**اهمية التسويق المصرفي**

يتكون النشاط التسويقي من مجموعة من الأنشطة التي تشمل عمليات التخطيط والتوجيه ورقابة الأداء بهدف تطوير الوضع التنافسي للبنك داخل السوق المصرفية، ويتم ذلك من خلال العمل  
على الحفاظ على العملاء الحاليين وتوسيع دائرة العملاء عن طريق الخدمات المصرفية بشكل متطور ومتميز، وقد ظهرت الحاجة لعملية التسويق نتيجة لازدياد حدة المنافسة بين البنوك التجارية من جهة والمؤسسات المالية الأخرى من جهة أخرى، بالإضافة إلى التغيرات السريعة في المؤثرات الاقتصادية والاجتماعية التي تحكم نشاط هذه المؤسسات والتي بدورها أوجبت  
على البنوك العمل على مواكبة هذه التغيرات للمحافظة على مركزها التنافسي.

**اهداف التسويق المصرفي**

يهدف التسويق المصرفي إلى ابتكار وأداء الخدمات وإيصالها نحو الزبائن عن طريق منافـذ مناسـبة باستخدام وسائل الترويج المتاحة، وهذا قصد إرضاء الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد بما يحقق ا لربحيـة للبنوك، وبذلك يساهم التسويق المصرفي في تحقيق جملة من الأهداف تتمثل فيما يلي:-

1. تحسين سمعة البنك وذلك ببناء صورة ذهنية ايجابية عنه وعن خدماته وعن العاملين فيه.
2. تحقيق الأهداف المالية المتمثلة في أهداف السيولة، الربحية والأمان مع تحقيق نمو موارد البنك .
3. أهداف توظيف الأموال، وهذا عن طريق : أ- زيادة حجم القروض والسلفيات ب- زيادة الاستثمارات في الأوراق المالية.
4. ابتكار خدمات مصرفية جديدة تستجيب لرغبات الزبائن، والعمل على تطوير الخـدمات المـصرفية الموجودة .
5. متابعة البنوك المنافسة ومعرفة مدى قدرة على التأثير في السوق.
6. تكييف البنوك وفقا لمتغيرات السوق وتطورات احتياجات الزبائن.
7. خلق أسواق مصرفية جديدة عن طريق اكتشاف أنواع جديدة من الخدمات المصرفية التي يرغب فيهـا الزبون.
8. دراسة الانتشار الجغرافي لوكالات البنك في السوق المصرفية، والتخطيط لفتح وكالات مصرفية جديدة.
9. اكتشاف الفرص الاستثمارية، ودراستها وتحديد المشاريع الجديدة التي يمكن إقامتها.