



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

**Vytvořeno v rámci projektu  
Nové výzvy, nové příležitosti, nová škola**

*Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky*

**Výukový materiál s úkoly**

# **Marketing v bankovníctví**

V bankovníctví působí velmi intenzivně tržní prostředí. Bankovní produkt je služba, kterou nelze nejdříve vyzkoušet a jeho efekty jsou dlouhodobé.

### ***Úkol: na základě znalosti marketingové teorie vyjmenujte marketingové strategie***

#### **Marketingová strategie:**

- hlavní je klient (zákazník a jeho potřeby)
- produkt vychází za znalosti požadavku klienta
- organizace usiluje o maximalizaci zisku
- podnikatelské plánování je dlouhodobé, reakce na požadavky trhu co nejkratší

- 1.klient nepřichází kupovat produkt, ale hledat řešení svého problému
- 2.banku usiluje o řešení klientova problému

#### **Uplatnění marketingu:**

- podpora prodeje produktu formou propagace a reklamy
- méně oficiální přístup ke klientovi
- obrovský nárůst bankovních produktů
- aktivní postoj ve vyhledávání klientů

#### **Marketingové plánování**

Marketingový plán je součástí podnikatelského plánu banky.  
Marketingový výzkum musí mít dobře vyvinutý marketingový informační systém.

#### **Oblasti výzkumu:**

- rozběr trhu, analýza postavení banky, tržní podíl
- analýza jednotlivých produktů a služeb
- analýza postavení tržního podílu a produktů konkurence
- analýza podnikatelských možností

#### **Výzkum se provádí:**

- studium statistických údajů, tisku, výročních zpráv, interních podkladů
- anketou mezi klienty (stávajícími i potenciaálními)
- anonymní návštěvou konkurence

***Úkol : vyhledejte v ekonomickém tisku alespoň 1 zprávu, která by se dala použít k výzkumu bankovního prostředí, proveďte její analýzu a učiňte závěry.***

### **Banky mají 2 základní trhy:**

- podniky ,organizace
- fyzické osoby

Tyto trhy se z hlediska potřeb zásadně liší, banka si musí vyhledat svůj segment. Ve výzkumu má velký význam hodnocení konkurence, na trhu působí cca 60 bank. Používá se SWOT analýza pro hodnocení konkurence.

***Úkol: zjistěte všechny banky, které mají pobočku v našem městě a určete, na jaké hlavní zákaznické skupiny jsou orientovány.***

### **Konkurenci lze čelit:**

- nižšími náklady
- vyšší kvalitou služeb

Banka si vypracuje konkurenční strategii.

## **Marketingový mix v bankovníctví**

***Úkol: vyjmenujte 4 P marketingového mixu***

Ke 4 P marketingového mixu se v bankovníctví uplatňuje i tzv. 5 P – people (lidé) jelikož významným prvkem je oblast kvality a kultury chování personálu.

### **Bankovní produkty**

Základem podnikatelského úspěchu banky jsou kvalitní bankovní produkty

Závisí na tom, zda banka

- provádí průběžnou analýzu požadavků klientů
- dokáže rychle reagovat
- věnuje péči produktu

***Úkol: zamyslete se, jaké nové služby by banky mohly poskytovat.***

## **Životní cyklus produktu**

- zavádění(malý výnos,vysoké náklady,podpora)
- růst (výnosy rostou,vytváří zisk,zvětšování pozice,začínají vznikat konkurenční produkty)
- zralost (pokles výnosu,ziskovost trvá,konkurence roste,nutná podpora prodeje)
- saturace (výnosy stagnují,mírně klesá zisk,konkurence neroste,snaha o prodloužení této fáze změnou marketingového mixu,trvá i několik let)
- pokles (po vyčerpání všech prvků marketingového mixu,objevují se lepší produkty,nutná včasná náhrada)

***Úkol: vyberte tři bankovní produkty a určete, ve které fázi životního cyklu se nacházejí.***

## **Distribuční místa**

2 skupiny distribučních kanálů

- a)fyzické kanály-pobočková síť (vytvořena geograficky a podle počtu klientů),telefonické bankovníctví,internetové bankovníctví,bankovní karty
- b)osobní kanály-jednotliví pracovníci a jejich schopnost prodat produkt

***Úkol: které místo v okolí školy (lokalita Místek) je podle vás nejvhodnější k umístění pobočky banky a proč.***

## **Ceny bankovních produktů(služeb)**

Jsou představovány

- a)úrokem (z poskytnutých úvěrů)
- b)poplatky a provizemi

na cenu produktu působí

- náklady (cena zdrojů na finančním trhu,náklady na vývoj produktu,propagace apod.)
- konkurence
- klienti

***Úkol: vyberte 3 banky a porovnejte výši poplatků za vedení účtů a úroky na spořicíh účtech.***

## **Podpora prodeje**

- reklama
- zkvalitňování osobního prodeje
- veřejná publicita

Doporučuje se kombinace reklamy s posilováním image banky. K oslovení zákazníka používají banky komunikační strategii-kombinace reklamních a propagačních aktivit a aktivit v public relations-posilování dobrých vztahů s veřejností a upevňování dobrého jména banky.

***Úkol: vyberte 3 produkty banky z oblasti úvěrů, běžných účtů a investic a zvolte druhy médií, čas a formu reklamy, s ohledem na cílovou skupinu, pro jejich propagaci.***