Дима Олександр Олексійович. Маркетинг у формуванні стосунків банку з клієнтами : Дис... канд. наук: 08.00.04 - 2008.

ДимаООМаркетингуформуванністосунківбанкузклієнтами–Рукопис

Дисертаціяназдобуттянауковогоступенякандидатаекономічнихнаукзаспеціальністю–Економікатауправлінняпідприємствамизавидамиекономічноїдіяльності–ДВНЗКиївськийнаціональнийекономічнийуніверситетіменіВадимаГетьманаКиїв

УдисертаціїзапропонованоавторськерозуміннясутностімаркетингунаосновістосунківАлгоритмпобудовистосунківґрунтуєтьсянатеоріїстаніврозвиткустосунківімаєтриосновніетапиатакожураховуєтакийважливийаспектформуваннястосунківяквідмовавобслуговуванні

ВизначенопередумовивпровадженнямаркетингунаосновістосунківІнтернетбанкінгстворенняколлцентріврозробленняпрограмлояльностірозвитокмережімінівідділенняЗазначеніпередумовизабезпечуютьпостійнийконтактзклієнтамитапідвищуютьдієвістьзаходівзїхутримання

ОбґрунтованонеобхідністьдослідженняклієнтськоїбазибанкуПропонуєтьсяздійснюватиподілклієнтівбанкузакритеріямиприбутковістьтаміравзаємодіїЗапропонованопідхідщодаєзмогумаксимізуватиприбутокбанкуоптимізуючиструктуруклієнтськоїбазиОптимальнеспіввідношенняклієнтівавідповідноіправильнийрозподілресурсівзабезпечуємаксимізаціюприбутку

Створенасистемаоцінкиефективностізастосуваннямаркетингунаосновістосунківубанківськихустановахщозумовленонеможливістювикористаннятрадиційнихпоказниківякізазвичайпоказуютьефективністьокремихопераційабодійтодіякмаркетингнаосновістосунківорієнтуєтьсянаокремогоспоживача