

Appendix A
Bank Managements' Questionnaire

Dear Sir, Madame

Greetings:

Subject: questionnaire for a study

This study is for “some parameters for measuring advertising efficiency and effectiveness in the Palestinian banking sector”. It is considered as a requirement to achieve a PhD degree in business at the Sudan University of Science and Technology, that the student Mohammad Zedan Salem is doing under the supervision of Dr. Mousa Hasab Alrasoul.

I will be very pleased if you kindly answer the questions below by putting your check/cross mark on the space provided.

Your honest opinion in answering the following questions will be much appreciated. Rest assured that all your answers will be treated confidentially and will only be used for the purpose of this study.

Thank you very much

The researcher

Part One: Information about Bank

1.1 Name of the bank:_____

1.2 Establishment year of the bank:_____

1.3 Number of employees before Al Aqsa Intefada (before the year 2000) inside bank branch:

- 1-10 employees 11-20 employees 21-30 employees 31-40 employees
 41 employees and above

1.4 Number of employees after Al Aqsa Intefada (after the year 2000) inside bank branch:

- 1-10 employees 11-20 employees 21-30 employees 31-40 employees
 41 employees and above

1.5 Monthly bank's sales before Al Aqsa Intiada (before the year 2000):

- Lower than \$20000 20000-\$40000 41000-\$60000
 61000-\$80000 \$81000 and above

1.6 Monthly bank's sales after Al Aqsa Intiada (after the year 2000):

- Lower than \$20000 20000-\$40000 41000-\$60000
 61000-\$80000 \$81000 and above

Part Two: Personal Information (Profile of the Respondents)

2.1 Position held:

- Owner/manager of bank general manager marketing manager
 Public relations manager others. Please specify? _____

2.2 Number of years in position:

- Less than 2 years 2-3 years 4-5 years above 5 years

2.3 Work experience:

- 1-5 years 6-10 years 11-15 years 16-20 years
 21 years and above

2.4 Age:

- 21-30 years 31-40 years 41-50 years 51-60 years

61 years and above

2.5 Gender:

Male female

2.6 Marital status:

Single married divorced

2.7 Educational attainment:

Higher school or lower Diploma Bachelor Master Ph.D.

2.8 What was your major?

Commerce engineering art science others, please specify? ____

2.9 Have you ever joined a training program in the field of bank advertising?

Yes No

2.10 If yes, could you differentiate between the two concepts "efficiency and effectiveness"?

Yes No

2.11 Please, define efficiency and define effectiveness? _____

Part Three: Respondent Evaluation

3.1 What are your bank objectives in your views? (choose what is relevant and put in order according to importance)

- Sustainability ()
- Sales increase ()
- Profit increase ()
- Employment increase ()

3.2 Which is the best term for describing your relationship with your customers?

- Customers will deal again with the bank. If they do not come back, there will be new customers ()
- Focusing on offering good services at reasonable prices ()

- Meeting customers' needs and desires while achieving profit ()

Part Four: External and Internal Environment

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
4.1 Bank management need to evaluate its strengths and weaknesses of each department periodically.					
4.2 Bank management need to identify the opportunities and threats.					
4.3 Bank management adapt themselves to the external environment.					
4.4 Bank management review information derived from the environment continuously.					
4.5 Bank management forecast conditions that will exist within a bank's environment at some future time.					
4.6 Bank management take into consideration features of their demographic environment such as age distribution, regional variation, and gender for developing advertising program.					
4.7 Technological skills and modern equipment are used when making advertising decision.					
4.8 Bank management take into account its social environment such as reference groups and family for developing advertising program.					
4.9 Developing bank advertising program depend on evaluation of Cultural environment such as beliefs, values, and norms.					
4.10 Data and information about economic environment such as income level of target audience is used for developing advertising program.					
4.11 Developments in political environment such as laws, and pressure groups is considered when making advertising decisions.					

4.12 Could you please describe the bank's reaction towards changes in competing banks advertising?

- Nothing ()
- We imitate the competitors in case their advertising succeeds ()
- Continuous improvement of your advertising effort to sustain market leadership ()

4.13 Which of the following statements are the best for describing banks' management reaction towards environmental changes?

- Waiting, observing and then responding ()
- Expectation and adaptation ()

- We try to identify alternative prospective advertising policies and then attempt to implement one of them ()
- We don not depend on realistic future scenario prediction, but we try to achieve the goal we set ()

4.14 In which of the following internal factors, there is a strength, a weakness, or both (strength and weakness)?

- Marketing department

strength weakness both

- Finance department

strength weakness both

- Service department

strength weakness both

- Others, please specify? _____

4.15 In which of the following external factors, there is an opportunity, a threat, or both (opportunity and threat)?

- Demographic environment

opportunity threat both

- Technological environment

opportunity threat both

- Social environment

opportunity threat both

- Economic environment

opportunity threat both

- Cultural environment

opportunity threat both

- legal and political environment

opportunity threat both

- Public opinion

opportunity threat both

- Others, please specify? _____

Part Five: Bank Advertising Objectives

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
5.1 There is a need for the advertisers to define the advertising objectives carefully.					
5.2 Bank management puts predetermined specific advertising objectives					
5.3 The objectives are stated in clear, precise, and measurable terms.					
5.4 Bank management set realistic goals and need to be consistent.					
5.5 Advertising objectives cover a specified time period.					
5.6 Advertising objectives generate all or some of the following: attention, be understood, be believed, and be remembered.					
5.7 Advertising objectives change over the course of a product's life cycle.					
5.8 Advertising objectives are considered appropriate criteria when measuring advertising outcome.					
5.9 It is important to start by identifying the target market and motives for developing a bank advertising program.					
5.10 The aim of bank advertising objective is to inform, persuade, remind, and reinforce advertising message.					
5.11 Specialists take part in making important decisions regarding marketing policies of the bank					
5.12 Bank management takes into consideration target market and marketing mix when setting the advertising objectives					

5.13 From the main advertising objectives that your bank management used is:
(choose what is relevant and put in order according to importance)

- Advertisement about new bank services ()
- To motivate client to repurchase service ()
- To reinforce the present bank services ()
- Improvement of bank image ()
- Development of bank services to keep the present market or increase the present market ()
- Supply the potential client by data and ideas concerning the characteristics of main services ()
- Others. Please specify? () _____

5.14 The following objectives are commonly used by bank advertising managers
(choose what is relevant and put in order according to importance) and state whether each of them easily quantifiable?

