

2005 - 2004

»

«





1

1

-1

-2

1

-3

1

1

-4

-5

1

- 1

- 2

- 3

- 4

-5

-6

-1

-2

-3

-1

-2

-1

: () -2

Y

Y

1

P.Kotler

»

2 «

¹ Lendrevie. J, Mercator, 6ème Edition, Dalloz, Paris, 2000, P: 6.

² Kotler.P, Marketing Management, Analysis, Planning implementation and Control, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice - Hall Inc, 1994 , P: 10.

»

Deruk Rander

.¹ «

»

أن Tillman Hodages

.² «

» W.Ogden Ross

.³ «

Barclays

Denek Vandev Weyer

»

.⁴ «

»

S. Cousserrgues

.⁵ «

»

.⁶ «

¹ Deruk Rander.M, Marketing in Banking, The institute of Bankers, London, 1969, P: 20.

² Hodages.R & M. Tillman, Marketing in Banking, Addison Mesty Pub, California, 1966, P: 17.

³ Ogden .R, Marketing in Commercial Banks, New Jersey, Prentice - Hall Inc, 1971, P: 20.

⁴ Weyer. D.V, Bank Marketing, Institute of Bankers, London, Oct. 1969, PP: 20-21.

⁵ Sylvie de Cousserrgues, Gestion de la Banque, Edition Dunod, Paris 1992, P : 219.

»

1«

.()

2

3

Mc. Iver & G.Naylor

-1

-2

-3

-4

-5

4

17 -16 . 1999 .

1

. 256 . 1995 .

&

2

³ Mc.Iver & C.Naylor, Marketing Financial services, The Institute Of Bankers, London, 1980 , PP: 10 -15.

.209 . 2002 .

4

-1

-2

1

-3

2

-4

-5

3

1

2

3

8 · 1988 ·

2 · 2000 ·

6 · 1987 ·

-6

1

-7

-8

2

-9

3

-1

-2

23

1

22

2

3

.4 . 1990 .

211 - 210

&

-3

-

-

-4

-

-

-5

-

-

-1

-2

-3

-4

-5

-6

-7

1

-1

-2

1

-3

2

- 4

-5

-6

3

-7

-8

198 2000 ()
23
4 1990

1
2
3

1

-1
-2
-3
-4
-5
-6

2

-1
-2
-3
-4
-5
-6
-7
-8

3

-1
-2
-3
-4

-5

-6

¹ Any how

¹ Any where

Triple A

¹ Any time

" Intimacy Marketing

M. Badoc

Le Marketing de l'intimité

¹e-marketing

-1

2

¹ Michel Badoc et autres, e- Marketing de la banque et de l'assurance, Editions d'Organisation, deuxième tirage, Paris, 1999, P : 81.

-2

-3

1

)

(

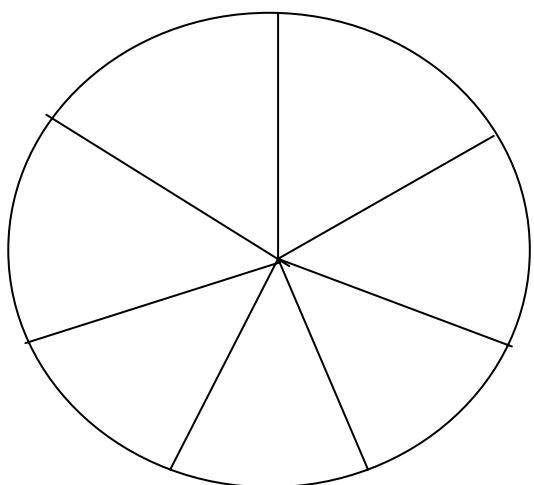
²M.I.L.

¹ Ibid, P : 82.

² M.I.L : Marketing, Information, Logistique.

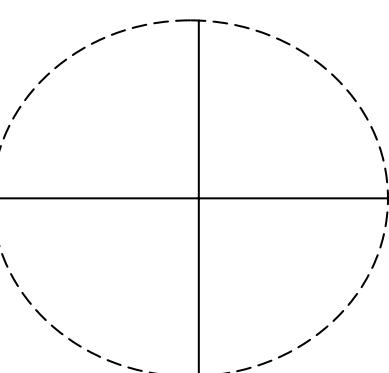
:1-1

7 Ps



373 . 1996 .

4 Ps



1

-1

. 232 . 1984 .

1

2

1

-2

.166 . 1984
. 167 - 165 . 1989

&

1

2

1

1

1-2

2-2

2

3

. 9 · 1987 ·

(

1

162 · 2000 ·

2

10

3

-3

1

1-3

2-3

3-3

2

-4

1

-5

2

3

- . 135 -121 . 1990
- . 105
- . 54 . 2001

1

2

3

1-5

2-5

1

-6

Online

21999 200 Banking

.58 - 57 1994

1

2 2000

2

24

Soft	·1995	Net Bank		
Bank Of		America Online	·1996	Bank
135		Citi Bank	Union Bank Of California	America
		·2 1999		
13.6				
1999	GOMEZ			
			·3 2002	17
	% 54			
% 45.4		% 48		
		·4	% 35	% 37.2
	·5			

¹ Berman.B, Marketing channels, john Wiley & Sons Inc , New York, 1996 , P. 35 .

.3	2
.4 - 3	3
.66	4
.23 - 21	5

1999

100

1
%50 1968

2 %75 1972

3 1980 1
177 1981 () 2

1

2

³ R. Chompter

.4

1

.4

2

³ Capon. N, The Marketing of financial services, Prentice-hall Inc, New Jersey, 1992, P: 18.

D.Arman&F.Maurice

1

G.Smith

2

P.Kotler

3

¹ Ibid, P: 20.

.4

2

.38

3

P.Kotler

1

²Low of Slow Learning

3

-1

¹ Kotler. P, Marketing Management, Op. Cit. P : 28.

.13 .2000 .

2

3

. 32 -30 .

-

. 33 -27 . 1999 .

-

. 7 -6 . 2000 .

-

. 51 . 1997 .

-

- Kotler. P, Marketing Management, Op. Cit, PP : 28 - 29.

1

2

-2

3

30

27

30

31

1

2

3

-3

Automatic

Credit Cards

Teller Machines(ATM)

.Overdraft Credit Lines

-4

·¹(Le lion du crédit Lyonnais)

Harris

Continental

-5

3

4

.5

-6

¹ Caroll.M.D, Ten commitments for Banking Marketing for bank Executives, Leviathan House, London, 1974, P: 66.

² Tournois .N, Le Marketing bancaire face aux nouvelles technologies, Edition Masson, Paris, 1989, P : 73.

1

2

.32

1

.7

2

34

:¹1977 -1

1

.412 -409 . 1977 .

1-1

2-1

3-1

4-1

5-1

6-1

:¹1984 & -2

1-2

2 -2

3 -2

:²1991 -3

74 -69 1984 & 1
2

295 - 286 1991

1-3

2 -3

3-3

-1

-2

-3

-4

:¹ 1988 Teas Kenneth -1

1-1

2-1

:² 1988 McCullough -2

.()

¹ Kenth.T , An analysis of determinants of industrial consumers perceptions of the quality of financial services marketing relationship ,Journal of marketing , vol 3 , 1988 , PP: 71- 80.

²McCullough et autres, Measuring the marketing orientation of retail of international banks, Journal of marketing , vol 3 , 1988, PP: 63 - 68.

:¹1989 Rogloun -2

-1

-2

-3

:¹ 1975 R.Person -1

1 -1

2 -1

3 -1

4-1

.² 1976 W.Anderson -2

¹ Person .R.j , Loosing Customers , Banking magazine , London , Oct 1975 , PP: 92 - 96.

² Anderson .W, Market segmentation, Journal of marketing, vol 40, Jan 1976, PP : 40 - 45 .

:¹1985 M.Zollinger -3

:²1991 U.Yavas -4

1-4

¹ Zollinger .M, Marketing bancaire, Dunod, Paris, 1985, PP: 194 - 197.

² Yavas .U, Banking Behavior in a Arabian Gulf a consumer survey , International of bank Marketing , Vol 6, N°5, 1991 , P : 40.

2-4

3-4

4-4

5-4

:¹ 1983 D.Buswell -1

:² 1984 D.Graivien -2

¹ Buswel .D, Measuring the quality of in branch Customer service, International of bank Marketing, Vol 2, N°1 , PP: 26- 40 .

² Garvien .A , What does product quality mean , Management review , Vol 26 , N°1, London , 1984 , PP: 26 - 38

()

:¹ 1984 C.Gronroos -3

1-3

2-3

3-3

:² 1985 C. Moss& S.Richard -4

1-4

¹ Gronroos .C , Service quality model , European journal of Marketing , Vol 18, N° 4 , Paris , 1984 , PP : 36 - 43

² Moss. C.D & Soon.R , Customer Satisfaction – the key to successful and legally unfettered trading- European journal of Marketing , Vol 19, N° 6 , Paris , 1985 , PP : 5 -10 .

: 2-4

-

-

-

:¹ 1988 B.Lewis & A. Smith -5

: 1-5

-

-

-

-

-

: 2-5

-

-

-

:² 1991 - 6

¹ Lewis Barbare.R & Smith Anne .M, Customer Care in Financial service Organizations , International of bank Marketing , Vol 7, N°5 , PP: 13 - 22 .

1-6

2-6

3-6

¹1979 P. Laforg & D.Wood -1

²1989 D.McKee -2

560

1985 1981

1-2

/ =

2-2

¹ Wood R. & Laforgue M , The Impact Of Competitive Planning On Financial Performance , Academy Of Management Journal , September , 1979, PP: .513 -526.

² McKee Daryl O, Strategic Adaptability And Firm Performance, Journal Of Marketing , vol 35 , N° 3 , July 1989 , PP: 21-30.

: ()

3-2

: ¹1989 P.K.Jain -3

.1986 1971

¹Jain. P.K , Assessing the Performance Of Development bank , Long Range Planning , VoL 22 , N° 6 , September 1989, PP: 100-106.

