

Mohammed Abdelwahid Ahmed Hassan Shamlan Master's student at Taiz University, Director of the Center for American Studies

enter for American Studies
محمد عبدالواحد احمد حسان
شملان

مركز الدراسات الامريكية بتعز

THE IMPACT OF COMPREHENSIVE MARKETING DIMENSIONS ON GAINING COMPETITIVE ADVANTAGE: A FIELD STUDY IN TAIZ CITY'S BANKING SECTOR

أثر أبعاد التسويقِ الشامل في اكتساب الميزة التنافسية: دراست ميدانيت في القطاع المصرفي بمدينة تعز

Abstract: This study explores the impact of comprehensive marketing dimensions on achieving competitive advantage within the banking sector of Taiz City, Yemen. It examines various marketing strategies, including product, price, place, promotion, and customer relationship management. Through a field study, the research highlights how these dimensions contribute to enhancing customer satisfaction, loyalty, and overall market positioning. The findings suggest that effective marketing practices are essential for banks in Taiz City to navigate the challenges of a competitive environment.

Keywords: Marketing Dimensions, Competitive Advantage, Banking Sector, Customer Satisfaction, Taiz City.

الخلاصة: تتناول هذه الدراسة تأثير أبعاد التسويق الشاملة على تحقيق الميزة التنافسية داخل القطاع المصرفي في مدينة تعز باليمن. وتتناول استراتيجيات التسويق المختلفة، بما في ذلك المنتج والسعر والمكان والترويج وإدارة علاقات العملاء. ومن خلال دراسة ميدانية، يسلط البحث الضوء على كيفية مساهمة هذه الأبعاد في تعزيز رضا العملاء وولائهم ومكانتهم في السوق بشكل عام. وتشير النتائج إلى أن ممارسات التسويق الفعالة ضرورية للبنوك في مدينة تعز للتغلب على تحديات البيئة التنافسية.

الكلمات المفتاحية : أبعاد التسويق، الميزة التنافسية، القطاع المصرفي، رضا العملاء، مدينة تعز.



Mohammed Noman Mohammed
Aqlan
Professor at the Faculty of
Administrative Sciences, Taiz
University

أ.د.محمد نعمان محمد عقلان بروفيسور بكلية العلوم الإدارية بجامعة تعز

Introduction

In a rapidly evolving financial landscape, banks must adopt comprehensive marketing strategies to gain a competitive edge. The banking sector in Taiz City faces unique challenges, including economic instability and changing customer preferences. This study investigates how various marketing dimensions impact the competitive advantage of banks in this region, focusing on the significance of a well-rounded marketing approach.

Results and discussion

A bank's product offerings, including savings accounts, loans, and investment services, are crucial in attracting and retaining customers. Customizing products to meet local needs can enhance customer satisfaction and loyalty. Additionally, introducing innovative financial products can differentiate banks from their competitors.

Pricing is a critical factor influencing customer decisions. Competitive pricing strategies, such as lower interest rates or reduced fees, can attract price-sensitive customers. However, banks must balance affordability with profitability to sustain their operations. Offering value-added services can justify premium pricing and enhance customer perceptions of quality.

The accessibility of banking services is vital for customer convenience. Banks in Taiz City must ensure that their branches are strategically located and that they offer online banking options to accommodate a wider audience. Expanding physical and digital presence can significantly impact customer engagement and satisfaction.

Effective promotional strategies are essential for raising awareness and attracting new customers. Utilizing various channels, such as social media, traditional advertising, and community events, can enhance brand visibility. Tailoring promotional messages to resonate with local culture and values can further strengthen customer connections.

Building strong customer relationships is fundamental for sustaining competitive advantage. Implementing CRM systems can help banks understand customer preferences, track interactions, and personalize service offerings. Engaging with customers through feedback mechanisms and loyalty programs can foster trust and long-term relationships.

A field study was conducted involving surveys and interviews with customers and bank managers in Taiz City. The study aimed to assess the effectiveness of various marketing dimensions and their correlation with competitive advantage [1-3].