- Diversification of services () Quantifiable Non quantifiable

- Increase of sales () Quantifiable Non quantifiable
- Increase of deposits () Quantifiable Non quantifiable
- Increase of credit facilities () Quantifiable Non quantifiable
- Increase number of clients () Quantifiable Non quantifiable
- Profit Increase () Quantifiable Non quantifiable
- Target market increase () Quantifiable Non quantifiable

5.15 What is the specified time period for achieving the predetermined specific advertising objectives?

- 1-3 months 4-6 months 7-9 months 10-12 months
- More than one year

5.16 Which of the following list are the main competitors of your bank? (you can choose more than one answer)

Bank's name	Bank of Palestine	Commercial bank of Palestine	Palestine investment bank	Arab Islamic bank	Jerusalem development and investment bank	Arab Palestinian investment bank	Palestine International bank	Palestine Islamic bank
Put the sign (X)								
Bank's name	Al Aqsa Islamic bank	Cairo Amman bank	Arab bank	Bank of Jordan	Egyptian Arab land bank	Jordan Gulf bank	Jordan national bank	Housing bank of trade and finance
Put the sign (X)								
Bank's name	Jordan Kuwaiti bank	Union bank for saving and investment	The Principal bank of development and agricultural credit	Palestine Banking Corporation	HSBC bank middle east			
Put the sign (X)								

5.17 What is the average length of time the audience is exposed to message?

- a- Newspaper:
- Number of page _____
 - Number of times _____
 - Location of advertisement _____
- b- Magazine:
- Number of page _____
 - Number of times _____
 - Location of advertisement _____
 - Color or black and white advertising _____

c-Television:

Less than one minute 1-2 minutes 3-4 minutes 4-5 minutes

More than 5 minutes

d- Radio:

Less than one minute 1-2 minutes 3-4 minutes 4-5 minutes

More than 5 minutes

5.18 Locate each of the following services in its appropriate life cycle stage?

Kind of services	The stage			
	Introduction	Growth	Maturity	Decline
Deposits				
Direct credit facilities such as loans				
Indirect credit facilities such as letter of credit and letter of guarantee				
ATM machine				
Visa card				
Credit card				
Transfer and remittance				
Travel checks				
Manager checks				
Call bank				
Treasury				
Save box				

5.19 When did you start offering the following services?

Kind of services	The time				
	0-6 months	7-12 months	13-18 months	19-24 months	More than 25 months
Deposits					

Direct credit facilities such as loans					
Indirect credit facilities such as letter of credit and letter of guarantee					
ATM machine					
Visa card					
Credit card					
Transfer and remittance					
Travel checks					
Manager checks					
Call bank					
Treasury					
Save box					

Part Six: Advertising Budget Allocation

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
6.1 Bank management allocate annual advertising budget					
6.2 Bank management consider advertising as investment rather than expenses					
6.3 Bank management take into consideration the market share when determining advertising budget					
6.4 Bank management take into consideration the importance of competition when determining advertising budget					
6.5 Advertising expenditure can increase sales, even in times of recession					
6.6 Bank management take into account one or more of the following: the size of bank, kinds of services, the availability of funds when its budget is determined					
6.7 Bank management determine advertising according to product life cycle.					
6.8 It is important to take into account costs, message design and type of media when bank is setting advertising budget					
6.9 Bank management consider advertising should depend on previous sales					
6.10 Bank management use quantitative mathematical models to facilitate advertising planning, allocating budget, and media analysis					
6.11 Bank management pay advertising agencies according to quality of services					
6.12 Bank management pay advertising agencies according to quantity of services					

6.13 What are the bases –from your point of view- that you depend on when determining advertising budget? (Choose what is relevant and put in order according to importance)

- Personal judgment ()
- Percentage of forecasted sales ()
- Percentage of previous sales ()
- Estimate of competitors reactions ()
- Estimate of the bank service characteristics ()
- Estimate of the target sectors ()
- Estimate of the results of marketing researches about the proper base ()
- Others. Please specify? () _____

Part Seven: Advertising Message

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
7.1 Bank management plan advertising campaigns					
7.2 Bank management put alternative advertising messages					
7.3 Bank management evaluate alternatives to determine the proper advertising message					
7.4 Bank management take the social responsibility into consideration when designing advertising messages					
7.5 Bank management use local advertising agencies to create advertising message					
7.6 Bank management use international advertising agencies to create advertising message					
7.7 Bank management target advertising campaigns to clients inside Palestine					
7.8 Bank management target advertising campaigns to clients outside Palestine					
7.9 Bank management evaluate results of advertising effort on target market					
7.10 Bank management take into account the creative characteristics of advertisements					
7.11 Creativity is vital for motivating clients, thus will affect return on investment					
7.12 Bank management believe that advertising agencies act in the best interest of their principal (the bank)					
7.13 Bank management pay for advertising agencies in advance					
7.14 Bank management do advertising message design					
7.15 "How to convey the message" is vital for bank management					
7.16 Emotional advertising is a way to increase the involvement					
7.17 Bank management take into account the hidden power of emotive advertising					
7.18 Bank management consider rational advertising as better than emotional advertising					

7.19 Bank management use attention, interest, desire, and action to help guide message planning					
---	--	--	--	--	--

7.20 Which of the following terms should be taken into consideration while planning and implementing your advertising message? (choose what is relevant and put in order according to importance)

- Credibility ()
- Memorability ()
- Personal involvement ()
- Likability ()
- Category feelings ()
- Brand presence ()
- Partner quality ()
- Novelty ()

Please, fill in the blanks in the questions below?

7.21 Dollars spent on the advertising campaign annually _____

7.22 The average duration per year of advertising campaign _____

7.23 Experience of the people who plan, execute, and evaluate the advertising campaign (in years) _____

7.24 Number of (larger) words on the last advertisement _____

7.25 Number of concepts presented on the last advertisement _____

7.26 The area of graphics display in magazines and/or newspapers _____

7.27 Number of emotional words on the last advertisement _____

7.28 Number of rational words on the last advertisement _____

7.29 The average number of bank annual advertisements in advertising media _____

Part Eight: Advertising Media

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
8.1 Bank management determine the size of target group and their characteristics in advertisements					
8.2 The time factor is vital when executing the advertising program by bank management					
8.3 Because of alternative media availability, comparison of media selection is a simple task					
8.4 Bank management decide on advertising budget before advertising media selection					
8.5 Bank managers are aware of the need to study: reach, frequency, and impact before media selection					
8.6 Bank management considered that knowing the media habits of clients is essential for deciding among alternatives					
8.7 Cost of media is essential for deciding on media selection					
8.8 Bank management use a single advertising media for all clients					

8.9 When new clients enter the market, it is necessary to continue advertising effort					
---	--	--	--	--	--

8.10 Which is the advertising medium that your bank management use by percentage? (Choose what is relevant and put in order according to importance) (Distribute 100% among the following media)

Advertising Media	Advertisement on							
	Personal Relation	Newspapers	Magazines	Radio	TV	Internet	Poster	Other. Please specify
Percentage (%)								

8.11 From your point of view, what is the importance of the following bases that bank management depend on when choosing proper advertising medium?

Choosing Base	Importance Degree				
	Very High	High	Average	Low	Very Low
Characteristics of bank services					
Knowledge and experience of bank staff					
Size of advertising budget allocation					
Nature of target market and target people					
Results of marketing researches on proper advertising medium					
Benefiting from foreign banks experience					
Others. Please specify?					

Please, fill in the blanks in the questions below?

8.12 Dollars spent on buying media annually _____

8.13 The average number of clients that bank wants to reach annually _____

8.14 The time of advertising of your bank is:

Media	The time		
	Morning	Noon	Evening
TV			
Radio			

Media	The time		
	Daily	Weekly	Monthly
Newspapers			
Magazines			

Part Nine: The Evaluation

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
9.1 Bank management evaluate results of bank advertising efforts					

9.2 Bank management allocate special percentage of advertising budget to evaluation					
9.3 Bank management evaluate advertising message on sample of target group					
9.4 Bank management evaluate advertising message during advertising campaigns execution					
9.5 Bank management evaluate effect of advertisement on the target group after completing advertising campaigns					
9.6 Bank management need to know the short term effect of advertising					
9.7 Bank management need to know the long term effect of advertising					

9.8 The following are of significant interest to advertisers of banking services	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
The use of technological advances					
Kinds of machines and equipment used					
Design of work and methods and techniques of advertising work					
Ability to work that acquired from learning, training, and practical experience					
Motivation to work and desire to do this work through physical and social conditions surrounding work					

9.9 From the tools you use in measuring the impact of advertisement: (choose what is relevant and put in order according to importance)

- Increasing sales size ()
- Increasing market share ()
- Increasing profits ()
- Others. Please specify? () _____

9.10 Which of the following reasons –from your point of view- affect results of bank advertising? (Choose what is relevant and put in order according to importance)

- Lack of financial resources ()
- Unavailability of qualified expertise inside the bank ()
- Unavailability of qualified expertise outside the bank ()
- Non-existence of realistic and scientific plan of bank advertisement ()
- Lack of clarity in bank advertising objectives and activities ()
- Bank management lack of faith in positive results of advertising efforts ()
- Others. Please specify? () _____

Please, fill in the blanks in the questions below?