-1

-2

-3

-4

-5

-6

-7

)

·(

1

Dill

2

Filho

3

..91

1

76 · 2000 ·

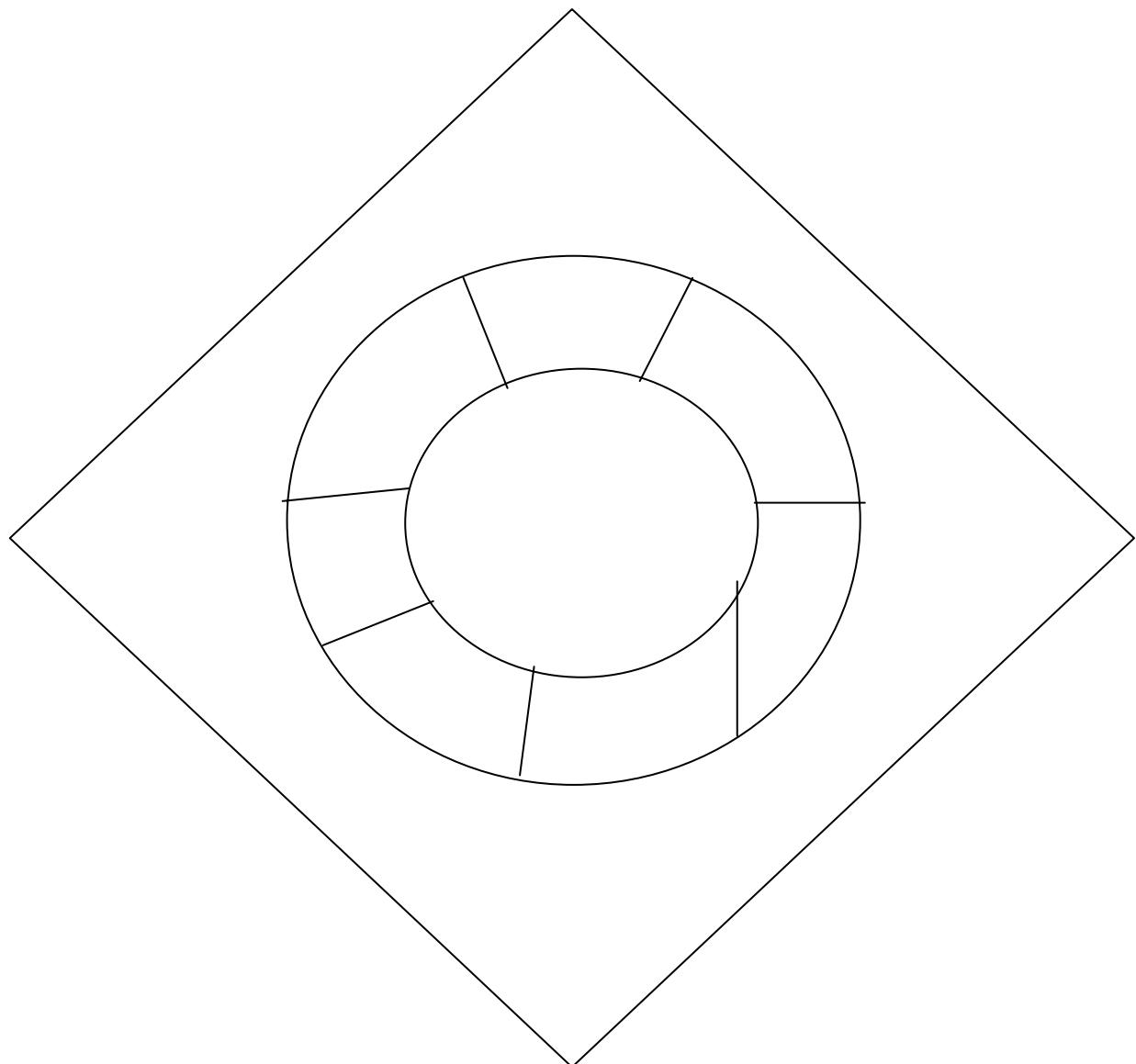
2

.76

3

1

: 2-1



.()79 . . . :

¹ T. Bateman , S. Snell, Management (Building Competitive Advantage) ,The University of north Carolina , Richard Irwin , 1996 , PP: 28.

-1

1

1-1

2

3

.72

1

.97

2

.98

3

14000

:1

2 -1

:2

: 1-2 -1

:2 -2 -1

3 -1

¹ F. Blua et Autres , La Banque Américaine , Les Editions d'organisation, Paris 1998 , p.17.

4-1

1

² Big Bang

5 -1

105

1

2

.28

54

1999 · 6

-2

1-2

1

2-2

2

: **3 - 2**

: **4 - 2**

1

: **5 - 2**

2

.77 . . 1
.77 . . 2

1

2

¹ Braddik.W , Management for bankers , Second Edition Butterworths & Co.(Publishers) Ltd ,London, 1991 ,
P: 23.

² Ibid, P : 24.

1

2

-1

60 - 58

1

-2

-3

-4

-5

-6

Stanton

1

Kotler

2

-1

-2

¹ Stanton.W, Fundamentals of Marketing, Mc Graw- hill, Auckland, 1984, P.494.

-3

-4

:
1

-1

()

-2

.(....)

-3

-4

1

. 270 -265 . 1999 .

. 248 -245 . 1998 .

-5

-6

1

1

.5

.239 -238: .1998 .

-Langlois .M & Trocque. G, Marketing des services (Le défi relationnel), Gérard Gaétan éditeur, Canada 1998,
PP : 23-24.

- Dubois .P.L & Jolibert .A, Le Marketing, 3éme édition , Economica , Paris , 1998 , pp : 668- 670 .

- Mudie .P & Cottam . A, The Management and Marketing of services, Butterworth Heinemann, London, 1995,
PP: 8 – 10.

- Stuart. W et Autres , Marketing , Second Edition , Prentice Hall , New Jersey , 1999 , P: 293 .

-1

-2

-3

-4

-5

-6

-7

1

2

-1

3

4

5

¹ Magrath A.G, When Marketing services, Business Horizons, May, 1986, London, P:44.

.447 .1998

2

.104 .1998

.()

3

.1999/1998

4

.19

⁵ Handscombe.R. Banker's Management, Mc Graw, London, 1998, PP: 210 - 211.

1

: -2

: 1-1

2

: 2-1

3

4

¹ Magrath .A.G, When Marketing services, Op. cit , P: 44.

² Meidan .A, Bank Marketing Management, Mc- Millan, London 1984, PP: 4 - 15.

³ Handscombe.R. Banker's Management, Op.Cit, P: 211.

⁴ Mc Iver L & C Naylor .G , Marketing Financial Services , Institute of Bankers , London , 1980 , PP:9-14.

3 -1

4-1

5-1

6-1

)
(...

:
1

- 1

¹ Stanton .W, Fundamentals of Marketing, Op. cit, P: 496.

1

-2

-3

2

¹ Ibid , P : 497.
.6 -5 . 1987.

²

Bank Of 1958 America

1998 .121 1997 .121
.38 2002 .

1

()

ATMs

-1

2

)

(...

122

.4 2001

1

2

1
:
-2
1-2
:
2 -2
:
3 -2
:
4-2
:
5 -2
:
-3
:()

1-1

2-1

3-1

1

4-1

2

-4

4 16 : **1-4**

5

(Bank Identification Number) B.I.N

BIN

2 -4

3 -4

4 -4

5 -4

6 -4

VISA

MASTER CARD

7 -4

POS

ATMs

(Hologram)

8 -4

1

9 -4

² PIN

10 -4

ATMs

27

1

.28

2

: **11 -4**

: **- 5**

:¹ **1 -5**

: **DEBIT CARD** **1-1-5**

ATMs

On Line

POS

Off Line

PIN

: **CHARGE CARD** **2 -1-5**

1

.30 -28

.137 -136 .1998 .

.32 .

:CREDIT CARD

3 -1-5

2 -5

1-2 -5

2 -2 -5

.1

3 -5

•

1-3-5

ATMs

POS

1

2-3-5

1

4-5

.2

1-4-5

.Classic Card

-

Gold Card

-

.Visa Plus - Business Card

1

1

2-4-5

1

3-4-5

. 24 - 23

1

6

2

78

: J.C.B 4-4-5

J.C.B

: DENERS CLUB 5-4-5

: 6-4-5

-6

650

:
1 21000
2

15

1

16

2

1-6

1

.VISA ASIA/PASIFIC -

.VISA CANADA -

.VISA EU -

.VISA LATIN AMERICA -

.VISA U.S.A

92 CEMEA

300

2000 10.5 CEMEA .³ 26

2-6

1-2-6

.15 1

.17 . 2

.18 . 3

2-2-6

3 -6

1-3-6

2-3-6

6

3-3-6

¹

10000

20000

-7

)

· Visa Business Cards

· Visa Corporate

Visa Travel Money

Plus Visa Purchasing

· Magnetic Stripe Cards

· Chip Card

-8

1

2

()

.137

1

.136

2

-9

1 -9

2 -9

3 -9

4 -9

P.O.S

-10

¹ Mondex

1997

27

% 49

% 51

¹

5

1998

-11

1996

1585

776

: 1-2

	()		
43.7	677	265	
28.6	454	315	
19.9	315	180	
3.7	59	157	
1.8	58	14	
1.4	22	45	

.1996

500

: 2-2

		()	
101	3	949	- ABSA Bank
105	4	811	- STANDARD Bank
132	6	900	- FIRSTNAT L Bank
160	7	434	- NEDCOR
245	8	141	- SAUDI AMER Bank
333	9	24	-
366	10	59	-
401	11	16	-
445	12	18	-
458	13	36	-
-	14	26	-
-	15	26	-
-	16	9	.
-	17	44	- Mauritius Com Bank
-	18	8	-
-	19	9	-
-	20	93	-
-	21	5	-
-	22	4	-
-	23	23	-
-	24	6	- Société Inter Banque
-	25	10	-
-	26	6	-
-	27	7	-
-	28	2	- Standard Chartered
-	29	26	- Trust Bank Limeted
-	30	11	-
-	31	2	- B.M.C.E
-	32	8	-

.25

: Automated Teller Machines (ATMs)

1

2

3

.79 . 1999

² ATMs, Journal of Marketing, N° 7, London, 1997, PP: 32 – 36.

1

80

3

87

: -1

: -2

: -3

: -4

:Phone Bank

24

First Direct Account -1

1

• 1985

-2

1987

: (On Line)

(On Line)

2

.18

1

.40

2

89

.1

()

2

-1

The wallet PC

Spatial Navigation

-2

Integrated Services Digital -4

64000 ³ Net work (ISDN)

DSVD . 128000

16 · 2001 ·

44 2

.45 -44 . 3

()

: -

1

:² -1

(Dérivatives)

: 1-1

()

¹ Harrari J.C, Marketing bancaire, marketing financier, Dalloz, Paris, 1974.

. 17 - 16 . 1997 .

²

() : 2-1

: 3-1

: SWAP 4-1

1

5-1

()

: Syndicated Loans () -2

2

)
(

19 1

2

: Certificates Of Deposit

-3

1

: Forfaiting

-4

¹ Forfaiting

·()
2

Forfaiting

: Factoring

-5

3

4

.12 · 1999 ·

1

.12

2

.8 · 1999 ·

3

.9

4

1-5

2-5

:Leasing -6

()

1-6

2-6

-7

1999

-8

%10

1

2

139 · 1995 ·

1

2

· 358 · 1998

1"

Deming

2

:

-1

-2

-3

P. Crosby

³(Zero-Defects)

4

5

1994

1

.25

² Logothetis N , Managing for total quality from Deming to Taguchi , Prentice Hall , London , 1992 ,P: 32.

³ Crosby A.P , Quality is Free , Mc Graw- Hill Book Co , Inc , 1979 , P: 6.

