

Sadržaj

Recenzija	9
Predgovor	11
Uvod	13
I MARKETING USLUGA	15
1. Pojam marketinga	15
2. Marketing usluga	16
3. Specifičnosti usluga	17
II BANKARSKI MARKETING.....	19
1. Koncept marketing orijentisane banke	19
2. Marketing strategija	21
3. Marketing upravljački proces banke.....	23
4. Marketing saradnja banaka i preduzeća	24
5. Međuzavisnost marketinga i finansijskih aktivnosti.....	26
6. Kreativnost u marketingu	27
III MARKETING MIKS BANKE.....	29
1. Proizvodi i usluge	31
1.1. Savremeni bankarski poslovi.....	33
1.2. Kvalitet bankarskih usluga	35
1.3. Životni ciklus proizvoda.....	36
2. Cijena.....	38
2.1. Cijena pribavljenih sredstava.....	40
2.2. Ciljana stopa prinosa na akcionarski kapital	42
2.3. Riziko premija	43
3. Distribucija	45
3.1. Kanali distribucije	45
3.1.1. Mreža bankomata	47
3.1.2. On-line bankarstvo	48
3.1.3. Internet i mobilno bankarstvo.....	48
3.1.4. Wap i I-mode	53
3.1.5. Web prostori	53
3.1.6. Mjesto prodaje (POS koncept).....	54
3.1.7. Telefonsko i bankarstvo putem fax-a	54
3.1.8. Platne kartice	54
3.1.9. SMS - info, E-mail - info.....	55
3.2. Tradicionalno (filijalsko) i internet bankarstvo	55
3.3. Odluke o bankarskim distribucionim kanalima.....	57
3.4. Lokalna i nacionalna filijalska strategija	57
3.5. Internacionalna filijalska bankarska strategija.....	57
3.5.1. Lokalna/nacionalna internet bankarska strategija.....	58

3.5.2. Internacionalna internet bankarska strategija	58
3.5.3. Dvojna/osiguravajuća strategija.....	58
4. Promocija.....	59
4.1. Promocija u marketingu banaka	59
4.2. Promotivni miks banke.....	60
4.2.1. Ekonomska propaganda.....	61
4.2.1.1. Kanali ekonomske propagande.....	63
4.2.1.2. Sredstva ekonomske propagande.....	96
4.2.1.3. Direkna propagandna sredstva.....	104
4.2.1.4. Reprezentativna (prigodna) propagandna sredstva.....	110
4.2.1.5. Vanjska propagandna sredstva (plakat, propagandne ploče).....	112
4.2.1.6. Svjetleća propagandna sredstva.....	113
4.2.1.7. Ostala vanjska propagandna sredstva	114
4.2.1.8. Projekcijska propagandna sredstva (propagandni filmovi)	115
4.2.1.9. Akustična propagandna sredstva (govor, propagandna pjesma, igrokaz i sl.)	116
4.2.1.10. Ostala propagandna sredstva (besplatni uzorci, nagrade, vaučeri za poklon).....	116
4.2.2. Unapređenje prodaje.....	118
4.2.3. Odnosi sa javnošću	121
4.2.4. Ekonomski publicitet	129
4.2.5. Lična prodaja	134
4.2.5.1. Tradicionalni direktni marketing	134
4.2.5.2. Direktna pošta.....	135
4.2.5.3. Lična prodaja	137
4.2.5.4. Kućna prodaja.....	138
4.2.5.5. Besplatne konsultacije	140
4.2.5.6. Besplatni seminari	140
4.2.5.7. Predavanja po klubovima	141
4.2.5.8. Marketinška zabava	142
4.2.5.9. Takmičenja	142
IV MARKETING ORIJENTISAN NA LJUDE.....	143
1. Opis prodajnog osoblja.....	143
2. Odijevanje.....	144
3. Krug prijatelja, poznanika i rođaka	148
4. Kontakti sa klijentima.....	148
5. Obuka prodajnog osoblja.....	149
6. Umrežavanje	151
7. Udruženi programi.....	152
8. Zadovoljni klijenti	152
9. Unajmljivanje marketinškog osoblja	152
10. Pokazivanje interesa za ljude.....	153

