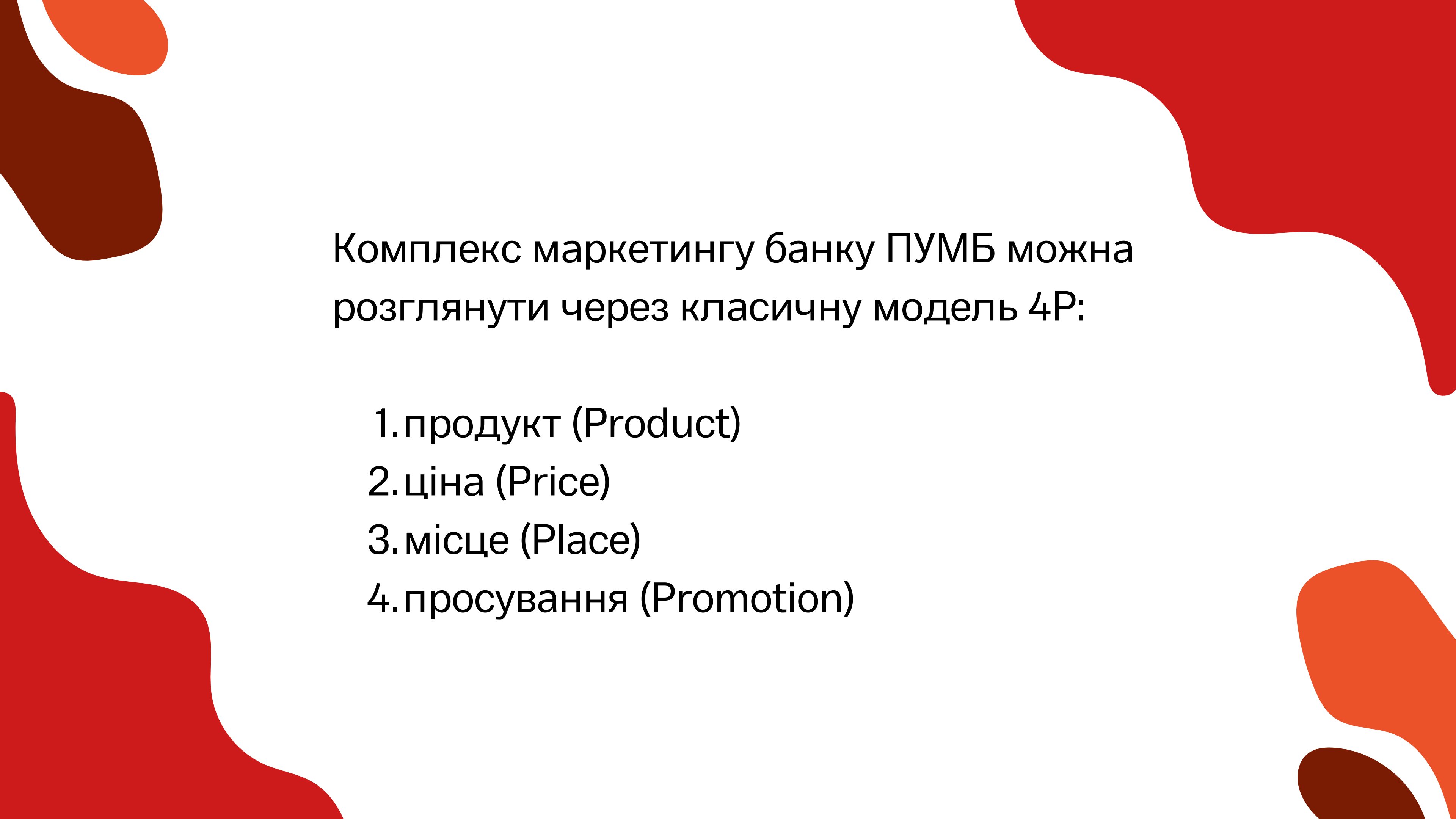




ПУМБ

Перший Український Міжнародний Банк

— один із найбільших комерційних банків України, заснований у 1991 році. Він пропонує широкий спектр фінансових послуг як для фізичних осіб, так і для бізнесу, включаючи кредити, депозити, карткові продукти, інтернет-банкінг та інше. Банк є частиною фінансово-промислової групи "СКМ" Ріната Ахметова.



Комплекс маркетингу банку ПУМБ можна розглянути через класичну модель 4P:

1. продукт (Product)
2. ціна (Price)
3. місце (Place)
4. просування (Promotion)

1

PRODUCT

Продуктовий портфель:

ПУМБ пропонує широкий спектр фінансових продуктів і послуг для фізичних осіб та бізнесу. Це включає в себе поточні рахунки, депозити, кредити (іпотечні, споживчі, автокредити), карткові продукти (в тому числі кредитні картки), інвестиційні послуги та страхування. Для бізнесу банк пропонує кредити, зарплатні проекти, інкасаційні послуги, розрахунково-касове обслуговування та інші фінансові рішення

1

PRODUCT

Інноваційні продукти:

Банк активно впроваджує цифрові рішення, такі як інтернет-банкінг та мобільний додаток "ПУМБ Online", які дозволяють клієнтам управляти своїми фінансами дистанційно, сплачувати рахунки, здійснювати перекази, контролювати витрати тощо

2

PRICE

Цінова політика:

ПУМБ прагне запропонувати конкурентоспроможні ціни на свої продукти і послуги. Це включає в себе привабливі відсоткові ставки за кредитами та депозитами, а також різноманітні акції та спеціальні пропозиції, наприклад, знижки на послуги або підвищені відсоткові ставки за депозитами

2

PRICE

Тарифи та комісії:

Банк надає прозору систему тарифів, яка дозволяє клієнтам вибрати оптимальний для них пакет послуг з мінімальними комісіями. Наприклад, ПУМБ може пропонувати безкоштовне відкриття рахунків або знижені комісії за певні транзакції в рамках спеціальних пакетів



3

PLACE

Фізична присутність:

ПУМБ має розгалужену мережу відділень і банкоматів по всій Україні, що забезпечує доступність банківських послуг для клієнтів у різних регіонах



3

PLACE

Дистанційне обслуговування:

Банк активно розвиває онлайн-канали обслуговування, включаючи інтернет-банкінг і мобільний додаток. Це дозволяє клієнтам зручно користуватися банківськими послугами незалежно від їхнього місця знаходження

4

PROMOTION

Рекламні кампанії:

ПУМБ активно використовує різні канали для просування своїх продуктів і послуг, включаючи телевізійну рекламу, онлайн-рекламу, соціальні мережі, а також зовнішню рекламу. Кампанії орієнтовані як на залучення нових клієнтів, так і на підтримку лояльності існуючих

4

PROMOTION

Програми лояльності:

Для заохочення клієнтів банк розробляє програми лояльності, що передбачають бонуси за використання банківських карток, спеціальні пропозиції та знижки від партнерів

4

PROMOTION

Контент-маркетинг та PR:

ПУМБ також активно веде комунікацію з клієнтами через блог, соціальні мережі та електронну розсилку, надаючи корисну інформацію про фінансову грамотність, нові продукти та послуги банку

ВИСНОВОК:

ПУМБ використовує комплексний підхід до маркетингу, орієнтуючись на задоволення потреб різних категорій клієнтів через широкий асортимент продуктів і послуг, конкурентоспроможну цінову політику, наявність фізичних і онлайн-каналів для обслуговування, а також ефективні методи просування та підтримки клієнтської лояльності



THANK YOU

Підготувала студентка 375-1 групи
Плешкан Ксенія