.151 .1993

&

4

.359

5

1

-1

-2

-4

2

-1

: ()

-2

-3

3

-1

-2

4

Gronross 1984

1997

1

.68

2

.73

3

.153

&

4

.153

-1

-1

-2

-1

-3

-1

()

1

15 1998

100

.77 - 76

1

-1

-2

-3

-4

-5

-1

-2

-3

-1

1

2

3

4

.363

1

² Bolton .R.N & Drew .H.J , Analysis of the Impact of service change on Customer Attitudes , Journal of Marketing , London , Januray 1991, PP: 72 –74.

³ Oliver. L.R, A cognitive Model Of The Antecedents, Journal of Marketing, London, November 1980, PP :465 – 469.

.364

4

:Servqual

- 2

1

·()

.2

1-2

2-2

3-2

.78

1

.363

2

104

Porter

Oakland

1

1998

105

1

.113

-1

1

2

3

4

5

-2

.117

1

²Bullet. S, La compétitivité, Dunod, Paris, 1990, P : 12.

³Ibid, P : 13.

1

M. Porter

2

-3

1-3

.80 · 1998 ·

1

² Porter. M, L'avantage concurrentiel , Dunod, Paris 2000, P : 8.

2-3

1

1

2003 23 - 22

176

108

Juran

1

Kaluzny

2

Crosby

1

178

² Crosby. P, quality is free, Op, Cit, P : 23.

:**(1991)** **Roth** -1

1

:**(1991)** **Wood** -2

2

.36

110

.37

1

2

:(1997) Schachter -3

1

:(1998) Anonymous - 4

2

3

·()
·³()

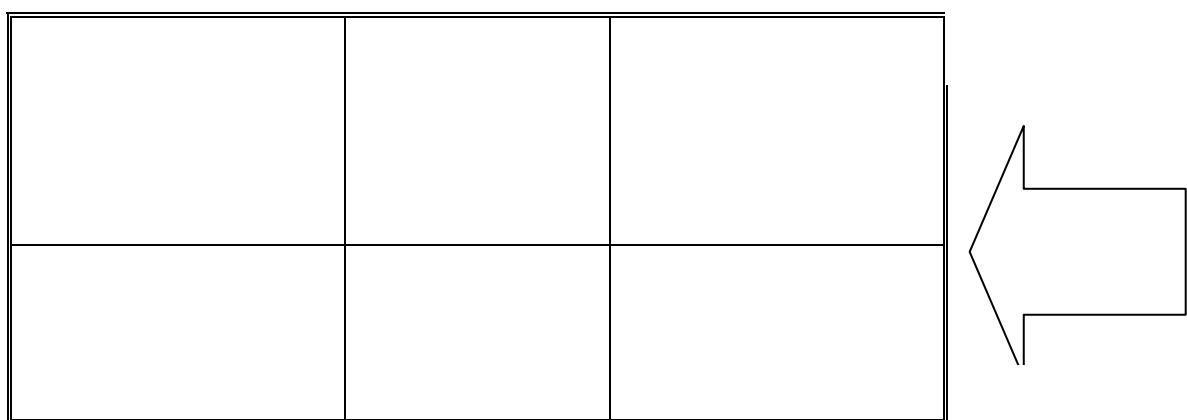
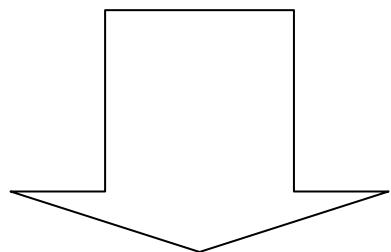
1

496 – 495 · 1995 ·

² Anonymous, Study Sheds light on a missing link , Nation 's Business , Vol 85 , September 1998 , p 59 .
· 201 · 2002

3

: 1-2



.202 .2002

-1

-2

1

C.Gronroos

2

-3

3

203 - 202

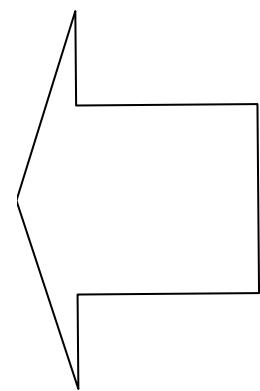
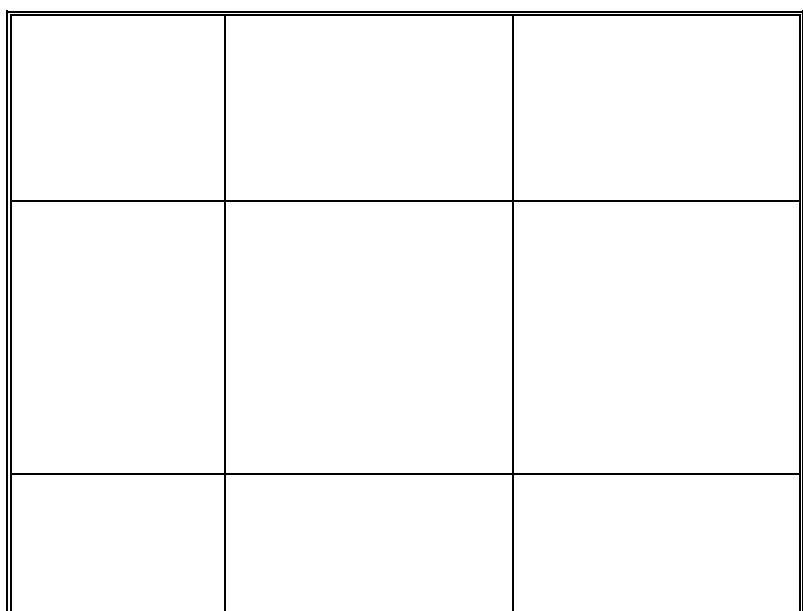
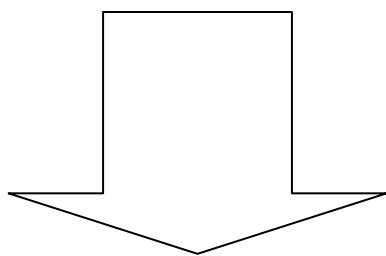
1

² Gronroos. C , A service quality model and its marketing implications Journal Of marketing , vol 18 , N° 4 , London , 1984 , PP : 40 - 44 .

.276 2002

3

: 2-2



. 206 . 2002

P.Kotler (1991)

¹

-1

²

-2

³

-3

⁴

-4

²

M.Cusumano & D.Yoffi

1999

³ RAMFL

¹ Kotler. P , Marketing Management , Analysis ,Planning implementation and Control, Op , Cit , PP : 246 – 247
214

Leverage · Flexibility · Rapid Mouvement · RAMFL ³

SWOT

La réorientation

La Conquête

¹ Zollinger. M & Lamarrque. e - Marketing et Stratégie de la banque, Dunod , Paris , 1999 , P : 182.

1962 Borden

1

4P'S

7 P'S

(Personnel)

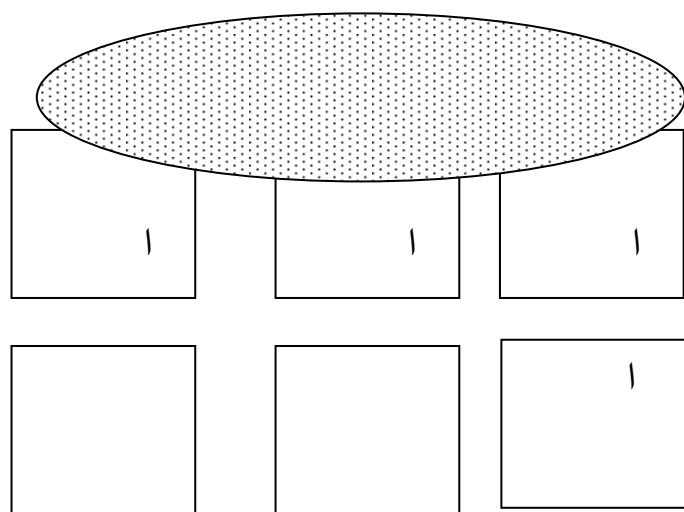
(Physical Assets)

(Process)

185 1998 () 1

: () :

:1-3



.....
.....
.....

" " "

1

-1

-2

)

-3

: 1

62 - 61

188 - 186

-4

()

-1

(1)

1

73 - 71

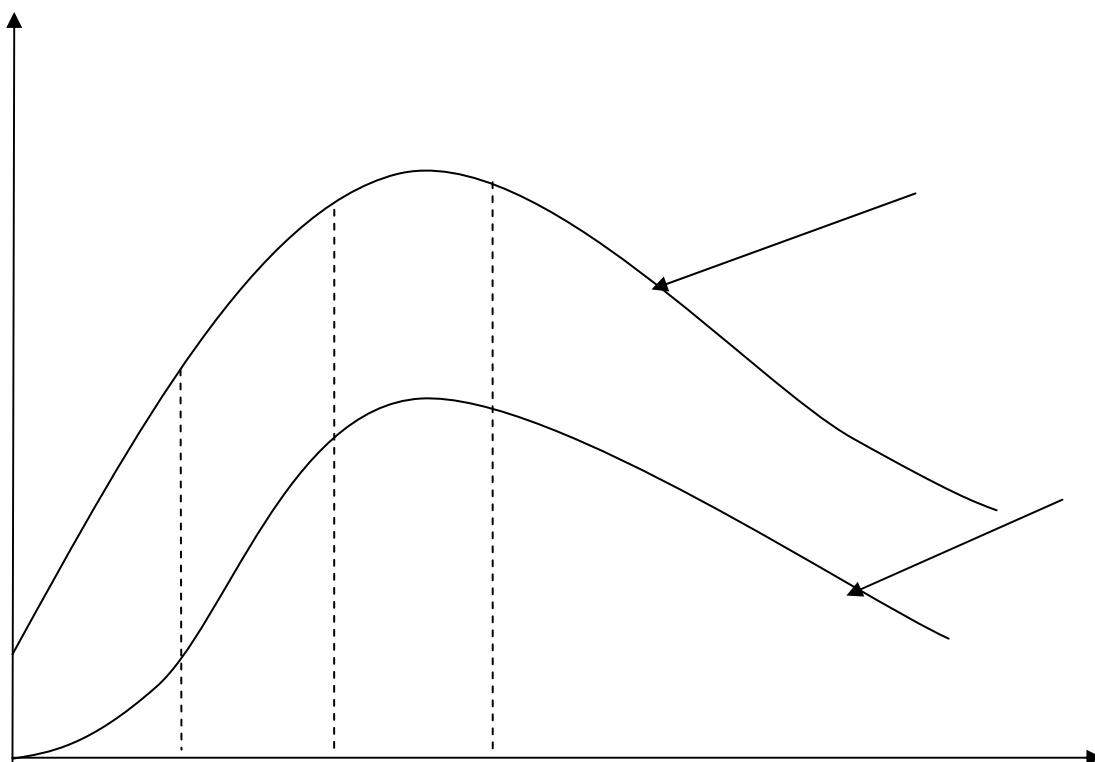
176 - 175

- Badoc .M ,Marketing Management ,Op.Cit, PP : 212 – 214 .

-2

1

: 2-3



Badoc .M ,Marketing Management ,OP. Ci t, P : 214 :

¹ Sylvie De Coussergues , Gestion de la Banque , OP, Cit , P 237.

