

THE INSTITUTE OF BANKERS, BANGLADESH (IBB)

95th Banking Diploma Examination, 2022

JAIBB

Marketing of Financial Services (MFS)

Subject Code :

| | | |
|---|---|---|
| 1 | 0 | 3 |
|---|---|---|

Time—3 hours

Full marks—100

Pass marks—50

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

- | | Marks |
|---|-------|
| 1. (a) Explain the core marketing concepts of banking services. | 6 |
| (b) What is the services marketing mix? How does bank management effectively apply this mix elements to satisfy bank clients? | 7 |
| (c) What are the specific features of a bank product that require different marketing techniques than physical goods? | 7 |
| 2. (a) Discuss the external and internal factors affecting the change in customer attitudes towards bank marketing. | 10 |
| (b) “There are several factors both bank physical and clients’ psychological influence bank clients behaviour.”—Discuss. | 10 |
| 3. (a) What is meant by ‘distribution’ of financial products and services? | 5 |
| (b) What channels are used by our commercial banks and financial institutions in distribution of their products/services? | 8 |
| (c) What is the channel conflict? How it can be resolved to ensure smooth distribution system? | 7 |
| 4. (a) What do you mean by marketing strategy? | 6 |
| (b) What strategy would be relevant and helpful for new product development? | 7 |
| (c) Describe corporate planning elaborately. | 7 |

[Please turn over

| | Marks |
|---|--------|
| 5. (a) What is marketing research? Why is it so important for our financial institutions? | 3+3=6 |
| (b) Define 'Research Methodology.' | 6 |
| (c) Describe the essential parts of an ideal marketing research report. | 8 |
| 6. (a) Define market segmentation. What are the three main factors that influence market segmentation? | 10 |
| (b) Discuss in detail the basis of segmenting bank market. | 10 |
| 7. (a) Discuss the functions of advertising which plays important role in the banks marketing program. | 10 |
| (b) "Institutional advertising generates the long-term build up of a bank's name."—Justify the statement. | 10 |
| 8. (a) What are the two main objectives in relation to price setting of a bank product? | 6 |
| (b) Discuss the different criteria for pricing of a banking product. | 7 |
| (c) Describe the strategies to adjust the price. | 7 |
| 9. (a) What is product branding strategy? | 5 |
| (b) How does 'branding strategy' help the financial products grow sustainably in a competitive situation? | 7 |
| (c) Is there any relationship between product branding and customer loyalty?—Discuss the limitations of branding. | 8 |
| 10. Write short notes (any five) : | 4×5=20 |
| (a) Value chain | |
| (b) Market administration | |
| (c) Virtual service delivery | |
| (d) RTGS in banking | |
| (e) Agent banking | |
| (f) Strategic Business Unit (SBU) | |
| (g) Service profit chain | |
| (h) Double benefit scheme. | |

[বাংলা অনুবাদ]

