المزيج التسويقي للخدمات المالية

يتألف المزيج التسويقي (Marketing Mix) للخدمات المالية عادةً من 7 عناصر (Ps7) بدلاً من الـ 4 عناصر التقليدية للمنتجات المادية، نظراً لطبيعة الخدمات غير الملموسة.

إليك أمثلة على كل عنصر في سياق الخدمات المالية (مثل البنوك وشركات التأمين وإدارة الثروات):

1. المنتج (Product) – الخدمة المالية نفسها

الخدمات المالية هي منتجات غير ملموسة.

2. السعر (Price)

هو التكلفة التي يدفعها العميل مقابل الخدمة.

3. المكان (Place) – قنوات التوزيع

يشير إلى كيفية وصول الخدمة للعميل.

4. الترويج (Promotion)

يتعلق بجميع الأنشطة التي تهدف إلى إيصال المعلومات عن الخدمات وإقناع العميل، ومن أمثلته:

العناصر الإضافية (Ps3) الخاصة بالخدمات:

5. الأشخاص (People)

الموظفون الذين يقدمون الخدمة ويؤثرون على تجربة العميل مثل موظفي الفروع، وممثلي خدمة العملاء.

6. العملية (Process)

الطريقة أو الخطوات التي يتم بها تقديم الخدمة للعميل.

7. الدليل المادي (Physical Evidence)

البيئة المادية التي تقدم فيها الخدمة أو أي دليل ملموس على جودة الخدمة، وهو أمر مهم لتعويض الطبيعة غير الملموسة للخدمة.