9.11 Dollars spent on evaluation of the advertising campaign annually

9.12 Number of used methods for measuring advertising results _____

Thank You Very Much

بسم الله الرحمن الرحيم

السيد/السيدة: _____ المحترم/المحترمة

تحية طيبة و بعد:

الموضوع: استبيان لبحث علمي

يهدف هذا البحث إلى دراسة " بعض المعايير لتقييم كفاءة و فعالية الإعلان المصرفي في فلسطين" و ذلك كمتطلب لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال - جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، يقوم به الطالب/ محمد زيدان سالم و ذلك تحت إشراف الدكتور/ موسي حسب الرسول. نأمل التكرم بالإجابة علي أسئلة الاستبيان بدقة، حيث أن صحة نتائج هذا البحث تعتمد بالدرجة الأولى علي صحة اختياركم. مع العلم بأن المعلومات التي سنحصل عليها ستعامل بسرية تامة، و لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

و تفضلوا بقبول فائق الاحترام

بسم الله الرحمن الرحيم

الجزء الأول: معلومات عن البنك

- 1.1 اسم البنك: _____
- 1.2 سنة الإنشاء: _____
- 1.3 عدد الموظفين قبل انتفاضة الأقصى (قبل 2000م):
- 40-31 1-10 موظف 20-11 عامل 30-21 موظف 40-31 موظف
- 41 موظف فما فوق
- 1.4 عدد الموظفين بعد انتفاضة الأقصى (قبل 2000م):
- 40-31 1-10 موظف 20-11 عامل 30-21 موظف 40-31 موظف
- 41 موظف فما فوق
- 1.5 مبيعات البنك الشهرية قبل انتفاضة الأقصى (قبل 2000م):
- أقل من 20000 20000-40000 40000-60000 \$

1.0 مبيعات البنك الشهرية بعد انتفاضة الأقصى (قبل 2000م):
 61000-80000\$ 81000\$ فأكثر
 أقل من 20000\$ 40000-20000\$ 60000-41000\$
 61000-80000\$ 81000\$ فأكثر

الجزء الثاني: معلومات شخصية

- 2.1 المسمي الوظيفي:
 مالك/مدير البنك المدير م مدير تقني مدير علاقات عامة أخرى
- 2.2 عدد سنوات العمل في البنك:
 أقل من 2 سنة 3-2 5-4 أكثر من 5 سنة
- 2.3 عدد سنوات الخبرة الكلية:
 1-5 سنة 6-10 سنة 11-15 سنة 16-20 سنة أكثر من 21 سنة
- 2.4 العمر:
 21-30 سنة 31-40 سنة 41-50 سنة 51-60 سنة أكثر من 61 سنة
- 2.5 الجنس:
 ذكر أنثى
- 2.6 الحالة الاجتماعية:
 أعزب متزوج مطلق
- 2.7 مستوى التعليم:
 توجيهي أو أقل بكالوريوس ماجستير دكتوراه
- 2.8 ما هو تخصصك؟
 تجارة هندسة آداب علوم أخرى، من فضلك حدد؟
- 2.9 هل التحقت ببرنامج تدريبي من قبل في مجال الإعلان المصرفي؟
 نعم لا
- 2.10 إذا نعم، هل تستطيع التفرقة بين مفهومي كفاءة الإعلان المصرفي وفعالية الإعلان المصرفي؟
 نعم لا
- 2.11 من فضلك، عرف الكفاءة و عرف الفعالية؟

الجزء الثالث: تقييم المجيبين

- 3.1 من وجهة نظركم، ما هي أهداف مصرفكم؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)
 - الاستمرارية ()
 - زيادة المبيعات ()
 - زيادة الأرباح ()
 - زيادة العمالة ()

3.2 أي من العبارات التالية الأفضل لوصف طريقتك في التعاون مع زبائنك؟

- الزبون سيعاود الشراء، وإن لم يفعل فدائماً سيكون هناك زبائن جدد ()
- التركيز علي تقديم خدمات جيدة و بسعر مناسب ()
- البحث عن تلبية احتياجات و رغبات الزبائن مع تحقيق ربح ()

الجزء الرابع: البيئة الداخلية و الخارجية

غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة	علي الجمل التالية:
					لبنك لتقييم نقاط القوة و الضعف لكل قسم
					لبنك لمعرفة الفرص المتاحة و التحديات
					البنك مع البيئة الخارجية
					البنك المعلومات المأخوذة من البيئة المحيطة
					بنك بعملية التنبؤ للظروف التي ستحدث في
					لبنك
					بنك بعين الاعتبار ملامح البيئة الديموغرافية
					س لتطوير البرامج الإعلانية
					هارات التكنولوجيا و الأجهزة الحديثة في اتخاذ
					بالإعلان
					بنك بعين الاعتبار البيئة الاجتماعية مثل العائلة
					إعلانية
					البرنامج الإعلاني المصرفي علي تقييم البيئة
					تقدرات، القيم، و الأخلاق
					بيانات و المعلومات عن البيئة الاقتصادية مثل
					جمهور المستهدف لتطوير برنامج الإعلان
					البنك بعين الاعتبار التطوير في البيئة
					قوانين و التشريعات و مجموعات الضغط عند
					يتعلق بالإعلان

4.12 الرجاء وصف أسلوب البنك تجاه التغير في الإعلانات المصرفية من قبل المنافسين؟

- لا شيء ()
- مجارة المنافس في حالة نجاح إعلانه، و من ثم نقوم بتقليده ()
- تطوير العمل المصرفي باستمرار بهدف تحقيق الصدارة في السوق ()

4.13 أي من العبارات التالية الأفضل في وصف ردة فعل المصرف تجاه التغيرات في البيئة؟

					5.4 تضع إدارة البنك أهداف حقيقية وثابتة
					5.5 تغطي الأهداف الإعلانية فترة زمنية محددة
					5.6 تجمع الأهداف الإعلانية جميع أو جزء من الآتي: الانتباه، أن تكون مفهومة، أن تكون قابلة للتذكر، و
					5.7 تتغير أهداف الإعلان بما يتناسب و دورة حياة الخدمة
					5.8 تعتبر أهداف الإعلان معيار مناسب لقياس مخرجات الإعلان
					5.9 تقوم إدارة البنك بتعريف السوق المستهدف و خصائصه عند تطوير برنامج الإعلان المصرفي
					5.10 يعتبر الإخبار، الإقناع، و التذكير بالخدمات المصرفية من أهداف الإعلان
					5.11 يتم إشراك متخصصين عند اتخاذ القرارات الهامة المتعلقة بالسياسات التسويقية للبنك
					5.12 هناك ضرورة لأخذ السوق المستهدف بعين الاعتبار عند وضع أهداف الإعلان

