

THE INSTITUTE OF BANKERS, BANGLADESH (IBB)

96th Banking Professional Examination, 2023

AIBB

Marketing and Branding in Financial Services (MBFS)

Subject Code :

2	1	0
---	---	---

Time—3 hours

Full marks—100

Pass marks—45

[N.B. The figures in the right margin indicate full marks. Answer any five questions.]

- | | Marks |
|---|-------|
| 1. (a) What is marketing strategy? How it is important for financial institutions? | 6 |
| (b) Explain —“Different operations of a financial service organization must integrate to offer value to customer”. | 7 |
| (c) A well known commercial Bank is planning to launch a special banking service to women entrepreneur. Explain how the bank can use marketing mix to make it a success? | 7 |
| 2. (a) Define market segmentation. Briefly discuss the different levels of market segmentation. | 7 |
| (b) Effective segmentation can help banks to get competitive advantages. What are the basic requirements for such effective segmentation? Discuss. | 6 |
| (c) Commercial banks in Bangladesh offer almost identical deposit and loan products to their customers. In this circumstances, how a particular bank can develop effective market segmentation strategy to sustain in the long run? | 7 |
| 3. (a) What is customer relationship management? | 3 |
| (b) Customer Relationship Management is vital for both individual and corporate customer to gain market Share in an identical product Industry like banking —Explain. | 7 |
| (c) Suppose you are a relationship manager of a commercial bank. Discuss what challenges you might face in promoting your products to the customer and how to overcome them? | 10 |
| 4. (a) What are the factors to consider while setting price of financial product or services? | 5 |
| (b) Pick any retail banking service and discuss the pricing strategies applicable of it? | 8 |
| (c) Is there any differences between approaches taken for service marketing and traditional product marketing? Please specify. | 7 |

[Please turn over

	Marks
5. (a) What is "Strategic Business Unit"? Discuss the characteristics of a Strategic Business Unit?	7
(b) "All corporate head quarters undertake four planning activities." Discuss these activities?	8
(c) How diversification strategy differs from diversification growth strategy? Explain.	5
6. (a) What is customer based brand equity? Discuss the ingredients of customer base brand equity.	5
(b) Most of the marketer agree about basic branding principles. However a number of models of brand equity offer some different perspectives. Discuss these differences based on brand equity model.	8
(c) Euro money is an English language based magazine focusing on business and finance issues. They provide prestigious awards and accreditation in recognition of achievements and innovations in banking and finance worldwide. Winning their awards bring global recognition. A brand manager of a leading private commercial bank is considering to participate Euro money award to enhance the brand value. Whether this action is appropriate in enhancing brand value or not? Explain your reason.	7
7. (a) What are the components of marketing communication mix?	6
(b) Discuss how social media is becoming imperative for service marketing communication?	7
(c) A commercial bank has launched an e-wallet app and is planning to promote the app on digital platforms. Suggest few digital marketing strategies to the bank.	7
8. (a) A commercial bank is planning to develop a SME banking product/service. Discuss the product development process, the bank should follow.	6
(b) Discuss the challenges the bank may encounter in developing this SME product/service?	7
(c) What are the factors of a financial institution should consider for positioning a product/service in the target market?	7
9. (a) What is value chain of a bank? Briefly explain with example how has a bank's generic value chain been generated in the industry?	8
(b) "To keep up with the advancement of Fintech, financial institutions need to go beyond traditional marketing approach"— Discuss elaborately.	6
(c) Advancement of Fintech opens door for financial inclusion. Discuss the opportunities it made available to include the marginal/rural population of Bangladesh and how banks can play a vital role here?	6

Marks
4×5=20

10. Write short notes (any five) :

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| (a) Marketing Information system | (b) POD and POP |
| (c) E/M wallet | (d) Service Profit chain |
| (e) Fintech | (f) Emotional branding |
| (g) Strategic planning gap | (h) Binimoy |
| (i) Survuction. | |

[বাংলা অনুবাদ]

দ্রষ্টব্য : ডান পাশের সংখ্যা প্রশ্নের পূর্ণমান জ্ঞাপক। যে কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দিন।