1-2

2-2

1"

1

3-2

:1

4-2

-3

1-3

2-3

3-3

4-3

-1

1-1

2-1

3-1

1

4-1

2

-2

3

151

152

79 - 78

1

2

3

1-2

2 -2

3 -2

-3

1-3

1

2-3

.() -

.() -

.() -

3 -3

-4

:1

1-4

2 -4

: (

)

3 -4

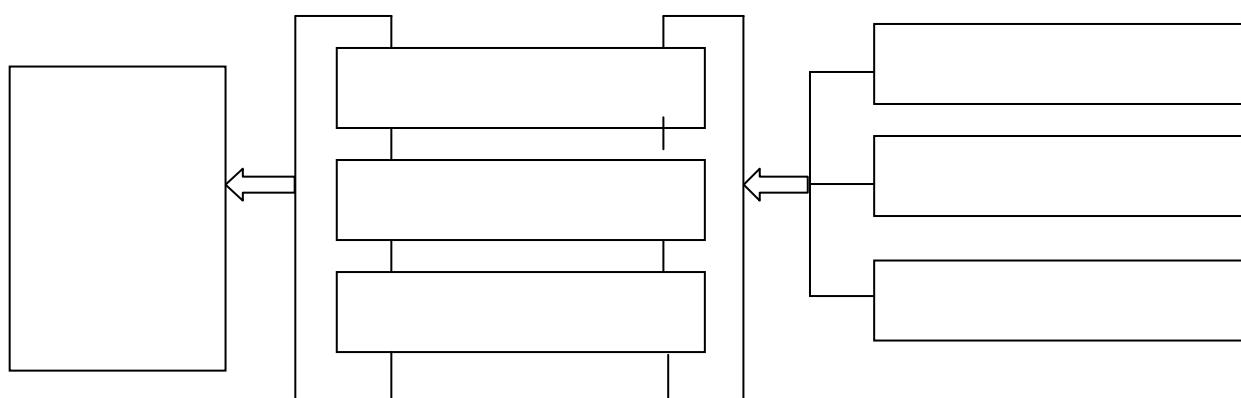
:1-3

				_____ :
				_____ :
				_____ :
			+	

.() 178 :

-1

:3-3



.1

:1-1

:2 -1

:3 -1

-2

1

1

134 · 1994 ·

-3

1

1-3

2

2 -3

3 -3

Y

-4

1-4

2 -4

1

()
.57 .1998.

1

-1

: () 1-1

(1)

: 2-1

:
1

.(

)

: 3-1

: -2

:
2

: 1-2

: 2-2

: 3-2

.158
.211 - 210
135

1

2

1

4-2

2

-1

3

7

1

² Kotler.P, Marketing Management, Analysis, Planning implementation and Control, Op, Cit, PP: 515 – 521.
160 1992 .

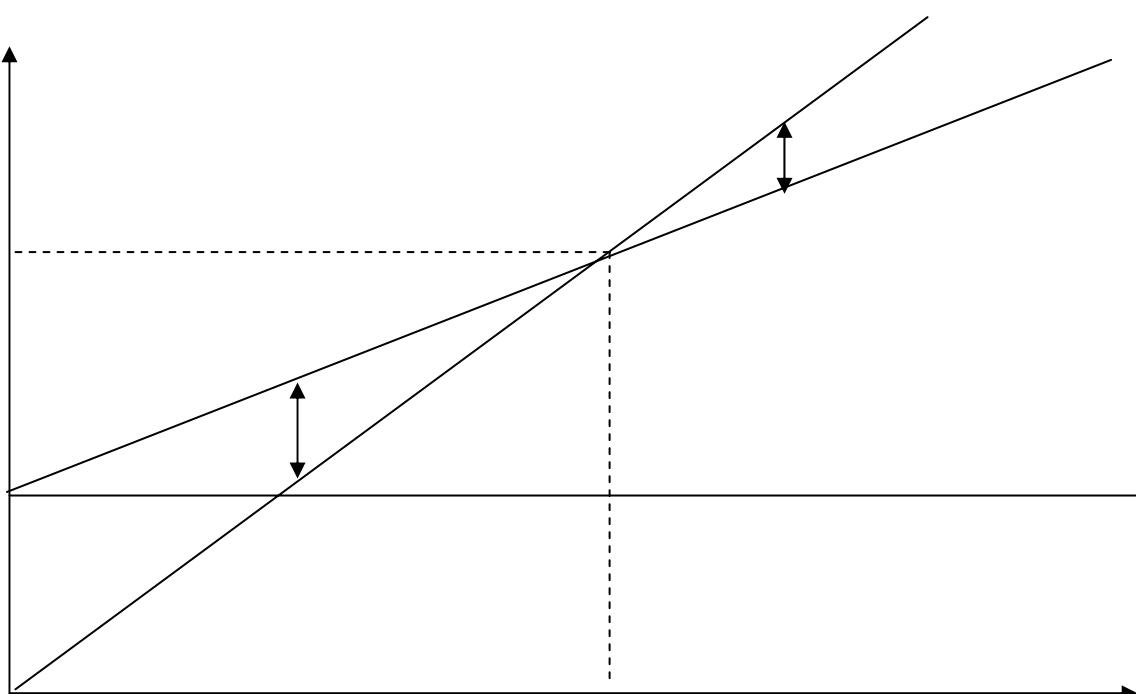
3

+

+

=

: 4-3



.218

1

-1

-2

-3

-2

¹

$$\cdot (+) - =$$

1-2

²

$$\begin{array}{r} .222 - 220 \\ 164 - 162 \\ \hline 138 \end{array} \quad \begin{array}{l} 1 \\ 2 \end{array}$$

:¹

2 -2

:²

:³

:

1-2 -2

:

2-2 -2

:⁴

1

.183 -181

.222 -217

.164

2

.164

3

.687 - 686

4

-1

·()

-2

-3

1

-1

-2

-3

1

-1

2

1-1

2 -1

3 -1

4 -1

5 -1

: () -2

.166 -165 1

.226 2

¹

1-2

2 -2

3 -2

:() -3

.²()

³

-1

-2

.177

1

² Kotler.P, Marketing Management, Analysis, Planning implementation and Control, Op, Cit, PP: 521 – 523.

230 – 228

3

-3

-4

-5

-1

-2

-3

-1

-2

1

• • • •

2

1

.67 · 1991

2

. 189

1

2

3

1-1

1

2

3

360

.294

.76

146

2 -1

3 -1

: -2

(1)

Le Concept de l'accessibilité

Gronross

2"

¹ Berry .L & Capaldini .L, Marketing for the Bank Executives, Mason & Liscomb Publishers Inc, 1991, PP: 152 – 156.

² Gronross .C , Marketing of Service , Journal of Marketing , Vol .40 , January 1976 , PP: 55 – 57.

-1

-2

1

-3

2

77

1

.82 -77

2

148

: Meidan **1-3**

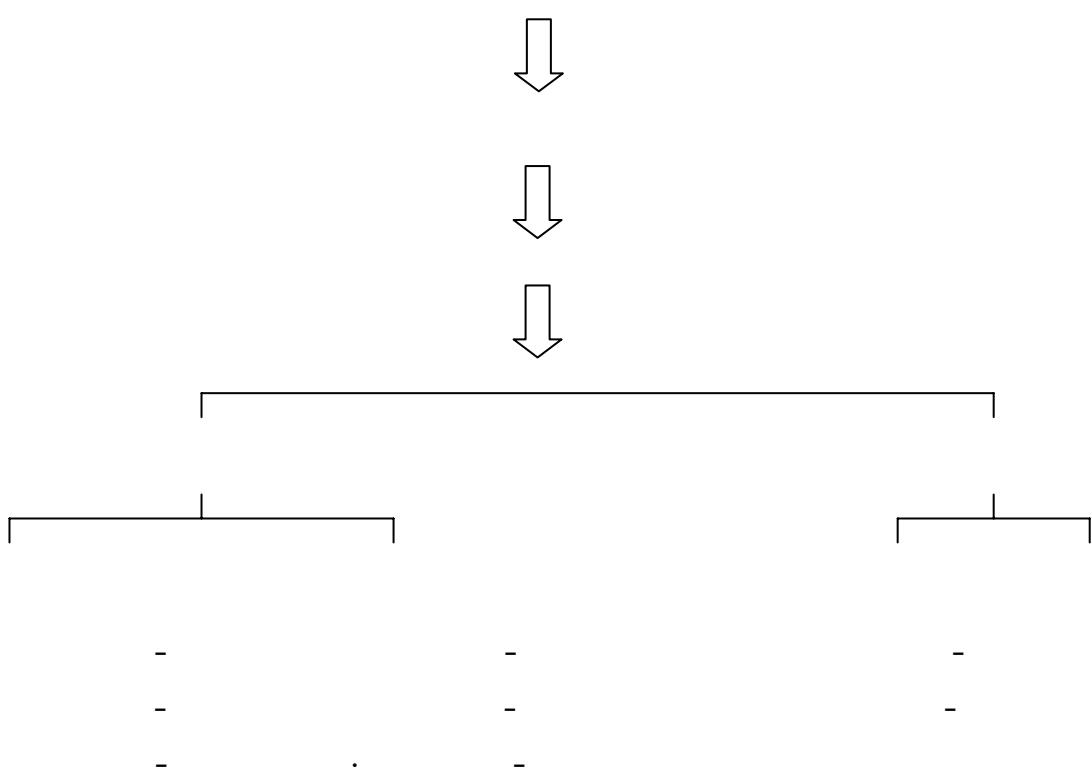
:Thompson & Little **2-3**

(POS)

:Mc Mahon **3-3**

: Channon **4 -3**

:5-3



.80

-1

1

2

.296

407 . 1999 .

151

1

2

1-1

1

2

2-1

3

.408

1

.140

2

.297

3

152

;

-2

;

1-2

1

2-2

(1)

3-2

4-2

: 5-2

: 6-2

: 7-2

: 8-2

: 1

: 1

37 1991

)

(

1

1

2

-1

-2

-3

-4

.73

1

.74 - .73

2

1

2

Les Banques Virtuelles

3

4

&

1

.114 .2003

2

.115 .

3

.115 .

⁴ Jayawar hena .C & Foley .P , Changes in the banking sector , Internet research electronic net working applications and Policy , vol 10 , N° 1 , New york , 2002 , PP : 19 – 20 .

)

(

-1

500

1

1-1

2-1

Kotler

1997

Turkiye Bankasi

GarantiBank

¹ Ak Bank · Pamu Bank · Osmanali Bank

3-1

4-1

5-1

6-1

-2

1-2

Software

Hardware

2-2

3-2

1

4-2

1

-1

-2

-3

-4

Promotion Mix

-1

1

1

2

: -2

3

448 1

11 1978 2

229 -227 3

165

1

2

- 3

.230

1

.3

2

166

:2-3

.() 213 .1996 .