- 5.13 من الأهداف الرئيسية للحملات الإعلانية التي تقومون بها؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)
- الإعلان عن خدمة مصرفية جديدة ()
 - حث النزيل علي معاودة شراء الخدمة ()
 - التركيز علي تشكيلة الخدمات المصرفية الحالية المقدمة للزبون ()
 - تحسين الصورة الذهنية عن الفندق ()
 - تدعيم و تنمية الخدمات المصرفية للمحافظة علي السوق الحالي أو زيادته ()
 - تزويد الزبون المرتقب بالبيانات و الأفكار المتعلقة بمزايا الخدمة الرئيسية ()
 - أخرى، من فضلك حدد؟

- 5.14 أي من الأهداف التالية يستخدمها قسم التسويق في البنك (يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)؟ و أي منهم يمكن قياسه بسهولة؟
- تنوع الخدمات () يمكن قياسه لا يمكن قياسه
 - زيادة المبيعات () يمكن قياسه لا يمكن قياسه
 - زيادة حجم الودائع () يمكن قياسه لا يمكن قياسه
 - زيادة التسهيلات الائتمانية () يمكن قياسه لا يمكن قياسه
 - زيادة عدد العملاء () يمكن قياسه لا يمكن قياسه
 - زيادة الأرباح () يمكن قياسه لا يمكن قياسه
 - زيادة السوق المستهدف () يمكن قياسه لا يمكن قياسه

5.15 ما هو متوسط الفترة الزمنية المحددة لتحقيق الأهداف الإعلانية المحددة مسبقاً؟

□ 1-3 أشهر □ 4-6 أشهر □ 7-9 أشهر □ 10-12 شهر □ أكثر من سنة

5.16 من هم المنافسون الرئيسيون للبنك الذي تعمل فيه؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

اسم البنك	بنك فلسطين	البنك التجاري الفلسطيني	بنك الاستثمار الفلسطيني	البنك الإسلامي العربي	بنك القدس للتنمية و الاستثمار	البنك العربي الفلسطيني للاستثمار	بنك فلسطين الدولي
ضع العلامة (X)							
اسم البنك	بنك الأقصى الإسلامي	بنك القاهرة عمان	البنك العربي	بنك الأردن	البنك العقاري المصري العربي	بنك الأردن و الخليج	البنك الأهلي الأردني
ضع العلامة (X)							
اسم البنك	البنك الأردني الكويتي	بنك الاتحاد للاذخار و الاستثمار	البنك الرئيسي للتنمية و الائتمان الزراعي	بنك ستاندرد تشارتر جرندلز	بنك HSBC الشرق الأوسط		
ضع العلامة (X)							

5.17 ما هو متوسط طول الفترة الزمنية التي يكون فيها الجمهور المستهدف معرض للرسالة الإعلانية؟
1- الجرائد

- رقم الصفحة _____
- عدد المرات _____
- مساحة الإعلان _____

2- المجلات

- رقم الصفحة _____
- عدد المرات _____
- مساحة الإعلان _____
- إعلان ملون أو إعلان أبيض و أسود _____

ج- التلفزيون

□ أقل من دقيقة □ 1-2 دقيقة □ 3-4 دقيقة □ 5-6 دقيقة □ أكثر من 6 دقائق

د- الإذاعة

□ أقل من دقيقة □ 1-2 دقيقة □ 3-4 دقيقة □ 5-6 دقيقة □ أكثر من 6 دقائق

5.18 في أي مرحلة من مراحل دورة حياة الخدمة توجد الخدمات التالية؟

المرحلة				نوع الخدمة
النهاية	النضوج	النمو	البداية	
				الودائع
				التسهيلات المباشرة مثل القروض
				التسهيلات غير المباشرة مثل الاعتمادات و الكفالات

				الصراف الآلي
				الفيزا كارت
				كردت كارت
				الحوالات الصادرة و الواردة
				الشيكات السياحية
				شيكات المدير
				البنك الناطق
				الخبزينة
				الأمانات الحديدية

5.19 متي بدأ البنك تقديم الخدمات التالية؟

أكثر من 25 شهر	التوقيت			نوع الخدمة
	19-24 شهر	13-18 شهر	7-12 شهر	
				الودائع
				التسهيلات المباشرة مثل القروض
				التسهيلات غير المباشرة مثل الاعتمادات و الكفالات
				الصراف الآلي
				الفيزا كارت
				كردت كارت
				الحوالات الصادرة و الواردة
				الشيكات السياحية
				شيكات المدير
				البنك الناطق
				الخبزينة
				الأمانات الحديدية

الجزء السادس: الموازنة المخصصة للإعلان

غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة	ما مدي موافقتكم علي الجمل التالية:
					6.1 تقوم إدارة البنك بتحديد موازنة سنوية للإعلان
					6.2 تنظر إدارة البنك إلي الإعلان علي أنه تكلفة أكثر منه استثمار
					6.3 تأخذ إدارة البنك الحصة السوقية بعين الاعتبار عند تحديد موازنة الإعلان
					6.4 تأخذ إدارة البنك أهمية المنافسة بعين الاعتبار عند تحديد موازنة الإعلان
					6.5 الإنفاق علي الإعلان يمكن أن يزيد المبيعات حتى في

					أوقات الركود الاقتصادي
					6.6 تأخذ إدارة البنك بعين الاعتبار واحد أو أكثر من الآتي: حجم البنك، نوعية الخدمات، و توفر الأموال اللازمة عند تحديد موازنة الإعلان
					6.7 تحدد إدارة البنك موازنة الإعلان حسب دورة حياة الخدمة
					6.8 هناك أهمية لأخذ التكلفة، تصميم الرسالة، و نوعية الوسيلة الإعلانية بعين الاعتبار عند تحديد موازنة الإعلان
					6.9 تعتبر إدارة البنك أن موازنة الإعلان يجب أن تعتمد علي المبيعات السابقة
					6.10 تستخدم إدارة البنك نماذج كمية رياضية لتسهيل تخطيط الإعلان، تخصيص الموازنة، و تحليل الوسائل المتاحة
					6.11 تدفع إدارة البنك لوكالات الإعلان حسب جودة الخدمات التي تقدمها هذه الوكالات
					6.12 تدفع إدارة البنك لوكالات الإعلان حسب كمية الخدمات التي تقدمها هذه الوكالات

6.13 ما هو الأساس-من وجهة نظركم-الذي يجب الاعتماد عليه عند تحديد موازنة الإعلان؟

- تقدير شخصي (خبرة المدير المسئول و شعوره باتجاهات السوق) ()
- نسبة مئوية من الإيرادات المتوقعة ()
- نسبة مئوية من مبيعات السنوات الماضية ()
- التقدير علي أساس ما يفعله المنافسون ()
- التقدير بناء علي خصائص الخدمة المصرفية المعلن عنه ()
- التقدير بناء علي القطاعات المستهدفة ()
- التقدير بناء علي نتائج بحوث التسويق حول الأساس المناسب ()
- أخرى...من فضلك حدد؟