- | | | |
|----|---|----|
| ১। | (ক) বাজারজাতকরণ কৌশল কী? কীভাবে এটি আর্থিক প্রতিষ্ঠানের জন্য গুরুত্বপূর্ণ? | ৬ |
| | (খ) একটি আর্থিক সেবা প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন কার্যাবলি অবশ্যই সমন্বিতভাবে পরিচালনা করতে হয় ভোক্তাদের মূল্য সৃষ্টির জন্য। ব্যাখ্যা করুন। | ৭ |
| | (গ) একটি স্বনামধন্য বেসরকারি বাণিজ্যিক ব্যাংক নারী উদ্যোক্তাগণের জন্য একটি ব্যাংকিং সেবা চালুকরণের পরিকল্পনা করেছে। এটা সফল করতে ব্যাংকটি বাজারজাতকরণ মিশ্রণকে কীভাবে ব্যবহার করতে পারে? | ৭ |
| ২। | (ক) বাজার বিভাজনের সংজ্ঞা দিন? বাজার বিভাজনের বিভিন্ন ধাপগুলো সংক্ষেপে ব্যাখ্যা করুন। | ৭ |
| | (খ) কার্যকর বাজার বিভাজন ব্যাংককে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা পেতে সহায়তা করে— এধরনের কার্যকর বিভাজনের মূল প্রয়োজনীয়তাসমূহ কী কী? ব্যাখ্যা করুন। | ৬ |
| | (গ) বাংলাদেশের বাণিজ্যিক ব্যাংকসমূহ অধিকাংশ সময় একই ধরনের ডিপোজিট এবং ঋণ পণ্য প্রস্তাব করে থাকে। এ প্রেক্ষিতে একটি নির্দিষ্ট ব্যাংক কীভাবে কার্যকর বাজার বিভাজন প্রণয়নের মাধ্যমে বাজারে দীর্ঘমেয়াদে টিকে থাকতে পারে? | ৭ |
| ৩। | (ক) গ্রাহক সম্পর্ক ব্যবস্থাপনা বলতে কী বোঝানো হয়? | ৩ |
| | (খ) ব্যাংকের একক গ্রাহক ও কর্পোরেট ব্যাংকিং শাখা উভয়ের ক্ষেত্রেই গ্রাহক সম্পর্ক ব্যবস্থাপনা একই ধরনের পণ্য/সেবা প্রদানকারী শিল্প যেমন ব্যাংকিং এর ক্ষেত্রে বাজার অংশ অর্জনে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে— ব্যাখ্যা করুন। | ৭ |
| | (গ) একটি বাণিজ্যিক ব্যাংকে গ্রাহক সম্পর্ক ব্যবস্থাপক হিসেবে আপনার পণ্য/সেবা বিপণনে আপনি কী কী প্রতিবন্ধকতার সম্মুখীন হতে পারেন এবং তা কীভাবে মোকাবেলা করবেন? | ১০ |
| ৪। | (ক) আর্থিক প্রতিষ্ঠানের পণ্য এবং সেবার মূল্য নির্ধারণের সময় কী কী বিষয় বিবেচনা করা উচিত? | ৫ |
| | (খ) যে কোনো খুচরা ব্যাংকিং পণ্য/সেবার আলোকে উক্ত পণ্য/সেবার ক্ষেত্রে প্রযোজ্য মূল্য নির্ধারণী কৌশলসমূহ বর্ণনা করুন। | ৮ |
| | (গ) সেবা বিপণন এবং প্রচলিত পণ্য বিপণন পদ্ধতির মধ্যে কোনো পার্থক্য আছে কি? সুনির্দিষ্টভাবে আলোচনা করুন। | ৭ |
| ৫। | (ক) “কৌশলগত ব্যবসায়িক একক” কী? কৌশলগত ব্যবসায়িক একক এর বিভিন্ন বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে আলোচনা করুন। | ৭ |
| | (খ) সকল কর্পোরেট কেন্দ্রীয় দফতর চারটি পরিকল্পনা কার্যক্রম সম্পাদন করে থাকে। সে সকল কার্যক্রম সম্পর্কে সংক্ষেপে আলোচনা করুন। | ৮ |
| | (গ) “বৈচিত্র্যতা কৌশল” কীভাবে “বৈচিত্র্যতা বৃদ্ধি কৌশল” থেকে ভিন্ন। আলোচনা করুন। | ৫ |

[পর পৃষ্ঠা দ্রষ্টব্য]