-1

1

1-1

1

2-1

:

3 -1

:

4-1

5 -1

6 -1

1

-

-

-

-2

2

1-2

2 -2

3 -2

4 -2

5 -2

6 -2

1

2

3

280

237

237

1

2

3

171

1

-1

-2

-3

-5

:¹ Five Ms

: **Mission** -1

: **Message** -2

: **Media** -3

: **Money** -4

: **Measurement** -5

• Personnel 1987 Judd

Politics Public Relationship Kotler

1988 Magrath .¹

Process Physical Assets Personnel

2

Customer value

Convenience Cost

3 Communication

4

Physical Assets

-1

1-1

2-1

Web

3-1

4-1

Personnel

1

-1

2

1

: People Before Money Concept

: Money Before People Concept

: Three Phases Approach

-2

2

247

1

71 . 199 .

2

-3

1

-4

2

1

2

246

.94

178

1

: Process ()

2

3

.92

1

.248

2

.228

3

179

()

-1

1

Kotler

2

¹ Kotler .P , Marketing Management , Op , Cit , PP : 56 – 57 .
² Ibid , P : 57.

1

2

-2

3

1-2

¹ Richard .M & Wilson .S , Strategic Management Accounting , Prentice – Hall International , London , 1991 ,
PP: 82- 84

2

.8 . 1998 .

³ James . B . Q , The Strategy Process , Englewood Cliffs , Prentice- hall , New Jersey , 1995 , PP : 5 – 10 .

2-2

3-2

4-2

5-2

McDaniel

-1

-2

-3

-4

P. Kotler

2

¹ Mc Daniel .W. Stephen , Marketing Strategy Implications , journal of Marketing , Vol .51, October 1987 , P:20

² Kotler .P , Principles Of Marketing , prentice- hall , Englewood Cliffs , New jersey , 1986 , PP : 107 – 108.

-1

-2

-3

F.W. Glueck

1

()

-1

-2

-3

-4

M.E .Porter

2

()

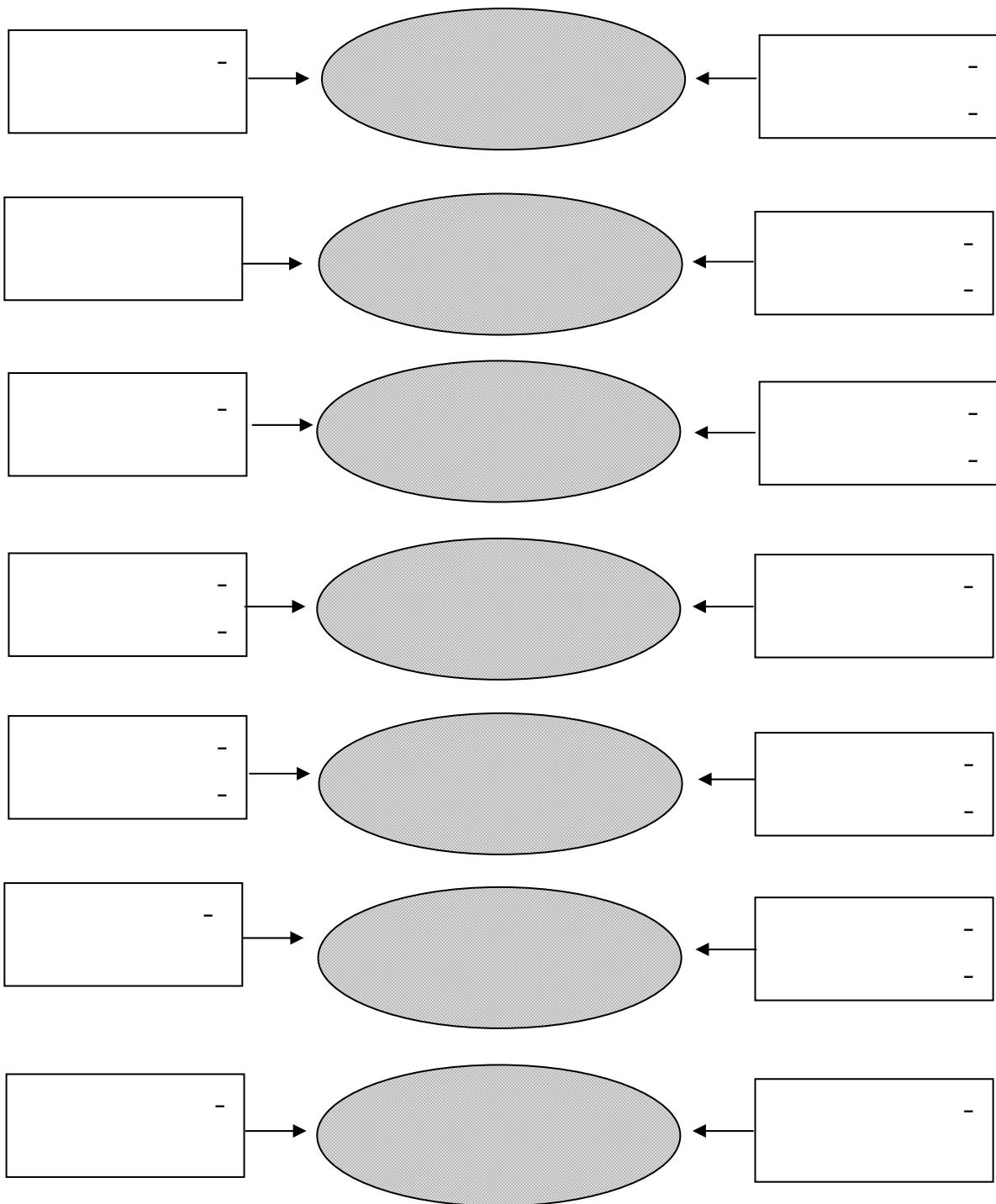
10

1

20 - 10

2

:1-4



-1

-2

-3

P.Kotler

-1

-2

-3

-4

Toyota

Volkswagen

1

2

26 · 1997 ·

&

1

23

2

-1

1987

1

2

Chisnai

3

4

-2

5

1-2

1

2

3

4

5

171

13 2000

.9 2000

10

31 - 30

&

189

2 -2

3 -2

4 -2

5 -2

6 -2

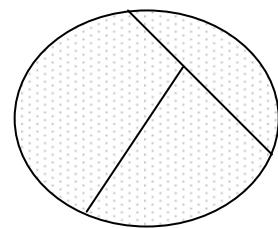
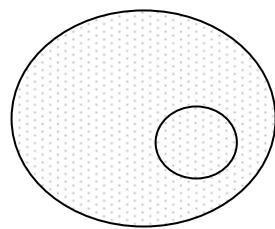
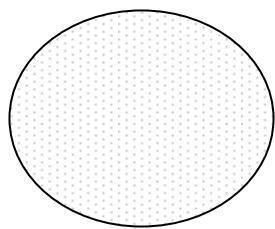
-1

: ()

²

: ()

: 2- 4



1-1

1

1

2

: 2-1

3

¹ Malcom .Mc Donald & Dunbar .I , Market Segmentation , second edition , Mc Millan Press Ltd , London , 1998, P: 261.

9

2

3

. 159 -158 . 1996 .

. 130 -127 . 2001 .

. 75 - 67 .

- Zollinger .M, Marketing Bancaire OP, Cit, PP : 194 – 196.
- Kotler. P, Marketing Management, Op. , Cit , PP : 417 – 420 .

192

1

3 -1

1

4-1

1

.53 &

37 - 36 2000 &

134

1

2

1-4-1

2-4-1

3

12

1

2

40 - 36 . 2000 .

&

. 133 - 132 . 1993 .

. 135 - 133 .

. 39 .

195

3

3-4-1

·()
·¹(...)

²

5-1

³

.95

1

² Sylvie de coussergues, Gestion de la banque , OP.Cit, P : 197.

3

. 143 – 142

. 25 – 24

6-1

1

1

: ()

1-6-1

2

3

: ()

2-6-1

4

¹ Zollinger. M. Marketing bancaire, OP, Cit, P : 195.

. 52

&

2

. 160

3

. 145

4

198

3-6-1

1

2

.()

¹ Zollinger. M, Marketing bancaire, OP.Cit, P : 198.

:Le positionnement du marché

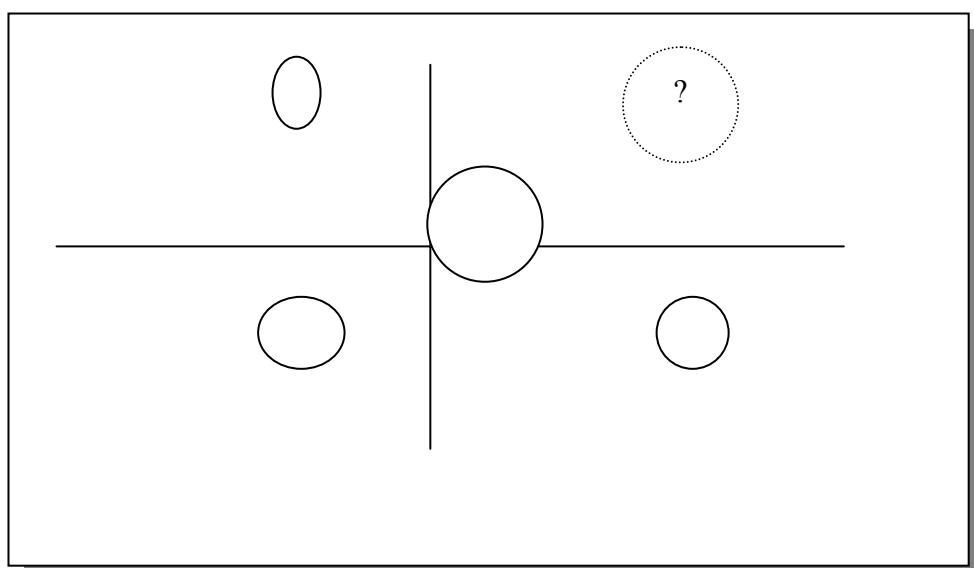
7-1

·()

1

" "

: 3-4



Zollinger. M , Marketing et stratégie bancaire, Dunod, Paris , 1992 , P168. :

¹ Yves le Golvan, Dictionnaire Marketing : banque- Assurance, Dunod, Paris, 1988, P :104.

.(. . .)

1

8-1

2

¹ Kotler .P & Dubois. B , Marketing Management, OP.Cit, P: 309.