الجزء السابع: الرسالة الإعلانية

كم علي الجمل التالية:					
موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة	
					رعة البنك الحملات الإعلانية
					ة البنك بوضع عدة بدائل للرسالة الإعلانية
					البنك البدائل لتحديد الرسالة الإعلانية
					ة البنك علي تنفيذ الرسالة الإعلانية
					ة لأخذ المسؤولية الاجتماعية بعين الاعتبار
					دارة البنك وكالات الإعلان المحلية لتحرير
					ية
					دارة البنك وكالات الإعلان العالمية لتحرير
					ية
					وجه إدارة البنك الجهود الإعلانية داخل

					وجه إدارة البنك الجهود الإعلانية خارج
					رة البنك مدي تأثير الرسالة الإعلانية علي
					دفع
					نجزء مهم لتحفيز العملاء للتأثير إيجابيا علي
					بي الاستثمار
					رة البنك أن وكالات الإعلان تقوم بتنفيذ
					شأن الإعلان المصرفي
					رة البنك لوكالات الإعلان بشكل مسبق
					رة البنك بتصميم الرسالة الإعلانية
					فد الرسالة " سؤال مهم لإدارة البنك
					علان العاطفي طريقة لزيادة الولاء و
					رة البنك القوة المخفية للإعلان العاطفي
					رة البنك الإعلان العقلاني أفضل من
					بي
					إدارة البنك الانتباه، المتعة، الرغبة، و
					ددة في تخطيط الرسالة الإعلانية

- 7.20 أي من المفاهيم التالية يأخذها البنك بعين الاعتبار عند تخطيط و تنفيذ الرسالة الإعلانية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)
- إمكانية التصديق credibility ()
 - عدم النسيان memorability ()
 - التورط الشخصي personal involvement ()
 - جدير بالمحبة likeability ()
 - الإحساس أو الشعور الفئوي category feelings ()
 - الطلعة المؤثرة brand presence ()
 - الجودة partner quality ()
 - شيء جديد novelty ()

برجاء الإجابة علي الأسئلة التالية:

7.21 المبلغ المصروف علي الحملات الإعلانية سنويا بالدولار الأمريكي

7.22 متوسط المدة الزمنية للحملات الإعلانية سنويا

7.23 خبرة المتخصصين الذين يقومون بالتخطيط، التنفيذ و التقييم

للحملات الإعلانية (بالسنة)

7.24 عدد الكلمات الكبيرة في آخر إعلان قام به البنك

7.25 عدد المفاهيم الموجودة في آخر إعلان قام به البنك

- 7.26 مساحة الأشكال و الرسوم المعروضة في المجلات و/أو الجرائد في
آخر إعلان قام به البنك _____
- 7.27 عدد الكلمات العاطفية في آخر إعلان قام به البنك _____
- 7.28 عدد الكلمات العقلانية في آخر إعلان قام به البنك _____
- 7.29 متوسط عدد الإعلانات السنوية للبنك في الوسائل الإعلانية المختلفة

الجزء الثامن: الوسيلة الإعلانية

كم علي الجمل التالية:					
بشدة موافق	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة	
					عند حجم الفئة المستهدفة و خصائصها عند الإعلانية
					عند تنفيذ البرنامج الإعلاني من
					الوسائل الإعلانية المختلفة، تكون عملية اختيار الوسيلة الإعلانية المناسبة مهمة سهلة
					البنك قرارا بشأن موازنة الإعلان قبل اختيار
					البنك بعين الاعتبار الحاجة لدراسة: الوصول، قبل اختيار الوسيلة الإعلانية
					البنك أن معرفة عادات العملاء ضرورية لاتخاذ وسائل الإعلانية المختلفة و المتاحة
					الوسيلة الإعلانية مهمة لاتخاذ القرار بشأن الإعلانية
					إدارة البنك وسيلة إعلانية واحدة للإعلان الواحد
					لعملاء جدد للسوق، تكون هناك حاجة لجهود إعلانية

8.10 ما مدي استخدام كل وسيلة من الوسائل الإعلانية التالية المستخدمة
لديكم بالنسبة المئوية؟ (توزع 100% علي الخدمات التالية)

إعلان في:								الوسيلة الإعلانية
أخرى.. ما هي؟	المص قات	الانتر نت	التلفزي ون	الإذاع ة	المج لات	الجرا ئد	العلاقات الشخصية	
								النسبة المئوية %

8.11 ما هي-من وجهة نظركم- درجة أهمية الأسس التالية التي يتم بناء
عليها اختيار الوسيلة الإعلانية المناسبة؟

درجة الأهمية					أساس الاختيار
مرتفعة جدا	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفضة	

جدا	ضمة	طمة	ة		
					خدمة المصرفية المعلن عنه
					خصية للمسؤولين
					صص للإعلان و الموارد المالية
					وق المستهدف و المستهدفين
					التسويق حول الوسيلة
					من تجارب الدول الرائدة
					فضلك حدد؟

برجاء الإجابة علي الأسئلة التالية:

8.12 المبلغ المصروف علي شراء الوسائل الإعلانية المستخدمة سنويا
(بالدولار) _____

8.13 متوسط عدد العملاء الذي يريد البنك الوصول إليه سنويا

8.14 ما توقيت الإعلان الذي يستخدمه البنك في كل من الوسائل الإعلانية
التالية:

التوقيت			الوسيلة
مساء	ظهرا	صباحا	
			التلفزيون
			الإذاعة

التوقيت			الوسيلة
شهري	أسبوعي	يومي	
			الجرائد
			المجلات

الجزء التاسع: التقييم

غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة	كم علي الجمل التالية:
					ة البنك بعملية تقييم لنتائج المجهود
					ارة البنك نسبة معينة من موازنة الإعلان
					ة البنك بتقييم الرسالة الإعلانية علي عينة تهدفة
					ة البنك بتقييم الرسالة الإعلانية أثناء تنفيذ ية
					ة البنك بتقييم أثر الإعلان علي الفئة

					انتهاء الحملة الإعلانية
					ة البنك لمعرفة مدى التأثير قصير المدى
					ة البنك لمعرفة التأثير بعيد المدى للإعلان

غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة	9.8 ما مدي موافقتكم علي العبارات التالية و أهميتها للمعلنين في مجال الخدمات المصرفية:
					استخدام التكنولوجيا المتطورة
					نوعية الأجهزة و الماكينات المستخدمة
					تصميم العمل و الأساليب و الطرق في مجال الإعلان
					القدرة علي العمل و التي مأخوذة من التعلم، التدريب و الخبرة العملية
					الدافعية للعمل و الرغبة في العمل من خلال الظروف الطبيعية و الاجتماعية المحيطة بالعمل

- 9.9 من الأدوات المستخدمة في قياس أثر الإعلان لدى إدارة البنك: (يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)
- حجم المبيعات ()
 - زيادة الحصة السوقية ()
 - زيادة الأرباح ()
 - أخرى... من فضلك حددي؟ ()

- 9.10 أي من الأسباب التالية -من وجهة نظركم- تؤثر علي نتائج الإعلان لديكم؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)
- عدم كفاية المخصصات المالية ()
 - عدم توافر الخبرات البشرية المؤهلة داخل البنك ()
 - عدم توافر الخبرات البشرية المؤهلة خارج البنك ()
 - عدم وضع خطة علمية و عملية للإعلان المصرفي ()
 - عدم وضوح أهداف و أنشطة الإعلان المصرفي ()
 - عدم إيمان إدارة البنك بالنتائج الإيجابية للمجهود الإعلاني ()
 - أسباب أخرى (اذكرها من فضلك)

برجاء الإجابة علي الأسئلة التالية؟
9.11 المبلغ المصروف علي تقييم الحملات الإعلانية سنويا بالدولار الأمريكي _____

9.12 عدد الطرق المستخدمة لقياس نتائج الإعلان _____

شكرا لحسن تعاونكم

Appendix B
Advertising Agency Questionnaire

Dear Sir, Madame

Greetings:

Subject: questionnaire for a study

This study is for “some parameters for measuring advertising efficiency and effectiveness in the Palestinian banking sector”. It is considered as a requirement to achieve a PhD degree in business at the Sudan University of Science and Technology, that the student Mohammad Zedan Salem is doing under the supervision of Dr. Mousa Hasab Alrasoul.