- ৬। (ক) ক্রেতা ভিত্তিক ব্র্যান্ড ইক্যুটি কী? ক্রেতাভিত্তিক ব্র্যান্ড ইক্যুটির উপাদানসমূহ আলোচনা করুন। ৫
- (খ) অধিকাংশ বিপণনকারী মৌলিক ব্র্যান্ড নীতিমালা সম্পর্কে একমত পোষণ করেন। তবে ব্র্যান্ড ইক্যুটির কিছু সংখ্যক মডেল কিছু ভিন্ন দৃষ্টিকোণ প্রস্তাব করে। ব্র্যান্ড ইক্যুটির মডেলগুলোর আলোকে সে সকল ভিন্নমতগুলো ব্যাখ্যা করুন? ৮
- (গ) ইউরোমানি একটি ইংরেজি ভাষাভিত্তিক ফিন্যান্স ও ব্যবসায় সংক্রান্ত ম্যাগাজিন। এটি নিয়মিত ভিত্তিতে ব্যাংকিং এবং ফিন্যান্স খাতে বিভিন্ন উদ্ভাবন এবং অর্জনের স্বীকৃতি স্বরূপ পুরস্কার বিতরণ করে থাকে। একটি খ্যাতিনামা বাণিজ্যিক ব্যাংকের ব্র্যান্ড মানেজার তার ব্যাংকের ব্র্যান্ডমূল্য বৃদ্ধির জন্য উল্লিখিত প্রতিযোগিতামূলক অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণে আগ্রহী। এ কার্যক্রম ব্র্যান্ডের মূল্য বৃদ্ধির ক্ষেত্রে যথার্থ কি-না? ব্যাখ্যা করুন। ৭
- ৭। (ক) বিপণন যোগাযোগ মিশ্রণের উপাদানসমূহ কী কী? ৬
- (খ) সেবা বিপণন যোগাযোগের ক্ষেত্রে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার কেন অপরিহার্য হয়ে উঠেছে? ব্যাখ্যা করুন। ৭
- (গ) একটি বাণিজ্যিক ব্যাংক সম্প্রতি একটি ই-ওয়ালেট অ্যাপ চালু করেছে। ব্যাংকটি ডিজিটাল মাধ্যমে সেবাটি প্রচারে আগ্রহী। এ প্রেক্ষিতে ব্যাংকটিকে কতিপয় ডিজিটাল —বিপণন কৌশল বিষয়ে পরামর্শ দিন। ৭
- ৮। (ক) একটি বাণিজ্যিক ব্যাংক এসএমই ব্যাংকিং সেবা চালু করার পরিকল্পনা করেছে। ব্যাংকটির আলোচ্য সেবা প্রণয়ন প্রক্রিয়াটি বর্ণনা করুন। ৬
- (খ) আলোচ্য এসএমই সেবা প্রণয়নের ক্ষেত্রে প্রতিবন্ধকতাসমূহ আলোচনা করুন। ৭
- (গ) অস্ট্রেলিয়ার পণ্যের অবস্থান নিশ্চিতকরণে আর্থিক প্রতিষ্ঠানসমূহ কর্তৃক কী কী বিষয়সমূহ বিবেচনা করা উচিত তা আলোচনা করুন। ৭
- ৯। (ক) একটি ব্যাংকের ড্যানু চেইন কী? শিল্পক্ষেত্রে কীভাবে একটি ব্যাংকের সাধারণ ড্যানু চেইন তৈরি হয়? উদাহরণসহ সংক্ষেপে ব্যাখ্যা করুন। ৮
- (খ) “ফিন্যান্সিয়াল টেকনোলজি (ফিনটেক) এর ক্রমবর্ধমান উন্নয়নের সাথে সামাজিক রক্ষার্থে আর্থিক প্রতিষ্ঠানসমূহকে প্রচলিত বাজারজাতকরণ পদ্ধতির গতি অতিক্রম করার প্রয়োজন হয়” — বিষয়টি বিশদ ব্যাখ্যা করুন। ৬
- (গ) ফিনটেক এর উন্নয়ন আর্থিক অন্তর্ভুক্তির দ্বার উন্মোচন করে দেয়। বাংলাদেশের প্রান্তিক/গ্রামীণ জনগোষ্ঠীকে আর্থিক অন্তর্ভুক্তির ক্ষেত্রে ফিনটেক কী কী সুযোগ সৃষ্টি করেছে এবং বাংলাদেশের ব্যাংকগুলো তা কীভাবে কাজে লাগাতে পারে? ৬
- ১০। সংক্ষিপ্ত টিকা লিখুন (যে কোনো পাঁচটি) : ৪×৫=২০
- (ক) বাজারজাতকরণ তথ্য ব্যবস্থাপনা (খ) POD এবং POP
- (গ) ই/এম ওয়ালেট (ঘ) সেবা-মুনাফা চেইন
- (ঙ) ফিনটেক (চ) আবেগ ব্র্যান্ডিং
- (ছ) কৌশলগত পরিকল্পনা গ্যাপ (জ) বিনিময়
- (ঝ) সরভাকশন