



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

Université Djilali Liabès de Sidi Bel Abbès

Fiche de Présentation Thèse de Doctorat / Mémoire de Magister

Type de la PG نوع ما بعد التدرج	Doctorat en Sciences
------------------------------------	----------------------

اسم و لقب الطالب	مصطفى قارة امال
Nom et Prénom de l'étudiant	Mostefa Kara AMEL
e-mail de l'étudiant / البريد الالكتروني للطالب	a_khedim@yahoo.fr
Numéro de téléphone de l'étudiant / رقم هاتف الطالب	

*التخصص / Spécialité	علوم إقتصادية
*الفرع / Option	علوم مالية
Intitulé de la thèse / mémoire عنوان الأطروحة / المذكرة	Marketing bancaire et communication Problématique : ACCUERIL
Nom et Prénom de l'encadreur اسم و لقب المؤطر	بن بوزيان محمد
Date de soutenance تاريخ المناقشة	2015-12 -17
Les mots clés الكلمات المفتاحية Keywords	Marketing bancaire, communication, accueil bancaire.

(*) Se conformer aux intitulés des spécialités et des options portées sur la dernière attestation d'inscription.

المخلص (بالعربية) :

تعدّ وظيفة الاستقبال المصرفي كعامل رضا للعملاء ومحفز للكفاءة و الربحية والتمايز. وفي الآونة الأخيرة أصبح عنصر فعال في السياسة العامة للاتصال داخل المنظمة ويسير من طرف مختصين، بحيث أصبحت العديد من المنظمات تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز هذه الوظيفة وذلك من خلال استخدام إستراتيجيات التسويق المصرفي وعلى سبيل المثال " GRC " :تسيير العلاقات بين الزبائن أو طريقة "Benchmarking". ولهذا فمن الضروري على البنوك حاليا أن تستخدم هذه التقنيات من أجل مواجهة التّولفة بين شدة التنافس داخل السوق والزبائن الذين أصبح من الصعب إرضائهم.

من خلال كل ما سبق نستطيع طرح إشكالية موضوع بحثنا كالتالي : هل الاستخدام الأمثل لوظيفة الاستقبال يلعب دورا فعّالا و حاسما في تطوير الخدمات البنكية ؟

للإجابة على سؤالنا استعنا أولاً بالإطار النظري ثم انتهجنا طريقة الاستدلال في البنوك العامة و الخاصة لمدينة سيدي بلعباس.

الكلمات المفتاحية : التسويق المصرفي، الاتصال، الاستقبال.

Résumé (Français et/ou Anglais) :

Reconnu comme un vecteur de satisfaction du client et comme un facteur d'efficacité, de rentabilité et de différenciation, l'accueil s'inscrit dans la politique globale de communication de l'organisation et est confié à des professionnels, beaucoup d'organisations utilisent les technologies de l'information et de la communication pour renforcer leur fonction d'accueil. C'est dans ce contexte que le marketing bancaire intervient en utilisant des stratégies telles que la GRC et la démarche benchmarking, que la banque d'aujourd'hui doit impérativement les introduire, pour faire face d'un côté au marché caractérisé par une forte concurrence, et d'un autre côté par une clientèle très exigeante.

Dans ce contexte, notre problématique de recherche est la suivante : est-ce que l'optimisation de l'accueil joue un rôle crucial dans le développement des services bancaires ?

Pour cela, un cadre théorique à été construit à partir de notre littérature et du point de vue méthodologique, une enquête, à été menée au sein des banques publiques et privées de la ville de Sidi Bel Abbès, avec objectifs de répondre à nos interrogations.

Mots clés : marketing bancaire, communication, accueil bancaire