**محاضرات مادة التسويق المصرفي- مرحلة الثانية -قسم العلوم المالية والمصرفية**

**توزيع الخدمات المصرفيّة**

يعتبر التوزيع من الوظائف التسويقية الحيوية، حيث أنها تسعى إلى توفير المنتجات (سلع/ خدمات) للقطاعات المختلفة من السوق في المكان والوقت المناسبين، ويمكن لنا تصوّر أهمية هذه الوظيفة من خلال حقيقة أن تكاليف التوزيع تصل أحياناً إلى ما بين 15 ـ 25% من إيراد المبيعات في الواقع العملي.

وتتضح أهمية هذه الوظيفة كذلك بالنسبة للمنظمات التي لا تمتلك القدرة المالية والفنيّة الكافية لتقوم بتوزيع منتجاتها في الأسواق، مما يجعلها تلجأ لمن لديهم هذه القدرات والمتعارف عليهم بالوسطاء أو وكلاء التوزيع.

ـ وفي مجال البنوك، فلابد أن يسعى البنك لتوفير خدماته للعملاء في الوقت والمكان المناسبين من خلال قنوات التوزيع التي يعتمدها، والتي يجب أن يتم تحديدها بناءاً على دراسة متأنيّة لاحتياجات العملاء وظروفهم وتفضيلاتهم وكذلك دراسة ما يعتمده المنافسون، ويمكن القول أن هناك ثلاثة معايير على الأقل تحكم تواجد البنك في السوق ويجب أخذها بالحسبان وهي:

1 ـ عنصر الملاءمة: قدرة البنك على الوفاء بمتطلبات وحاجات العملاء.

2 ـ عنصر الإتاحة: سرعة وسهولة حصول العملاء على ما يحتاجونه من خدمات في الوقت والزمان والمكان المناسب لهم.

3 ـ عنصر الصورة الذهنية للبنك:

ويقصد بها كل ما يتعلق بالبيئة المادية للبنك، من بناء البنك، والتصميم الداخلي لفروعه من حيث الطابع العمراني وكفاية المساحات، ووجود أماكن انتظار، وعنصر حسن الضيافة، وتوفير درجة من الخصوصية عند التعامل مع كل زبون وسيتم التحدث عن قنوات توزيع الخدمات المصرفيّة بشيءٍ من التفصيل فيما يلي:

**قنوات توزيع الخدمات المصرفيّة:**

والقاعدة التي تحكم اختيار قنوات التوزيع بشكل عام هي «المنفذ الذي يحقق تقديم السلعة/ الخدمة بالشكل والوقت المناسب للعملاء/ الزبائن ولا يحمّل المنظمة/ البنك تكاليف مرتفعة».

وقنوات توزيع الخدمات المصرفية هي:

1- فروع البنك:

لكل بنك فروع خاصة وتابعة له، حيث يعتبر كل فرع من الفروع صورة مصغرة عن البنك، والكثير من العملاء لا يعرف سوى الفرع الذي يتعامل معه منذ سنوات، لذا يجب على البنك اختيار الفرع بشكل جيد حتى يناسب العملاء الجيدين.

2- وحدات التعامل الآلي وبطاقات الائتمان:

جاءت هذه الأخيرة للتسهيل على العملاء عملية سحب النقود، أو الاستفسار عن الرصيد، وتكون في المناطق التي يصعب افتتاح فرع فيها وإما استخدامها في المواعيد التي يغلق فيها البنك أبوابه.

3- نظام التوكيلات البنكية:

ومعناه أن يوكل أحد البنوك نيابة عنه بتقديم الخدمات البنكية، وهذا نتيجة القصور في نظام شبكة توزيع الخدمات البنكية.

4- تقديم الخدمة البنكية المتطورة تكنولوجيا:

ازداد استخدام هذه الخدمة في السنوات الأخيرة نتيجة لإدخال الحاسب الآلي في أعمال البنوك مثل: دفع الفواتير عن طريق تحويل الأموال من حساب العميل في البنك إلى حساب المستفيد المطلوب سداد الفواتير له.