2

-2

1

1-2

1

1-1-2

2

160 - 159 2000

1

118 - 117 2001

2

2-1-1

1

Loss Leader

3 -1-2

2-2

1

1-2-2

2

2-2-2

3-2-2

3

163 - 162

1

.113

2

.195 .2002

3

3-2

1

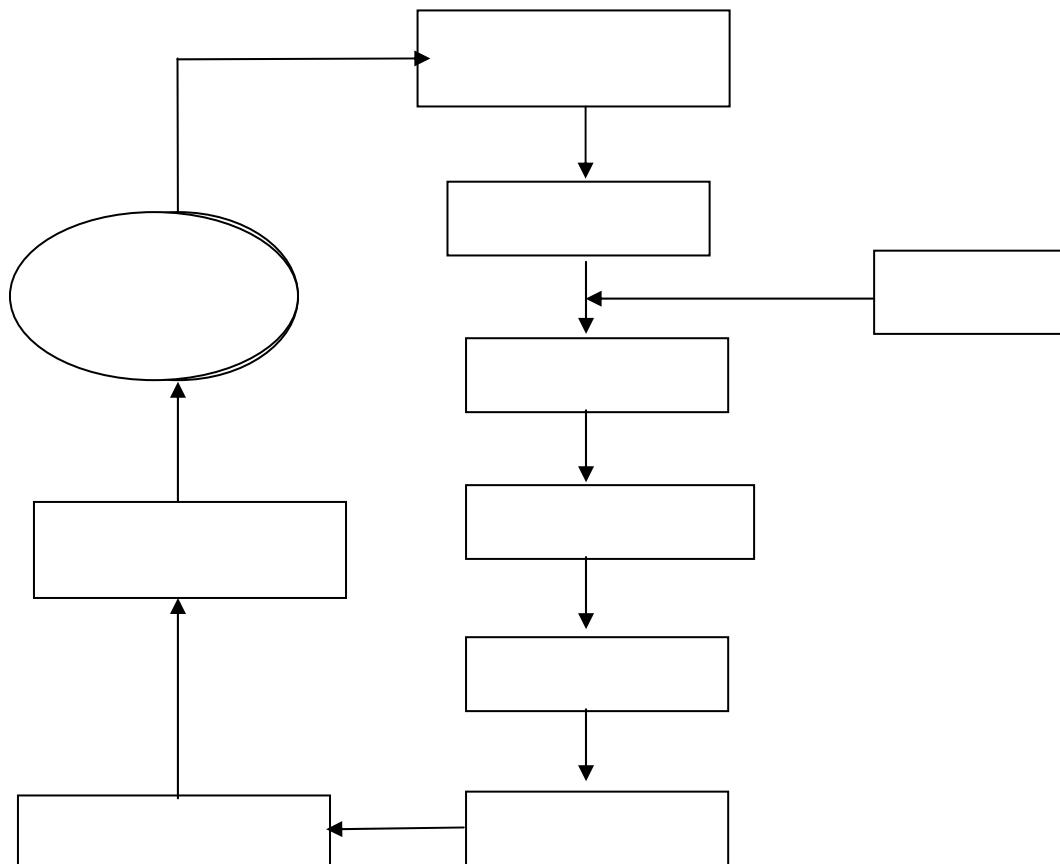
-3

1-3

:1
1 1 1 1

2-3

:4-4



93.

3 -3

: 1-4

The figure displays two distinct sets of data points. The left set, containing 10 points, is arranged in a roughly triangular shape, with points located at approximately (10, 10), (15, 15), (20, 20), (25, 25), (30, 30), (35, 35), (40, 40), (45, 45), (50, 50), and (55, 55). The right set, also containing 10 points, is arranged in a roughly rectangular shape, with points located at approximately (60, 60), (65, 65), (70, 70), (75, 75), (80, 80), (85, 85), (90, 90), (95, 95), (100, 100), and (105, 105). The background features a light gray grid.

.113

209

1

2

1

2

-1

1

2

.440

1

.340 -339

2

211

-2

1

-1

1

2

Global Strategy

Multinational Strategy

1

.17 · 2004

.18 · 2

-2

1

.21 . . 1

: -1

: 1

: 1-1

: 2-1

: 3-1

: 4-1

: 1

.179 -177

.15

215

-1

1

-2

2

-3

3

.449 - 446

1

. 185 - 181

2

.176

3

216

1

-1

Y

1

. 62 . 1999 .

-2

1

1-2

2

2-2

.12

1

38

2

1 ...

: 3-2

4-2

β

1

-
-
-
-

: **5-2**

-1

2

3

.43 -42

1

.350

2

.351

3

1-1

1

2-1

2

.352 -351

1

.516 ()

2

222

1

-1

2

1-1

.502
.325 -324 2004
223

1

2

2-1

3-1

-2

:¹

1-2

:(¹)

2-2

-3

-4

(2003)

-1

1

1-1

1-1-1

144 -62

1963/01/01

1962/08/29

1962/12/13

2

:³ CAD

2-1-1

165-63

1963/05/07

1966/06/13

178 -66

: BNA

3-1-1

1968

0.18

1964/04/10

β

β

1

· BEA · CPA · BNA ·

CAAR · SAA · CNEP · CAD

1971

3

1966 53 187

1967/05/14 67-75 :CPA 4-1-1
15

119

1287 4209

1967/10/01 204-67 :BEA 5-1-1

· 1967/10/12 20

· 1968

1970

79

:1971 2-1

1 1971/06/30 47-71

1971/07/06 55

47-71 1

230

1971

1971

²

1971

1978

³

-2

82-206

:BADR

1-2

1982 /03/16

85-85

:BDL

2-2

1985/04/30

1965

¹

.182 -181 .2003

²

.183

³

.2000 160 : -3

12-86 1986 : 1986 /08/ 19

:12 -86 1-1

:1

:1988 2-1

12-86

1988 /01/12 01-88 1988

.184 -183 2004 : 1

06-88 01-88

1

06-88

2

:1988

1-2-1

03-88

3

18

06 -88

1

.1988

2

141- 140 2001

.141 .1996

3

¹

:²**10 -90**

3-1

10-90

1-3-1

()

2-3-1

¹ BADR- info , N° 01, Janvier 20020, P : 23 – 24.
1990/04/18

10-90 ²

-1

1

:
^2()

-2

3

	10-90	11	1
.201	.	.	2
1990/07/04	01-90		3

1993/01/03

01-93

:¹

1-2

:CITIBANK

1.2

1998

1997/11/17

:ABC

·%70

20

·%10

·%10

SFI

·%5

·%5

CAAT

1998 /04/15

:La Société générale

% 45

500

· %10 SFI

· %31

FIBASA

· %10

:ARAB BANK PLC

500

500

:NATEXIS ALAMANA

1997

¹ REVUE (mutation), N°33, Septembre 2000, P 65.

RAYAN BANK -

30

500

: PG HERMES SPA -

United group

EPG HERMES SPA

: **2-2**

1995/05/07

:UNION BANK -

:EL KHALIFA BANK -

98/04

1998/07/27

1998/03/25

29

8.6

¹2003/05/29

2003/03

1988 /06/ 11

:B.A.M.I.C -

BADR

%50

%50

CPA,BEA,BNA

:MOUNABANK -

620

1998 /08/ 08

500

:B.C.I.A -

.2003/11/01

.3923

1

¹ 2003/08/21 2003-08

:Algerian international bank

%8 1998 :BGM -

:CA-BANK -

· 1999 /11/ 02 · 1999 12

700 % 7 % 83
· 2.8 % 51.8 2000

1990 /12/ 06 :BARAKA -

· BADR · %51

· : (stand by) 1994

1.8 1995 /05/22

1995

1997

1992

1995

10

.1

24,9

1997

1996

()

• 1999

5

2

1.2

¹ Nashashibi.K et Autres, Stabilisation et transition à l'économie du marché , Finance et développement, F.M.I , Washington , 1998,P : 54.

11-03

2003/08/26

·()
·²

-1

-2

()

-3

2003/08/27

·52

11-03

¹

123 · 122 · 98 · 97 · 90 · 89 · 77 · 76 · 70 · 65

· 2003

²

... 125 ·

-1986

1994

1997

70

(GATS)

.1999

:GATS

1986/09/20

1993/12/15

-1

:1

2-1

2-1

3-1

4-1

GATS

5-1

1

.12

.127 -120 . 2001 .

-2

1

1

.14-12 .1993 .

.121 -120 .

.25-24 . 1998 .

-1

12 -86

1990/04/14

10 -90

1986/08/19

1994

)¹ 320

·(

.1997

1

1

1

.²1998

.³ % 49 21.6

1993/1992

4

. 2003/06/24 . 4121
()
. 117 . 2001 . 6-5 . .
. 2003/05/20 . 3783
1
2
3

⁴ A.chaker, L'assainissement, Redressement des banques, présenté pour les assises nationales des banques, Alger, le 7-8 décembre 1993. Paru dans recueil intitulé : L'entreprise et la banque, OPU, Alger 1994, pp :23-24.

1997

1

2

1997

1

.109

2

-1

-2

-3

-4

-5

-6

28

• 1997

• 2002

%10

1

• %10

2001

1388.2

.5 · 2003/10/23

· 1439

.2 · 2004/07/14

• 3830

1988

% 8

500

1

% 5

2

% 95

2002

346

1998

1997

130

1.5

500

2.5

500

1

27

2004/03/04

01-04

. 38 -37 ·2004/04/28

2

250

2004 400
 1 1.5
2002/11/27

(Union Bank)

2003

-1

.2 1

1

-2

-3

1

-4

¹ P. Turnbull, M.Gibbs, Marketing Bank Services to Corporate customers, International of bank marketing, vol5 , N° 1, pp: 20-21.

1

2

Nations Bank Bank America

Merita

Nord Banken · 1998

Unicredito

Credito Italino · 1997

DBS Bank

· 1998

ING

· 1997

Thai Danu Bank

Allgemeine Deutsche direkt

³1998

14

1

.20 – 16

2

1998/08/17

3

1

-5

2

-6

:() -7

¹ Molyneux . P, Banking, Mc Millan Ltd, London, 1991. P: 168.

1

- 8

-Derivatives -²

futures Contracts

Forward Contracts

. Swaps Contracts

Options Contracts

3

4

-9

.13 .2000

1

.75 · 2000 ·

2

31

3

.16 . 2000

4

1

-1

-2

-2

-3

-4

-5

360

30

Y

260

- 1

.¹1982 13 106 -82

.11 .
1982 13 106 -82 ¹
.1982/03/16

1988

1.000.000 2200 , 22
33000 33 2000

1990/04/14

.¹ 7000 300

-2

.²

:1990 -1982 1-2

:1999 -1991 2-2

.³

1

. 4-2 BADR info N°2 , Mars 2002

2

. 3

3

	¹ SWIFT	:1991
	² Sybu	:1992
		Télétraitements
24		
		:1993
		:1994
		:1996
.La Carte Inter Bancaire (CIB)		:1998
	:2004 -2000	3-2
		:2000 -
		:2001 -

1973

.....
(Système bancaire universel).

BADR

-1

1

¹ BADR-Infos, N° 28, 1999, P : 32 -33.

- 2

.1

: Les Succursales

-1

33

2004

Groupes Régionaux

8 42 ·d'Exploitations (G.R.E)
1

. 2003

: 1-6

2003/06/30

(%)		&	
31.45	95.493.455	060	01
5.52	16.754.447	011	02
5.20	15.794.447	015	03
4.93	14.976.560	634	04
4.56	13.843.216	019	05
3.73	11.330.621	006	06
3.17	9.619.089	638	07
2.99	9.084.873	025	08
2.71	8.238.531	635	09
2.53	7.688.704	031	10
2.51	7.612.319	002	11
2.35	7.129.993	028	12
2.23	6.781.296	005	13
1.98	6.017.100	004	14
1.97	5.982.485	009	15
1.92	5.838.533	027	16

¹ BADR info N°2 , Mars 2002 ,PP : 32-34.

