. Unapređenje prodaje.....	8
2.3.1. Ciljevi unapređenja prodaje.....	8
2.3.2. Mjere unapređenja prodaje.....	9
2.4. Odnosi s javnošću – PR.....	9
2.4.1. Ciljevi odnosa s javnošću i publiciteta.....	9
2.4.2. Odnosi s javnošću u bankarstvu.....	10
2.5. Osobna prodaja.....	10
2.6. Direktni marketing.....	11
2.7. Korporativni „image“ i „brand“.....	12
2.8. Oglašavanje.....	12
2.8.1. Ciljevi i predmet oglašavanja.....	12
3. SPECIFIČNOST KLIJENATA BANKARSKIH USLUGA	13
3.1. Karakteristike korisnika bankarskih usluga.....	13
3.1.1. Istraživanje i tržišna analiza.....	14
3.1.2. Segmentacija tržišta.....	14
3.2. Upravljanje odnosom s klijentima.....	15
3.2.1. CRM (Customers Relationship Managment) strategija.....	16
3.2.2. Data mining proces (rudarenje podataka).....	18
3.3. Faktori koji utječu na ponašanje klijenata.....	19
3.3.1. Utjecaj osobnih faktora.....	19
3.3.2. Utjecaj psiholoških faktora.....	20
3.3.3. Utjecaj socijalnih faktora.....	20
3.3.4. Utjecaj kulture i klase.....	21
4. UTJECAJ PROMOCIJE NA ODLUKE BANKARSKIH KLIJENATA	21
4.1. Osnove suvremenog bankarstva.....	21
4.2. Politika marketinškog komuniciranja.....	22
4.2.1. Mediji oglašavanja.....	23
4.2.2. Odabir medija za kampanju banke.....	27
4.2.3. Promocija banaka putem Facebook-a.....	27
4.2.4. Usluge Internet bankarstva.....	28
4.3. Interni marketing banke.....	29
4.3.1. Zaposlenici i interakcije među zaposlenicima.....	29
4.4. Iskustva klijenata za izgradnju bankarskog povjerenja.....	29
5. UTJECAJ PROMOCIJE NA OVISNOST KLIJENATA O BANKARSKIM USLUGAMA	31
5.1. Poslovanje Erste&Steiermärkische banke.....	31

5.2. Erste pogodnosti za mlade.....	32
5.2.1. Poslovnica za mlade – Erste Club.....	32
5.2.2. Promoviranje bankarskih proizvoda putem spota.....	33
5.2.3. Promoviranje putem društvenih mreža.....	33
5.2.3.1. Virtualna poslovnica Erste banke.....	33
5.2.4. Erste Medo Štedo.....	34
5.3. Djelovanje promocije na djecu.....	34
5.4. Elektroničko i mobilno bankarenje Erste banke.....	35
5.5. Smjernice za povećanje poslovanja.....	37
6. ZAKLJUČAK.....	39
LITERATURA.....	41
SPISAK SLIKA, TABELA I GRAFIKONA.....	42