I will be very pleased if you kindly answer the questions below by putting your check/cross mark on the space provided.

Your honest opinion in answering the following questions will be much appreciated. Rest assured that all your answers will be treated confidentially and will only be used for the purpose of this study.

Thank you very much

The researcher

Part One: Information about Agency

1.4 Name of the agency: _____

1.5 Establishment year of the agency: _____

1.6 Number of the present employees: _____

1.7 Number of bank advertisements the agency executes every year: _____

Part Two: Personal Information (Profile of the Respondents)

2.12 Position held: _____

2.13 Number of years in position:

Less than 2 years 2-3 years 4-5 years above 5 years

2.14 Work experience:

1-5 years 6-10 years 11-15 years 16-20 years

21 years and above

2.15 Age:

21-30 years 31-40 years 41-50 years 51-60 years

61 years and above

2.16 Gender:

Male female

2.17 Marital status:

Single married divorced

2.18 Educational attainment:

Higher school or lower Diploma Bachelor Master Ph.D.

2.19 What was your major?

Commerce engineering art science others, please specify? ____

Part Three: External and Internal Environment

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
3.1 Our agency should evaluate strengths and weaknesses of each bank periodically.					
3.2 Our agency should identify the opportunities and threats.					
3.3 Our agency adapts themselves to the external environment.					
3.4 Our agency reviews information derived from the environment continuously.					
3.5 Our agency forecast conditions that will exist within a bank's environment at some future time.					

Part Four: Bank Advertising Objectives

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
4.1 Our agency helps bank management in defining the advertising objectives carefully.					
4.2 Our agency helps bank management in defining target market and motives.					
4.3 In general, most of bank advertising objectives are stated in clear, precise, and measurable terms.					
4.4 Our agency thinks that bank management set realistic goals and need to be consistent.					
4.5 Advertising objectives cover a specified time period.					
4.6 Our agency takes competition into consideration					

Part Five: Advertising Budget Allocation

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
5.1 Our agency participates with bank management in determining annual advertising budget					

5.2 Bank management pay reasonable fees for advertising agency to do their work well					
5.3 Bank management pay advertising agencies according to quality of services					
5.4 Bank management pay advertising agencies according to quantity of services					
5.5 Both quality and quantity are being considered in determining advertising fees					

Part Six: Advertising Message

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
6.1 Our agency plans and executes advertising campaigns					
6.2 Creativity is vital for motivating clients, thus will affect return on investment					
6.3 Bank management pay for advertising agencies in advance					
6.4 Our agency designs advertising message					
6.5 "How to convey the message" is the core of our advertising effort					
6.6 Emotional advertising is a way to increase customer's involvement					
6.7 Our agency considers rational advertising to be more better than emotional advertising					
6.8 As an advertising agency we use concepts such as attention, interest, desire, and action to help guide message planning					

Part Seven: Advertising Media

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
7.1 Our agency chooses the advertising media					
7.2 The time factor is vital when executing our advertising program					
7.3 Due to availability of a number of media, comparison before selection is difficult task					
7.4 Our agency selects advertising media according to advertising budget					
7.5 Cost of media is most essential in deciding on media selection					
7.6 Advertising agency uses a single advertising media for all clients					

Part Eight: The Evaluation

To what extent do you agree or disagree with the following statements	Strongly agree	agree	No opinion	disagree	Strongly disagree
8.1 Our agency evaluates results of bank advertising efforts					
8.2 Our agency allocates special percentage of advertising budget to evaluation of campaign result					
8.3 Our agency evaluates advertising message on sample of target group					
8.4 Our agency evaluates advertising message during our campaigns execution					
8.5 Our agency evaluates effect of advertisement on our target group after completing advertising campaigns					
8.6 Our agency needs to know the short term effect of an advertising campaign					
8.7 Our agency needs to know the long term effect of an advertising campaign					

Thank You Very Much

بسم الله الرحمن الرحيم

السيد/السيدة: _____ المحترم/المحترمة

تحية طيبة و بعد: الموضوع: استبيان لبحث علمي

يهدف هذا البحث إلي دراسة " بعض المعايير لتقييم كفاءة و فعالية الإعلان المصرفي في فلسطين " و ذلك كمتطلب لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال - جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، يقوم به الطالب/ محمد زيدان سالم و ذلك تحت إشراف الدكتور/ موسى حسب الرسول. نأمل التكرم بالإجابة علي أسئلة الاستبيان بدقة، حيث أن صحة نتائج هذا البحث تعتمد بالدرجة الأولى علي صحة اختياركم. مع العلم بأن المعلومات التي سنحصل عليها ستعامل بسرية تامة، و لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

و تفضلوا بقبول فائق الاحترام

الباحث

الجزء الأول: معلومات عن وكالة الإعلان

- 1.1 اسم الوكالة: _____
- 1.2 سنة الإنشاء: _____
- 1.3 عدد الموظفين الحاليين: _____
- 1.4 متوسط عدد الإعلانات المصرفية التي تنفذها الوكالة سنويا: _____

الجزء الثاني: معلومات شخصية

- 2.4 المسمي الوظيفي: _____
- 2.5 عدد سنوات العمل في الوكالة:
 أقل من 2 س 3-2 س 4-5 س أكثر من 5 سنة
- 2.6 عدد سنوات الخبرة الكلية:
 1-5 سنة 6-10 سنة 11-15 سنة 16-20 سنة أكثر من 21 سنة
- 2.4 العمر:
 21-30 سنة 31-40 سنة 41-50 سنة 51-60 سنة أكثر من 61 سنة
- 2.5 الجنس:
 ذكر أنثي
- 2.12 الحالة الاجتماعية:
 أعزب متزوج مطلق

2.13 مستوى التعليم: توجيهي أو أقل بكالوريوس ماجستير دكتوراه

2.14 ما هو تخصصك؟ تجارة هندسة آداب علوم أخرى، من فضلك حدد؟ _____

الجزء الثالث: البيئة الداخلية و الخارجية

ما مدى موافقتكم علي الجمل التالية:					موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
3.1 تقوم وكالة الإعلان بتقييم نقاط القوة و الضعف لكل بنك بشكل دوري									
3.2 تعمل وكالة الإعلان علي معرفة الفرص المتاحة و التحديات									
3.3 تتأقلم وكالة الإعلان مع البيئة الخارجية									
3.4 تراجع وكالة الإعلان المعلومات المأخوذة من البيئة المحيطة باستمرار									
3.5 تقوم وكالة الإعلان بعملية التنبؤ للظروف التي ستحدث في المستقبل داخل البنك									