1.92	5.825.214	013	17
1.74	5.269.659	022	18
1.71	5.183.893	023	19
1.59	4.836.637	042	20
1.52	4.602.753	007	21
1.48	4.492.377	021	22
1.43	4.350.930	014	23
1.25	3.800.099	024	24
1.06	3.217.696	010	25
1.00	3.025.285	029	26
0.90	2.226.894	012	27
0.86	2.625.646	030	28
0.85	2.571.731	018	29
0.79	2.411.175	026	30
0.65	1.967.529	017	31
0.55	1.682.146	003	32
0.50	1.590.419	020	33
0.23	707.507	008	34
0.19	578.375	001	35
100	303.591.475	35	

Les Agences Locales (A.L.E) Les Agences bancaires

: d'Exploitations

47

282

. 1 2005

¹ BADR infos , N° 4 , Juillet 2003 , pp : 32 – 34.

· 1993

1994

1996

Y

1998

()

2001

1

¹ Direction du Contrôle et Developpement , BADR Infos , N° 35 , Juillet 2003, P :5.

2000

.%10

.2001

2001/12/31

:2-6

78.40	2343078	
4.40	131523	
0.70	20880	
0.64	19347	
12.90	387637	
1.42	42457	
0.60	17955	
0.03	986	
0.20	5987	
0.47	14111	
0.01	4875	
100	2988836	

BADR Infos , N° 2 , Mars 2002

:

2001	319109	
%58	2000	117217
		¹
	42138	-
	146542	-
	113236	-
	17013	-
	179	-
143600		
%1.34	2000	1903
34.1	2003	2001
	19062	
	65.17	56156
		%50

2001/12/31 :3-6

1846.62	144037	
539.61	42090	
1670.87	130323	
4057.1	316450	

BADR Infos , N° 2 , Mars 2002 :

¹ Rapport d'activité de la BADR , 2001, P : 33.

-1

-2

1-2

Livret épargne BADR

Livret épargne Junior

500

19

:Carte BADR

.SATIM

:La Carte Inter Bancaire (CIB)

2001

: BADR Consul

: Télétraitemet

2004

: Les Bons de Caisse

:Les Dépôts à Terme

10000

762.24

:Les Comptes Devises

: Les Crédits à la Consommation¹

1999

36 12

: Les Crédits à la Construction

20

:Les Crédits D'investissements

2000

·()

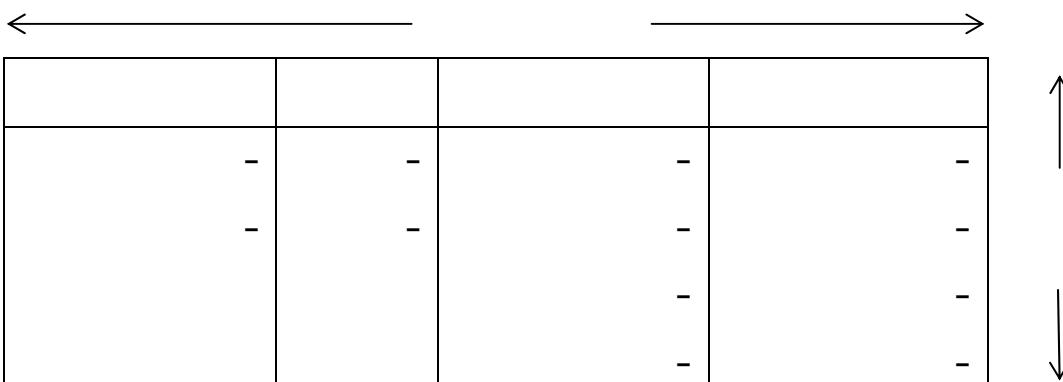
... ()

2-2

¹ Nouveau Produit(Crédit à la Consommation) , BADR Infos , N° 23 , 3^{ème} trimestre 1998, PP : 6-7.

4-6

-	-	-	-
-	-	-	-



2

4

-3

-4

: La Banque Assise 1-4

:la Banque Debout

2-4

:¹

(

)

: Les Services Personnalisés

3-4

S.E.C.A.M

% 30

:La Caisse Automatique

4-4

2000

1

· 2004

· 48

949	-697	-513	-357	-261		
950	-921	-541	-448	-624		
324	-336	-834	-649	-625		

¹BADR infos, N°36 /37, Décembre 2003,P :37.

-1

1-1

·(+)

2-1

-2

1-2

. 2000

1

: 5-6

(%)	(%)	(%)	
2.50	0.75-3.25	3.25	3
2.75	0.5 -3.25	3.25	6
3.25	3.25	3.25	12
3.50	0.25 + 3.25	3.25	18
3.75	0.50 + 3.25	3.25	24
4.0	0.75 + 3.25	3.25	36
4.25	1.00 + 3.25	3.25	48

: 2004/04/01

3	% 3.50	
	% 3.50	

: () 1991/02/20

24	24		6	3		
3.76	3.26	2.51	1.73	1.16	0.67	
3.84	3.34	2.59	2.12	1.81	1.52	
1.48	0.98	0.23	0.00	0.00	0.00	
4.14	3.64	2.89	2.21	1.79	1.45	
4.31	3.81	3.06	2.17	1.59	1.12	

2-2

1

• %3.25

$$\begin{aligned} \therefore \% 6.50 &= \% 1.25 + \quad = \\ \therefore \% 8.00 &= \% 2.75 + \quad = \\ &\quad \cdot \quad \cdot \quad) \\ &\quad \cdot \quad \cdot \quad) \\ \therefore \% 8.25 &= \% 2 + \quad = \end{aligned}$$

3-2

100 %2 -

500 () -

300 -

250 -

100 -

%2

1

.%2

-1

300

42

6-6

03	04		001
01	08		002
01	08	/	003
-	09	/	004
-	09		005
-	10		006
01	09	/	007
-	05	/	008
-	08		009
-	07		010
05	05	-	011
-	07		012
02	09		013
01	11	/	014
01	07	-	015
-	05		017

01	05		018
-	11		019
01	08	/ /	020
-	08		021
-	09		022
02	04		023
-	09	/	024
-	06		025
01	07		026
04	04		027
-	05		028
-	06		029
-	09	/ /	030
01	08		031
02	03		034
04	06		042
01	09		050
01	05		051
-	06		052
-	07		053
08	07	-	054
-	08		055
05	04	-	056
-	06		057
03	04	-	058
-	01		060
49	286		

BADR-Infos N°35, Juillet-Aout 2003, PP :32 -34 :

:7-6

	821		519		252
	822		520		261
	831		521		265
	834		522		297
	846		523		292
	866		541		324
	877		544		326
	904		580		336
	921		651		393
	943		676		388
	298		697		409
	949		696		426
	447		725		458
	625		730		488
	634		744		513
	638		763		515
	060		772		517
	635		802		518
			811		357

.BADR- Infos N°35, P : 28 :

()

(Les Distributeurs Automatiques Des

(Les Guichets Automatiques Des

Billets)

· Billets)

()

20

100

:8-6

()			
01	01		001
02	01		002
01	01	/	003
02	02	/	004
02	01		005
02	02		006
02	02	/	007
02	01	/	008
02	01		009
01	01		010
02	02	-	011
02	01		012
02	01		013
02	02	/	014
01	01	-	015
01	01		017

01	01		018
02	02		019
01	01	/ /	020
02	01		021
01	01		022
02	02		023
02	02	/	024
02	02		025
01	01		026
01	01		027
01	01		028
02	01		029
03	01	/ /	030
02	02		031
02	01		034
02	02		042
02	01		050
01	01		051
01	01		052
02	01		053
02	02	-	054
01	01		055
02	01	-	056
01	01		057
02	01	-	058
02	01		060
72	54		

.2004

-3

-4

)

(

(

-1

1-1

1-1-1

: Des Brochures

2-1-1

3-1-1

-2

·(TPE) (DAB)

(Serveur)

()

()

:La Banque Assise

-1

1-1

80

295

30 Offensive de vente

20

15

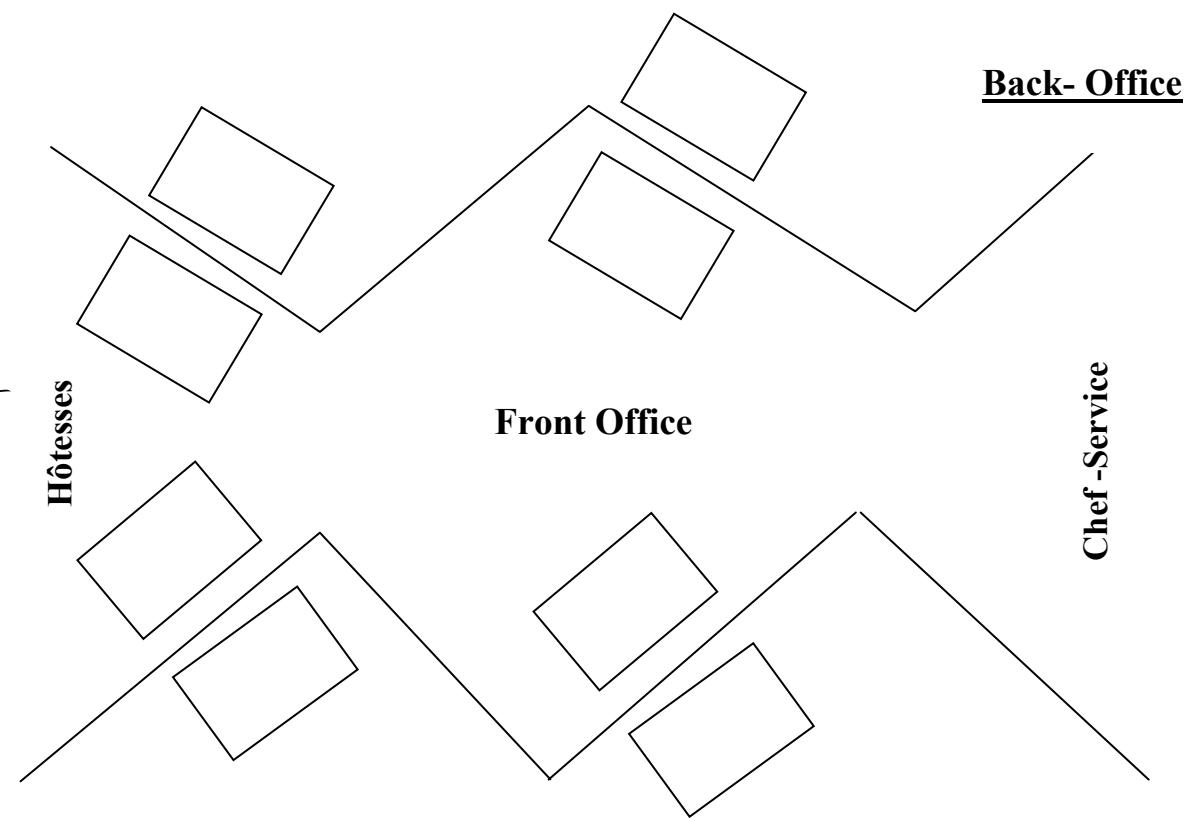
15

2-1

¹

¹La Banque Assise, un concept devenu réalité, BADR infos, N°1, Janvier- Février 2002, PP : 6-9.

