

الإهداء

" اللهم صلي على سيدنا محمد

في الأولين والآخرين "

أهدي هذا الجهد المتواضع

الي روح أمي وأبي (حسينة وعباس)

اللّٰهُمَّ أَرْحَمَهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا

والي روح شيعي وأبي (خوجلي مالك)

اللّٰهُمَّ أَرْحَمَهُ كَمَا عَلَّمَنِي كَبِيرًا

"وصلي اللهم

على سيدنا محمد

وعلى آله وصحبه وسلم"

شكر وعرفان

الحمد لله، العالم بكل شيء، مصدر وسبب كل علم،
الذي اختص عباده الصالحين بعلمٍ وحكمة من لدنه.
الحمد لله القادر على كل شيء، له الأمر من قبل ومن بعد، وما توفيقي إلا بالله.
أجدني كثير الشكر والتقدير لإدارة وهيئة التدريس والعاملين
بالمعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية
أخص منهم بالشكر والتقدير والعرفان أسرة مكتبة المعهد
وجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
وبنك الشمال الإسلامي خاصة أحابي وزملائي في إدارة التقنية والتسويق
وأود أن اعبر عن امتناني وتقديري الخاص
للدكتور/ ضياء الدين عبدالباسط عبدالماجد
الذي تعلمت منه كثيراً ولتشجيعه الدائم لي، ولإشرافه الفاعل على هذا البحث
شكري الخاص أيضاً لأسرتي على تشجيعهم وتحملهم لي
وأحي زملائي في دراسة الماجستير الذين شجعوني بإجتهدهم ومثابرتهم
رغم سنين عمري العديدة
أتمني من الله أن يجد هذا العمل من ينتفع به،،،

Acknowledgement

Praise be to Allah, the Ultimate Omniscient,
The original, and only source and cause of knowledge,
who favored his worshippers with knowledge from his knowledge and wisdom.

Thanks to Allah, the Omnipotent,
He Who have full authority & power.
On Allah we trust & depend,

I am most grateful to the staff-members of :
The High Institute for Banking & Financial Studies,
To the staff-members of the Library,
To Sudan University for Sciences & Technology.
To Al-Shamal Islamic Bank,
specially my Beloved colleagues in IT & Marketing department.

I wish to Express my Special Gratitude to :

Dr. Diya Edin Abdel Basit Abdel Magid

from whom I learned much and really benefited in many ways,
and for his active supervision of this research

My special greetings to my fellow colleagues in the Master's Study
My very special thanks to my family for their patience and their encouragement

I beseech Allah that this work will be of some benefit some how, to someone,,,

المستخلص

هذا بحث عملي عن التسويق المصرفي المعتمد على التقنية المصرفية الحديثة, وعن كيفية تقديم الخدمات المصرفية إلكترونياً, وعن كيفية إدارة العملية التسويقية إعتماًداً على نظم المعلومات المصرفية وبحوث التسويق, كمصادر أساسية لتدفق المعلومات. عمل البحث على توضيح أن إستعمال التقنية الحديثة وأساليب الربط والشبكات أتاح مركزية المعلومات, الأمر الذي ساعد على اكتشاف إمكانيات جديدة يختص بها التسويق المصرفي, فتغير بذلك أسلوب التعامل المصرفي. وبين هذا البحث الإمكانيات الهائلة التي تتيحها النظم التقنية الحديثة, خاصة عند التحول من التسجيل اليدوي للبيانات إلى التسجيل الإلكتروني, فيستفاد من العديد من الميزات التي أهمها الدقة والجودة والمرونة في التطبيق, الربط البعيد والقريب عن طريق الشبكات لتوفير وسيلة جديدة لتوزيع وتقديم الخدمات المصرفية, ومركزية المعلومات التي تعمل على توفير لحظي للمعلومات للأغراض الإدارية ولأغراض خدمة الزبائن, والسرعة والشمولية والقدرة الهائلة على التخزين والإسترجاع والبحث والإستعلام.

قام البحث بدراسة نموذج بنك الشمال الذي عمل على دمج إدارتي التقنية والتسويق, كإستراتيجية تهدف إلى تطوير أساليب تقديم وتسويق الخدمات المصرفية. و لبيان الإمكانيات الناتجة عن دمج بحوث التسويق ونظم المعلومات, تم إستبيان عينة من عملاء المصرف, بحثاً عن درجة الرضا لديهم, وعن آثار تطبيق التقنيات المصرفية ومدى قبولهم وتفضيلاتهم لبعض الخدمات المصرفية الجديدة, وبحثاً عن تقييم الأداء العام للمصرف, وبحثاً عن المعوقات والقصور في تقديم الخدمات للعملاء, سعياً للمحافظة عليهم أو جلب المزيد منهم, كل ذلك تم كنموذج للوصول إلى نتائج تمكن من تطبيق أكثر شمولية.

يصلح هذا البحث كنموذج واقعي لتطبيق مفاهيم التسويق المصرفي الحديث المعتمد على التقنية, فقد قام البحث بمتابعة ودراسة التطورات التقنية في بنك الشمال الإسلامي في الفترة (2000-2005م), وهي الفترة الزمنية الأكثر إزدهاراً في تاريخ التقنية المصرفية في السودان, ووجد أنه مع الأخذ في الإعتبار توافق التكنولوجيا مع قدرات وحاجات وكفاءة مستخدمي النظم, يمكن بسهولة وإعتماًداً على نموذج بنك الشمال, يمكن تصميم نموذج أو إطار يُمكن من تطبيق أوسع على مصارف أخرى, ويُمكن من وضع أساس متين لما يمثل خطوة في طريق ترقية تقديم وتسويق الأعمال والخدمات المصرفية الحديثة, والنهوض بالقطاع المصرفي ليتمكن من مجابهة المنافسة داخل الحدود, وما قد تمليه ظروف العولمة التي تحيق بالمصارف من كل جانب.

هذا البحث أخيراً أصاب كل الأهداف التي كان يرمي بإتجاهها.

Abstract

This research is mainly about, Modern Electronic Marketing of Banking Services, and is about the technical methods used to present banking services, and is about how to electronically manage the marketing processes. This research explained the roles played by modern networks technologies, in order to create, and reveal the new potentials of modern electronic marketing of banking services, and finally lead towards effective improvements of banking procedures. This is mainly accomplished by moving from manual data recording to modern Information Technology (IT), data capturing methodologies, which in turn revealed, accuracy, quality and application flexibility, networking of near and remote locations, which availed new distribution methods utilizing Data Centralization and instantaneous availability of information, serving both administrative and customers requirements.

The research studied the new marketing model of Al-Shamal Islamic Bank, the build of the model was based on amalgamation of the duties of both Marketing and IT, looking objectively towards a better modern performance, and to prove the existence of strong ties and relations between Marketing research and information systems, a field questionnaire was conducted, mainly to inquire customers satisfaction, and decide on the level of performance, and to investigating the impact of modern technologies, and the preferences of the customers of new services, intended to be launched by the bank.

The research studied the concept, Modern Electronic Marketing of Banking Services, of Al-Shamal Islamic Bank during years 2000 to 2005, looking to constitute a suitable frame, applicable on more banks in Sudan, in anticipation of the requirements necessary to front the incoming competition, and to prepare for the inevitable Globalization.

This research finally found all the goals it aimed to.