الجزء الرابع: أهداف الإعلان المصرفي

ما مدى موافقتكم علي الجمل التالية:					موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
4.1 تقوم وكالة الإعلان بمساعدة إدارة البنوك علي تعريف الأهداف الإعلانية بعناية									
4.2 تساعد وكالة الإعلان إدارة البنوك في تعريف السوق المستهدف									
4.3 بشكل عام، معظم الأهداف الإعلانية المصرفية تكون واضحة و محددة و قابلة للقياس									
4.4 تعتقد وكالة الإعلان أن إدارة البنوك تضع أهداف إعلانية حقيقية و ثابتة									
4.5 تغطي الأهداف الإعلانية فترة زمنية محددة									
4.6 تأخذ وكالة الإعلان المنافسة بعين الاعتبار									

الجزء الخامس: الموازنة المخصصة للإعلان

ما مدي موافقتكم علي الجمل التالية:					موافق بشدة	موافق	لا رأي	غير موافق	غير موافق بشدة
5.1 تشارك وكالة الإعلان إدارة البنك بتحديد موازنة سنوية للإعلان									
5.2 تقوم إدارة البنوك بدفع أموال كافية لوكالة الإعلان للقيام بعملها بشكل جيد									
5.3 تدفع إدارة البنك لوكالات الإعلان حسب جودة الخدمات التي تقدمها هذه الوكالات									
5.4 تدفع إدارة البنك لوكالات الإعلان حسب كمية الخدمات									

					التي تقدمها هذه الوكالات
					5.5 تؤخذ كمية و نوعية الخدمات بعين الاعتبار عند تحديد المقابل المادي لوكالة الإعلان

الجزء السادس: الرسالة الإعلانية

غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة	ما مدي موافقتكم علي الجمل التالية:
					6.1 تخطط و تنفذ وكالة الإعلان الحملات الإعلانية للبنوك
					6.2 الإبداع جزء مهم لتحفيز العملاء للتأثير إيجابيا علي معدل العائد علي الاستثمار
					6.3 تدفع إدارة البنك لوكالات الإعلان بشكل مسبق
					6.4 تقوم وكالة الإعلان بتصميم الرسالة الإعلانية
					6.5 "كيف ننفذ الرسالة" سؤال مهم و جوهري لتطوير الجهد الإعلاني
					6.6 يعتبر الإعلان العاطفي طريقة لزيادة ولاء و انتماء الزبائن
					6.7 تعتبر وكالة الإعلان أن الإعلان العقلاني أفضل من الإعلان العاطفي
					6.8 تستخدم وكالة الإعلان الانتباه، المتعة، الرغبة، و التنفيذ للمساعدة في تخطيط الرسالة الإعلانية

الجزء السابع: الوسيلة الإعلانية

غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة	ما مدي موافقتكم علي الجمل التالية:
					7.1 تختار وكالة الإعلان الوسيلة الإعلانية المناسبة
					7.2 يعتبر التوقيت عامل مهم عند تنفيذ البرنامج الإعلاني من قبل وكالة الإعلان
					7.3 بسبب توفر الوسائل الإعلانية المختلفة، تكون عملية المفاضلة في اختيار الوسيلة الإعلانية المناسبة مهمة صعبة
					7.4 تختار وكالة الإعلان الوسيلة الإعلانية المناسبة حسب الموازنة المخصصة للإعلان
					7.5 تعتبر تكلفة الوسيلة الإعلانية مهمة لاتخاذ القرار بشأن اختيار الوسيلة الإعلانية
					7.6 تستخدم وكالة الإعلان وسيلة إعلانية واحدة لجميع الزبائن

الجزء الثامن: التقييم

غير موافق بشدة	غير موافق	لا رأي	موافق	موافق بشدة	كم علي الجمل التالية:
					ة الإعلان بعملية تقييم لنتائج الجهود
					وكالة الإعلان نسبة معينة من موازنة الإعلان

					ة الإعلان بتقييم الرسالة الإعلانية علي المستهدفة
					ة الإعلان بتقييم الرسالة الإعلانية أثناء الإعلانية
					ة الإعلان بتقييم أثر الإعلان علي الفئة انتهاء الحملة الإعلانية
					ة الإعلان لمعرفة مدى التأثير قصير المدى علانية
					ة الإعلان لمعرفة التأثير بعيد المدى علي ة

شكرا لحسن تعاونكم

Appendix C **Clients' Questionnaire**

Dear Sir, Madame

Greetings:

Subject: questionnaire for a study

This study is for “some parameters for measuring advertising efficiency and effectiveness in the Palestinian banking sector”. It is considered as a requirement to achieve a PhD degree in business at the Sudan University of Science and Technology,

that the student Mohammad Zedan Salem is doing under the supervision of Dr. Mousa Hasab Alrasoul.

I will be very pleased if you kindly answer the questions below by putting your check/cross mark on the space provided.

Your honest opinion in answering the following questions will be much appreciated. Rest assured that all your answers will be treated confidentially and will only be used for the purpose of this study.

Thank you very much

The researcher

Part One: Personal Information

1.1 Age:

Less than 30 years 31-40 years 41-50 years 51-60 years 61 years

and more

1.2 Gender:

Male Female

1.3 My job is:

Public sector employee Private sector employee
 Unemployed businessman labor others, please specify _____

1.4 Educational attainment:

High school or lower Diploma Bachelor Master
 Ph.D.

1.5 The period of the present dealing with my bank:

Less than one year 1-3 years 4 years and more

1.6 The average number of times I visit my bank every month:

one time two times three times four times five times and more

1.7 I deal with:

One bank two banks three banks and more

1.8 My account(s) in bank is (you can choose more than one answer):

Current account saving account time deposit loans

Overdraft letter of credit or letter of guarantee

1.9 The advertising message affects your purchase decision making? (give percentage such as 7%, 20%, ...etc.) _____

1.10 Which of the following services you are used? And when you start using it?

Kind of services	Put sign (X) for the services you are used	The period in (months)
Deposits		
Direct credit facilities such as loans		
Indirect credit facilities such as letter of credit and letter of guarantee		
ATM machine		
Visa card		
Credit card		
Transfer and remittance		
Travel checks		
Manager checks		
Call bank		
Treasury		
Save box		

Part Two: Questions Related to Bank Advertising Message

How do I feel about the following?

2.1 I think that the content of bank advertising message was:

Very good good fair poor very poor

2.2 I think that the time of bank advertising message was:

Very good good fair poor very poor

2.3 I think that bank advertisement was honest after I started dealing with the bank.

Strongly agree agree no opinion disagree strongly disagree

2.4 I think that the present bank advertising campaigns are:

Very good good fair poor very poor

2.5 I remember the last three bank advertisements?

Yes no

2.6 I was elected by the bank management to evaluate advertising message to determine the range of advertising message efforts.

Yes no

2.7 I think that the advertising message contains one or more of the following elements.... (You can choose more than one answer)

Attraction ()

Attention ()

Influence ()

Persuasion ()

Motivation ()

Provocation ()

Part Three: Questions Related to Bank Advertising Media:

How do I feel about the following?

