# Банковский маркетинг

План маркетинга.

#### План.

- 1.Структура стандартного плана маркетинга
- 2. План маркетинга
- 3.Составление плана по конкретному виду банковского продукта.

Исходя из целей и стратегий банки на современном этапе развития своего бизнеса ощущают необходимость осуществлять анализ маркетинговой деятельности. Он делиться на 3

- части: Анализ внешней среды маркетинга
- Детальный анализ маркетинговой деятельности
- 3. Анализ системы маркетинга: это деловая и экономическая внешняя среда (состояние экономики) - анализируются цели маркетинга права и обязанности руководителей маркетинговых служб, рассматривается взаимодействие всех маркетинговых служб.
- Формирование предложений.
- Планирование маркетинга постановка

## последовательность его разработки.

Как стратегические, так и тактические планы маркетинговой деятельности включают

- 1. Продуктовый план (что и когда будет выпускаться, предлагаться)
- 2. Исследование и разработка новых банковских продуктов
- 3. План сбыта (повышение эффективности сбыта)
- 4. План рекламной работы и стимулирование продаж
- 5. План функционирования каналов распределения
- 6. План цен, включая изменение цен в будущем
- 7. План функционирования физической системы распределения
- 8. План организации маркетинга.

### С точки зрения формальной структуры плана маркетинга он составляется из 8-ми разделов:

- 1. Текущая маркетинговая ситуация
- 2. Аннотации для руководства
- 3. Опасности и возможности
- 4. Цели маркетинга
- 5. Стратегии маркетинга
- 6. Программы действий
- 7. Бюджет маркетинга
- 8. Контроль

## Реквизиты проверки плана:

- Целесообразность (нужен ли он в таком виде)
- Обоснованность (реальный ли план)
- Осуществимость (имеются ли ресурсы)
- Согласованность (согласие внутренней и внешней среды)
- Уязвимость
- Гибкость
- Эффективность