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

- | | | নম্বর |
|----|--|-------|
| ১। | (ক) ব্যাংকিং সেবার মূল বাজারজাতকরণ ধারণা ব্যাখ্যা করুন। | ৬ |
| | (খ) সেবা বাজারজাতকরণ মিশ্রণ কী? ব্যাংক গ্রাহকদের সন্তুষ্ট করার জন্য ব্যাংক ব্যবস্থাপনা এই মিশ্রণ উপাদানগুলোকে কীভাবে কার্যকরভাবে প্রয়োগ করে? | ৭ |
| | (গ) একটি ব্যাংক পণ্যের কোন কোন বৈশিষ্ট্যের কারণে একটি বাস্তব পণ্যের চেয়ে আলাদা বাজারজাতকরণ কৌশল প্রয়োজন হয়? | ৭ |
| ২। | (ক) ব্যাংক বাজারজাতকরণের প্রতি ভোক্তার দৃষ্টিভঙ্গি পরিবর্তনকে প্রভাবিত করে এমন বাহ্যিক এবং অভ্যন্তরীণ কারণগুলো নিয়ে আলোচনা করুন। | ১০ |
| | (খ) “ব্যাংক গ্রাহকদের আচরণকে প্রভাবিত করে এমন ব্যাংকের বাহ্যিক এবং গ্রাহকের মানসিক কারণগুলো ব্যাংক গ্রাহকদের আচরণকে প্রভাবিত করে।”— আলোচনা করুন। | ১০ |
| ৩। | (ক) আর্থিক পণ্য/পরিসেবার ‘বন্টন’ বলতে কী বুঝেন? | ৫ |
| | (খ) আমাদের বাণিজ্যিক ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানসমূহ তাদের পণ্য/পরিসেবা বন্টনে কী কী চ্যানেল (মাধ্যম) ব্যবহার করে থাকেন? | ৮ |
| | (গ) ‘চ্যানেল দ্বন্দ্ব’ কী? একটি সুন্দর বন্টন পদ্ধতি নিশ্চিত করার জন্য চ্যানেল দ্বন্দ্ব কীভাবে নিরসন করা যায়? | ৭ |
| ৪। | (ক) ‘বিপণন কৌশল’ বলতে কী বুঝেন? | ৬ |
| | (খ) নতুন পণ্য/সেবা উন্নয়নে কোন বিপণন কৌশল প্রাসঙ্গিক ও সহায়ক হবে বলে আপনি মনে করেন? | ৭ |
| | (গ) ‘প্রাতিষ্ঠানিক পরিকল্পন’ এর বিস্তারিত বর্ণনা করুন। | ৭ |
| ৫। | (ক) ‘বাজার গবেষণা’ কী? আমাদের আর্থিক প্রতিষ্ঠানসমূহের জন্য এটা এত গুরুত্বপূর্ণ কেন? | ৬ |
| | (খ) গবেষণা পদ্ধতি এর সংজ্ঞা দিন। | ৬ |
| | (গ) একটি আদর্শ বাজার গবেষণা প্রতিবেদনের আবশ্যিক অংশসমূহ বর্ণনা করুন। | ৮ |
| ৬। | (ক) বাজার বিভক্তিকরণ সংজ্ঞায়িত করুন। বাজার বিভক্তিকরণকে প্রভাবিত করে এমন তিনটি প্রধান কারণ কী কী? | ১০ |
| | (খ) বিশদভাবে ব্যাংক বাজারকে ভাগ করার ভিত্তিগুলো নিয়ে আলোচনা করুন। | ১০ |
| ৭। | (ক) ব্যাংকের বাজারজাতকরণ কর্মসূচীতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখতে পারে এরূপ বিজ্ঞাপন কার্যাবলি আলোচনা করুন। | ১০ |
| | (খ) “প্রাতিষ্ঠানিক বিজ্ঞাপন ব্যাংকের নামের দীর্ঘমেয়াদী কাঠামো তৈরি করে।”—এই বক্তব্যটির সঠিকতা যাচাই করুন। | ১০ |

[Please turn over

| | | নম্বর |
|-----|--|--------|
| ৮। | (ক) একটি ব্যাংক পণ্যের মূল্য নির্ধারণের ক্ষেত্রে দুটি প্রধান উদ্দেশ্য কী কী? | ৬ |
| | (খ) একটি ব্যাংকিং পণ্যের মূল্য নির্ধারণের জন্য বিভিন্ন মানদণ্ড আলোচনা করুন। | ৭ |
| | (গ) মূল্য বাপঝাওয়ানোর কৌশলসমূহ আলোচনা করুন। | ৭ |
| ৯। | (ক) পণ্য/সেবা ব্র্যান্ডিং কৌশল কী? | ৫ |
| | (খ) একটি প্রতিযোগিতামূলক পরিস্থিতিতে আর্থিক পণ্য/সেবাসমূহের টেকসই সমৃদ্ধিতে ব্র্যান্ডিং কৌশল কীভাবে সহায়তা করতে পারে? | ৭ |
| | (গ) পণ্য/সেবা ব্র্যান্ডিং এবং গ্রাহক আনুগত্যের মধ্যে কোনো সম্পর্ক আছে কী? ব্র্যান্ডিং এর সীমাবদ্ধতা আলোচনা করুন। | ৮ |
| ১০। | নিচের যে কোনো পাঁচটির সংক্ষিপ্ত টীকা লিখুন : | ৪×৫=২০ |
| | (ক) ড্যানু চেইন | |
| | (খ) বাজার প্রশাসন | |
| | (গ) ভার্টুয়াল সেবা বিতরণ | |
| | (ঘ) ব্যাংকিং এ আর, টি, জি, এস | |
| | (ঙ) এজেন্ট ব্যাংকিং | |
| | (চ) কৌশলগত ব্যবসা একক (SBU) | |
| | (ছ) সেবা লভ্যাংশ চেইন | |
| | (জ) ডবল বেনিফিট কীম। | |