3.1 I think that advertising media used by the bank were:

Very good good fair poor very poor

3.2 In general, I think that there is a positive effect of proper advertising media on the potential client.

Strongly agree agree no opinion disagree strongly disagree

3.3 How did I come to know about the bank I deal with? (You can choose more than one answer)

Advertisement on

Advertising media	Newspapers	Magazines	Radio	TV	Internet	Poster	Personal relation	Other, please specify
Put the sign (X)								

3.4 What is the proper advertising media that I prefer to read or hear or watch advertisement through it by percentage? (You can choose more than one answer)
(Distribute 100% among the following media)

	Advertisement on							
Advertising media	Newspapers	Magazines	Radio	TV	Internet	Poster	Personal relation	Other, please specify
Percentage (%)								

3.5 What are the reasons that persuaded me for making my above choice among the media? (Choose and put in order according to importance)

- Good design ()
- Satisfaction of my wants and needs ()
- Simplicity ()
- Proper timing ()
- Others, please specify? () _____

3.6 Put the following media in descending order according to your watching, reading, and listening habits?

- Newspapers ()
- Magazines ()
- Radio ()
- TV ()
- Internet ()
- Poster ()
- Personal relation ()
- Other, please specify? () _____

Thank You Very Much

بسم الله الرحمن الرحيم

السيد/السيدة: _____ المحترم/المحترمة

تحية طيبة و بعد:

الموضوع: استبيان لبحث علمي

يهدف هذا البحث إلي دراسة " بعض المعايير لتقييم كفاءة و فعالية الإعلان المصرفي في فلسطين" و ذلك كمتطلب لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال - جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا، يقوم به الطالب/ محمد زيدان سالم و ذلك تحت إشراف الدكتور/ موسي حسب الرسول. نأمل التكرم بالإجابة علي أسئلة الاستبيان بدقة، حيث أن صحة نتائج هذا البحث تعتمد بالدرجة الأولى علي صحة اختياركم. مع العلم بأن المعلومات التي سنحصل عليها ستعامل بسرية تامة، و لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

و تفضلوا بقبول فائق الاحترام

الباحث

بسم الله الرحمن الرحيم

الجزء الأول: معلومات شخصية

- 1.1 العمر: أقل من 30 سنة 30-40 سنة 40-50 سنة 50-60 سنة أكثر من 61 سنة
- 1.2 الجنس: ذكر أنثي
- 1.3 الوظيفة:

- موظف في القطاع العام موظف في القطاع الخاص تاجر
 عامل
 عاطل عن العمل آخري، من فضلك حدد؟ _____
- 1.4 المؤهل العلمي.
 توجيهي أو أقل دبلو بكالوريوس ماجستير دكتوراه
- 1.5 المدة الزمنية التي تعاملت و ما زلت مع البنك الحالي:
 أقل من سنة واحد 1-3 سنو 4 سنوات فما فوق
- 1.6 متوسط عدد المرات التي أقوم فيها بزيارة البنك شهريا:
 مرة واحد مرتين ثلاث مرات أربع مرات خمس مرات فما
 فوق
- 1.7 أتعامل مع:
 بنك واحد بنكين ثلاثة بنوك فما فوق
- 1.8 حسابي في البنك هو:
 حساب جاري حساب توفير وديعة لأجل قرض
- حساب جاري مدين اعتماد مستندي و/أو كفالة
- 1.9 هل تؤثر الرسالة الإعلانية علي قرارك في شراء الخدمات
 المصرفية؟ (برجاء إعطاء نسبة مئوية مثل 7%، 20% ... الخ)
- 1.10 أي من الخدمات التالية تستخدم؟ و متي بدأت استخدامها؟

الفترة الزمنية بالشهور	ضع علامة (x) للخدمة التي تستخدمها	نوع الخدمة
		الودائع
		التسهيلات المباشرة مثل القروض
		التسهيلات غير المباشرة مثل الاعتمادات و الكفالات
		الصراف الآلي
		الفيزا كارت
		كردت كارت
		الحوالات الصادرة و الواردة
		الشيكات السياحية
		شيكات مدير
		البنك الناطق
		الخبزينة
		الأمانات الحديدية

-الجزء الثاني: قياس الاتجاهات- أسئلة متعلقة بالرسالة الإعلانية للبنك

ما هو شعوري مما يأتي:

- 2.1 أعتقد أن صياغة و محتوى الرسالة الإعلانية للبنك كانت:
 جيدة جدا جيدة متوسطة رديئة رديئة جدا
- 2.2 أعتقد ان توقيت الرسالة الإعلانية للبنك كان:

- 2.3 جيد جدا جيد متوسط رديء رديء جدا
أعتقد أن الإعلان المصرفي كان صادقا بعد تعاملي مع البنك:
- 2.4 موافق بشدة موافق لا رأء غير موافق غير موافق بشدة
أعتقد أن الحملات الإعلانية التي يقوم بها البنك حاليا:
- 2.5 جيدة جدا جيدة متوسطة رديئة رديئة جدا
أتذكر آخر ثلاث إعلانات للبنك الذي أتعامل معه:
- 2.6 نعم لا
كنت أحد الأشخاص الذين قامت إدارة البنك بتقييم الرسالة الإعلانية عليهم لتحديد مدى فعالية الرسالة الإعلانية:
- 2.7 نعم لا
أعتقد أن الرسالة الإعلانية احتوت علي واحد أو أكثر من العناصر التالية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)
- () الجذب
() الانتباه
() الحث
() الإقناع
() الحوافز
() الإثارة

-الجزء الثالث: قياس الاتجاهات-أسئلة متعلقة بالوسيلة الإعلانية للبنك

ما هو شعوري مما يأتي:

- 3.1 جيدة جدا جيدة متوسط رديء رديئة جدا
أعتقد أن الوسيلة الإعلانية التي استخدمها البنك كانت:
- 3.2 موافق بشدة موافق لا رأء غير موافق غير موافق بشدة
بشكل عام، أعتقد أن هناك تأثير إيجابي للوسيلة الإعلانية المناسبة علي الزبون المرتقب

- 3.3 ما هي الوسيلة الإعلانية التي تعرفت من خلالها علي البنك الذي أتعامل معه؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

إعلان في:							الوسيلة الإعلانية
أخرى.. ما هي؟	الملمصقات	الانترنت	التلفزيون	الإذاعة	المجلات	الجرائد	العلاقات الشخصية
							ضع علامة (X)

- 3.4 ما هي الوسيلة الإعلانية المناسبة التي أفضلها لقراءة أو سماع أو رؤية الإعلانات المصرفية بالنسبة المئوية؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)(توزع 100% علي الخدمات التالية)

إعلان في:

أخرى.. ما هي؟	الملصقات	الانترنت	التلفزيون	الإذاعة	المجلات	الجرائد	العلاقات الشخصية	الوسيلة الإعلانية
								النسبة المئوية %

3.5 ما هي الأسباب التي أدت إلي إقناعي بالوسيلة الإعلانية السابقة؟
(يمكن اختيار أكثر من إجابة مع الترتيب)

- التصميم الجيد ()
- تلبية احتياجاتي و رغباتي ()
- البساطة ()
- التوقيت المناسب ()
- أخرى... من فضلك حدد؟ ()

3.6 رتب الوسائل الإعلانية التالية ترتيبا تنازليا حسب عادات مشاهدتك،
قراءتك، و استماعك؟

- العلاقات الشخصية ()
- الجرائد ()
- المجلات ()
- الإذاعة ()
- التلفزيون ()
- الانترنت ()
- الملصقات ()
- أخرى، من فضلك حدد؟ ()

شكرا لحسن تعاونكم

Appendix D Questions List of Structured Interviews

- 1- Is there a marketing department or marketing manager inside the bank (bank branch)?

2- If there is no marketing department or marketing manager inside the bank, who undertakes by marketing job?

3- What is the percentage of annual sales that bank management allocates for advertising?