

بازاریابی و تبلیغات، لازمه شرایط رقابتی است



آیا عصر انحصار به سر آمده است؟

و ضرورت و راهکارهای بازاریابی و تبلیغات خدمات بانکی را به عنوان موضوع ویژه این شماره قرار می‌دهیم با مقالاتی با عناوین:

- ۱) بازاریابی و موضع‌یابی مؤثر در نظام بانکی ایران.
 - ۲) بازاریابی، ضرورت یا انتخاب؟
 - ۳) تعیین استراتژی بازاریابی بانک‌های تجاری کشور بر مبنای بهره‌وری.
 - ۴) هوش هیجانی و بازاریابی خدمات بانکی.
 - ۵) مشتری‌مداری و بازاریابی.
- امیدواریم مفید باشد.

سر دبیر

انحصار از یک نظر مانند سرخک است، چون تقریباً همه بازارهای تازه بدان مبتلا می‌شوند. بازار پولی ایران هم در نخستین سال‌های حیات در این دوره، گرفتار انحصار از نوع حاد شد، و گرچه هنوز این بیماری به طور کامل رخت بر نیسته است، ولی برخی از صاحب‌نظران معتقدند که رویدادهای ده ساله اخیر نشانه‌هایی از پایان یا تخفیف انحصار دارند و باید کم‌کم در انتظار آغاز دور تازه‌ای باشیم که قاعدتاً مهمترین ویژگی‌اش، رقابتی بودن است. این شرایط تازه اگر محقق شود، الزاماتی دارد که یکی از آنها مشتری‌مداری است و تحقق این هدف هم نیازمند بازاریابی و تبلیغات است. ما هم خوشبینانه به آینده می‌نگریم و بحث درباره اهمیت