:1-6



-2

(GAB)

(DAB)

Web

1
10

3-1

4-1

-Swift

Western Union

Swift

2

Axys

7000

%43

6296

2709

2000

884

2001

2003

3

2547

¹ Modernisation de La BADR , BADR Infos , N° 29 , 2^{ème} trimestre 2000, P : 13.

² Gestion des Ressources Humaines(un Nouveau d'information) , BADR Infos , N° 33 , Mars 2003.

		1	
			84
	192	22	
22	147	Back Office	
	400		
			:
	.2003	-	: 9-6

56		
79		
429		
		Back Office
147		-
22		-
94		-
127		-
28		-
38		-
35		-

22		-
192		-
690	S.I.B.F	
369		
61	S.I.B.F	
41		
01		E.S.B
2547		

Source : Direction de la réévaluation des Ressources Humaines , Bilan 2003, BADR Infos , Op cit , PP : 42 -43

¹ Direction de la réévaluation des Ressources Humaines , Bilan 2003, BADR Infos , Numéro double 36-37 , Décembre 2003, PP : 42 - 43.

72

2003

112

60

2004

()

300

2000

-2

1000

-3

3

%10

%28

%11.6

2002 2001

% 22

-4

-5

-6

-7

-8

-9

)
·(

-10

)
(-11

-1

-2

-3

-1

-2

-3

-4

)

(

-5

-6

)

(

-7

-8

" "

: -

85		1-2
86	1996	2-2
101		3-2
128		1-3
167		2-3
209		1-4
268		1-6
271	2001/12/31	2-6
272	2001/12/31	3-6
277		4-6
283		5-6
285		6-6
287		7-6
288		8-6
299	2003 -	9-6

: -

19		1-1
53		2-1
112		1-2
114		2-2
118		1-3
121		2-3
129		3-3
137		4-3
150		5-3
186		1-4
191		2-4
200		3-4
209		4-4
297		1-6

: : -1
2002
2000
2000
2003
1981 () . .
2002
2000
2001
2000
1984 & .
1997
1999
1990
1996
1998 () . .
1978
1995 & .
2000
1996 () . .
1998
1995
1984 & .
2002
2000 & .
2004
1999
1997 & .
2000 () . .
1998
1987

.1998
.1987
 .1986 & -
 .2004
 .1991
 .1999
 .1998 & -
 .2002
 .2001
 .1996
 .2001
 .1989
 .1998
 .1980
 .2000 & -
 .1997 () . .
 .1984
 .1998
 .1993
 .2000
 .2000 () . .
 .2001
 .1992
 .2000
 .1982 & -
 .1997
 .1999
 .1999
 .1982
 .2003
 .2001
 .1994
 .1995
 .1998
 .1997

.1994
.2001 & .1995
 .1999
 .20001991
.1991 -
 .2000 -
 .1990
 .1990 -
.2003269 -
.2001 -
 .1993 & .1998
 .1981 -
 .2000 -
 .1998
 .1997 -
 .1997 -
.1999 -
.1999 -
 .1998 -
 .1994
 .1980 -
 .1998
 .2002
 & .2003

		2002
.2002	.	
		2004
	2000	.
.1998	.	
.1998	.	
	1999	.
.1990	.	
	1990	.
.1996	.	
	2003	· 66
.1999	.	
		1998
.1988	.	
.1994	.	
		-5
	2000 · 1997	.
	2002 · 2001 · 2000	.
.2003/10/23	· 1439	.
.2004/07/14	· 3830	.
	2003/05/20	· 3783
		-6
/04/23 – 22		
		2003
		()
	2001 /11/ 6 -5	· ()

1- Ouvrages.

- Badoc.M, *le marketing dans les institutions financières*, Dunod, Paris, 1998.
- Badoc.M et autres, *e-Marketing de la banque et de l'assurance*, Editions d'Organisation, deuxième tirage, Paris, 1999.
- Bellanger .R, *Initiation au marketing bancaire*, banque collection, Paris, 1977.
- Berman.B, *Marketing channels*, john Wiley & Sons Inc, New York, 1996.
- Berry .L & Capaldini .L, *Marketing for the Bank Executives*, Mason & Liscomb Publishers Inc, 1991.
- Blua.F et Autres, *La Banque Américaine*, Les Editions d'organisation, Paris, 1998.
- Braddik .W, *Management for bankers* , Second Edition Butterworths Co.(Publishers) Ltd ,London, 1991 .
- Bullet. S, *La compétitivité*, Dunod, Paris, 1990.
- Capon. N, *The Marketing of financial services*, Prentice-hall Inc, New Jersey, 1992.
- Caroll.M.D, *Ten commitments for Banking Marketing for bank Executives*, Leviathan House, London, 1974.
- Chaker.A, *L'assainissement, Redressement des banques, présenté pour les assises nationales des banques*, Alger, le 7-8 décembre 1993. Paru dans recueil intitulé : *l'entreprise et la banque*, OPU, Alger 1994.
- Channon. D, *Bank Strategic and Marketing*, John Willey & Son Ltd, New York, 1986.
- Crosby.A.P, *Quality is Free*, Mc Graw- Hill Book Co Inc, London, 1979.
- Dubois .P.L & Jolibert .A, *Le Marketing*, 3éme édition, Economica, Paris, 1998.
- Handscombe.R, *Banker's Management*, Mc Graw, London, 1998.
- Harrari .J.C, *Marketing bancaire, marketing financier*, Dalloz, Paris, 1974.
- Hodages.R & Tillman. M, *Marketing in Banking*, Addison Wesley Pub, California, 1966.
- Kotler.P, *Marketing Management, Analysis, Planning implementation and Control*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice - Hall Inc, 1994.
- Langlois.M&Troque.G, *Marketing des Services (Le Défi relationnel)*, Gérard Gaétan éditeur, Canada, 1998.
- Lendrevie. J, *Mercator*, 6ème Edition, Dalloz, Paris, 2000.
- Logothetis .N, *Managing for total quality from Deming to Taguchi*, Prentice Hall, London, 1992.
- Malcom.Mc Donald & Dunbar .I, *Market Segmentation*, second edition, Mc Millan Press Ltd, London, 1998.
- Mc Mahon. R, *Bank Marketing Hand Book*, Bankers Publishing Company, Boston, 1986.
- Meidan .A, *Bank Marketing Management*, Mc Millan Press, London, 1984.
- Molyneux.P, *Banking*, Mc Millan Ltd, London, 1991.
- Mudie.P&Cottam.A, *The Management and Marketing of services*, Butterworth Heinemann, London, 1995.
- Ogden .R, *Marketing in Commercial Banks*, New Jersey, Prentice - Hall Inc, 1971.
- Porter. M, *L'avantage concurrentiel*, Dunod, Paris, 2000.
- Stanton. M, *Fundamentals of Marketing*, Mc Graw- hill, Auckland, 1984.
- Stuart. W et Autres, *Marketing*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey, 1999.
- Sylvie de Cousserragues, *Gestion de la Banque*, Dunod, Paris, 1992.
- Tournois .N, *Le Marketing bancaire face aux nouvelles technologies*, Edition Masson, Paris, 1989.
- Yves le Golvan, *Dictionnaire Marketing : banque- Assurance*, Dunod, Paris, 1988.

-Zollinger. M & Lamarque.E, *Marketing et Stratégie de la banque*, Dunod, Paris, 1999.

-Zollinger.M, *Le marketing bancaire*, Dunod, Paris, 1985.

2- Revues.

-Anderson .W, *Market segmentation, journal of marketing*, vol 40, London, 1976.

-Anonymous. F, *Study Sheds light on a missing link*, *Nation's Business*, Vol 85, September 1998.

-BADR infos, N°28, 3^{ème} Trimestre 1999.

-BADR infos, N°1, Janvier- Février 2002.

-BADR infos, N°33, Mars- Avril 2003.

-BADR infos, N°35 Juillet- Août 2003.

-BADR Infos, N° 29, 2^{ème} trimestre 2000

-BADR Infos, Numéro double 36-37, Décembre 2003.

-Buswel .D, *measuring the quality of in branch Customer service*, *International of bank Marketing*, Vol 2, N°1, 1983.

-Garvien.A, *What does product quality mean*, *Management review*, Vol 26, N°1, London, 1984.

-Gronroos .C, *Service quality model*, *European journal of Marketing*, Vol 18, N° 4, London, 1984.

-Gronroos.C, *A service quality model and its marketing implications*, *European Journal of marketing*, vol 18, N° 4, London, 1984.

-Gronroos.C, *A service quality model and its marketing implications*, *European Journal of marketing*, vol 18, N° 4, London, 1984.

-Gronross .C, *Marketing of Services*, *Journal of Marketing*, Vol .40, 1976.

-Jain. P.K, *Assessing the Performance Of Development bank* , *Long Range Planning* , *Journal Of Marketing* Vol 22 , N° 6 , 1989.

-Jayawar hena.C & Foly.P, *Changes in the banking sector*, *Internet research electronic net working applications and Policy*, vol 10, N° 1, New york, 2002.

-Lewis Barbare.R&Smith Anne .M, *Customer Care in Financial service Organizations*, *International of bank Marketing*, Vol 7, N°5, 1984.

-Magrath .A.G, *When Marketing services*, *Business Horizons*, London, 1986.

-Mc.Iver & C.Naylor, *Marketing Financial services*, *The Institute of Bankers*, London, 1980.

-McKee Daryl .O, *Strategic Adaptability and Firm Performance*, *Journal of Marketing*, vol 35, N° 3, 1989.

-Moss. C.D & Soon.R, *Customer Satisfaction – the key to successful and legally unfettered trading-* *European journal of Marketing*, Vol 19, N° 6, London, 1985.

-Nashashibi.K et Autres, *Stabilisation et transition à l'économie du marché*, *Finance et développement*, F.M.I, Washington, 1998.

-Person .R.j, *Loosing Customers*, *Banking Review*, Oct 1975.

-Thompson & Little. M, *The Bank of the Future*, *Journal of Bank Marketing*, N° 3, 1992.

-Weyer. D.V, *Bank Marketing*, *Institute of Bankers*, London, 1969.

-Wood.R & Lafarge.M, *The Impact of Competitive Planning on Financial Performance*, *Academy Of Management Journal*, 1979.

1	
7	: :
8	: :
27	: :
35	: :
50	: :
61	: :
62	: :
70	: :
97	: :
105	: :
117	: :
118	: :
133	: :
144	: :
163	: :
174	: :
181	: :
182	: :
187	: :
210	: :
217	: :
227	: :
228	: :
241	: :
249	: :
261	: :
262	: :

273.....	:
294.....	:
303	Concl.
311.....	Tableaux
312.....	Biblio
319	