

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОМ МАРКЕТИНГЕ

Студентка гр. 113628 Монченко М.С.,
старший преподаватель Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

В современном обществе банковский маркетинг невозможен без информационных технологий. Одним из наиболее эффективных способов продвижения банка на рынке является активное освоение интернет-возможностей. *В отличие от других технологических новинок интернет в корне изменяет основы банковского маркетинга.*

Для информационного обеспечения своей деятельности банки используют интернет-сайты, что удобно для клиента в плане оперативного получения информации о деятельности банка. На сайтах публикуются рекламные и информационные статьи, которые помогают клиентам разобраться в сложных банковских терминах, подробнее ознакомиться с предлагаемыми услугами, проводимыми акциями. Некоторые сайты размещают баннеры, которые делают акцент на определенные услуги банка. Немаловажную роль в продвижении сайта играет его попадание в поисковики.

Конкурентная борьба вынуждает банки искать новые возможности и технологии предоставления услуг, в частности, дистанционное обслуживание. Появление и развитие технологий дистанционного обслуживания стало возможным благодаря доступности средств передачи, хранения и обработки информации, успехам криптографии (средства аутентификации и цифровой подписи), что позволяет заключать сделки и осуществлять операции без фактического контакта сторон. *Интернет-банкинг является наиболее динамичным и представительным направлением банковских интернет-решений.* Интернет-банкинг – сервис, позволяющий управлять своим банковским счетом через Интернет.

Несмотря на некоторые недостатки, достоинств у Интернет-банкинга гораздо больше. Это позволяет предположить, что интернет-банкинг будет и дальше развиваться, перечень доступных услуг – расширяться, а надежность операций – расти.

Поскольку интернет определяет будущее банковского маркетинга, то те банки, которые не сделают инвестиции в интернет-технологии, окажутся неконкурентоспособными в самое ближайшее время.

Литература

Хабаров В.И., Попова Н.Ю. Банковский маркетинг. / Московская финансово-промышленная академия. – М.: 2004. – 165 с.