11. Praćenje raspoloženja klijenata.....	153
12. Prednosti u odnosu na konkurenciju.....	153
13. Sigurnost.....	154
V NAJVAŽNIJE KARAKTERISTIKE BANKE	155
1. Ime (naziv) banke	155
2. Logotip	156
3. Maskota (M-gen)	156
4. Slogan	157
5. Brendiranje imena.....	158
6. Pozicioniranje kod klijenata	158
7. Kvalitet proizvoda ili usluge.....	159
8. Lokacija na internetu	159
9. Prilike za uvećanje prodaje	159
10. Preporuke i svjedočenja.....	160
11. Kredibilitet.....	160
12. Ugled	160
13. Kreditiranje kupovine	161
14. Podržavanje akcija.....	161
VI STAVOVI BANKE.....	162
1. Entuzijazam i strast prodavača	162
2. Velikodušnost u poklanjanju	162
3. Brzina pružanja usluge	163
4. Urednost.....	163
5. Ponašanje preko telefona	164
6. Vrijednost proizvoda ili usluge.....	164
7. Laka saradnja klijenata sa bankom	164
8. Fleksibilnost banke	165
9. Uređenje poslovnog prostora.....	165
VII SAVREMENE STRATEGIJE MARKETINGA	168
1. Marketing iz zasjede (Ambush marketing).....	168
2. Virusni (buzz) marketing	170
3. Interni marketing	171
4. Integrisani marketing	173
5. Upravljanje odnosima sa kupcima.....	173
5.1. Implementacija CRM strategije.....	177
5.2. Model povjerenja u primjeni CRM strategije.....	178
6. Analiza predviđanja odluka potrošača.....	179
7. Internet marketing.....	182
8. Marketing kroz događaje i promocije (event marketing)	183
9. Ambijentalni marketing	185
10. Strategija lojalnosti prema markama	187
11. Marketing ciljnih grupa	190
12. Blutz marketing.....	191

13. Personalizovani marketing.....	192
14. Privatno ili vip bankarstvo.....	193
15. Gerila marketing.....	193
16. Lični bankar.....	198
VIII PSIHOLOGIJA I SIMBOLIKA BOJA U MARKETINGU	199
1. Slaganje boja.....	202
2. Optičke iluzije sa bojama.....	205
IX ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA BANKE	206
1. Psihologija klijenata	206
1.1. Definicija ličnosti	206
1.2. Tipovi ličnosti.....	208
1.3. Struktura ličnosti	209
1.3.1. Temperament.....	209
1.3.2. Karakter	210
1.3.3. Sposobnosti.....	211
1.3.4. Vještine.....	213
1.3.5. Interesi	214
1.3.6. Stavovi.....	214
1.3.7. Motivi	216
1.3.8. Potrebe.....	216
2. Potrošač kao ličnost i korisnik usluga u marketingu	219
3. Faktori koji utiču na ponašanje klijenata	220
3.1. Uticaj socijalnih faktora.....	220
3.2. Uticaj kulture	221
3.3. Uticaj psiholoških faktora.....	221
3.4. Uticaj personalnih faktora	222
4. Segmentacija tržišta u bankarstvu	224
4.1. Strategija izbora ciljnih tržišta.....	225
4.2. Strategija pozicioniranja u mislima potrošača.....	226
5. Odlučivanje o kupovini	227
5.1. Faze kupovine proizvoda i opredjeljenja za korišćenje usluge.....	227
5.1.1. Spoznaja problema, svjesnost potrebe.....	229
5.1.2. Traženje informacija.....	230
5.1.3. Procjena alternativa	230
5.1.4. Odluka o kupovini	231
5.1.5. Ocjena nakon kupovine	231
X KOMUNIKACIJA U POSLOVNOM SVIJETU	233
1. Načini poslovnog komuniciranja	234
1.1. Formalno i neformalno komuniciranje	234
1.2. Neposredno i posredno komuniciranje	234
1.3. Intrapersonalno i interpersonalno komuniciranje	234
1.4. Jednosmjerno i dvosmjerno/višesmjerno komuniciranje.....	234
1.5. Horizontalno i vertikalno komuniciranje.....	235

1.6. Usmeno i pisano komuniciranje	235
1.7. Verbalno i neverbalno komuniciranje	235
2. Specifičnosti poslovnog komuniciranja.....	236
2.1. Prvi utisak u poslovnom komuniciranju	239
2.2. Komunikacijski prostor	239
2.3. Komunikacioni proces.....	240
2.4. Komunikacije u prodajnom procesu.....	241
3. Trendovi u savremenom poslovnom komuniciranju	243
4. Kako se predstaviti pismenim putem (pisanje biografije)	244
Literatura	249