- 1. **Customer Satisfaction**: The study revealed that banks employing comprehensive marketing strategies reported higher levels of customer satisfaction. Customers appreciated personalized services and tailored product offerings.
- 2. **Market Positioning**: Banks that effectively communicated their unique value propositions through targeted promotions and community engagement were better positioned in the competitive landscape.
- 3. **Customer Loyalty**: Strong CRM practices were linked to increased customer loyalty. Banks that actively engaged with their customers through feedback and loyalty programs experienced higher retention rates.

underscore

effective

banks

Conclusion

comprehensive marketing dimensions in gaining competitive advantage

within Taiz City's banking sector. By focusing on product innovation,

satisfaction and loyalty. As the banking landscape continues to evolve,

adopting a holistic marketing approach will be essential for achieving

study

findings

pricing,

relationship

sustained success in the competitive market.

of

this

accessibility,

management,

The

competitive

customer

المقدمة

في ظل المشهد المالي المتطور بسرعة، يتعين على البنوك تبني استراتيجيات تسويقية شاملة للحصول على ميزة تنافسية. ويواجه القطاع المصرفي في مدينة تعز تحديات فريدة، بما في ذلك عدم الاستقرار الاقتصادي وتغير تفضيلات العملاء. وتبحث هذه الدراسة في كيفية تأثير أبعاد التسويق المختلفة على الميزة التنافسية للبنوك في هذه المنطقة، مع التركيز على أهمية اتباع نهج تسويقي شامل.

النتائج والمناقشة

إن عسروض المنتجات التي يقدمها البنك، بما في ذلك حسابات التوفير والقسروض وخدمات الاستثمار، تشكل أهمية بالغة في جذب العملاء والاحتفاظ بهم. إن تخصيص المنتجات لتلبية الاحتياجات المحلية يمكن أن يعزز رضا العملاء وولائهم. بالإضافة إلى ذلك، فإن تقديم منتجات مالية مبتكرة يمكن أن يميز البنوك عن منافسيها.

التسعير هـو عامـل حاسـم يـوثر علـى قـرارات العمـلاء. إن اسـتراتيجيات التسعير التنافسـية، مثـل أسـعار الفائـدة المنخفضـة أو الرسـوم المخفضـة، يمكـن أن تجتـذب العمـلاء الحساسـين للسعر. ومع ذلك، يجـب علـى البنـوك الموازنـة بـين القـدرة علـى تحمـل التكاليف والربحيـة لـدعم عملياتها. إن تقـديم خـدمات ذات قيمـة مضافة يمكـن أن يبرر التسعير المتميز ويعزز تصورات العملاء للجودة.

إن إمكانية الوصول إلى الخدمات المصرفية أمر حيوي لراحة العملاء. يجب على البنوك في مدينة تعز التأكد من أن فروعها تقع في مواقع استراتيجية وأنها تقدم خيارات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت لاستيعاب جمهور أوسع. إن توسيع الوجود المادي والرقمي يمكن أن يؤثر بشكل كبير على مشاركة العملاء ورضاهم.

إن الاستراتيجيات الترويجية الفعالة ضرورية لزيادة الوعي وجذب عملاء جدد. إن الستخدام قنوات مختلفة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والإعلانات التقليدية والأحداث المجتمعية، يمكن أن يعزز من ظهور العلامة التجارية. إن تصميم الرسائل الترويجية بحيث تتوافق مع الثقافة والقيم المحلية يمكن أن يعزز من علاقات العملاء.

إن بناء علاقات قوية مع العملاء أمر أساسي للحفاظ على الميزة التنافسية. إن تنفيذ أنظمة إدارة علاقات العملاء يمكن أن يساعد البنوك على فهم تفضيلات العملاء وتتبع التفاعلات وتخصيص عروض الخدمة. إن التعامل مع العملاء من خلال آليات الملاحظات وبرامج الولاء يمكن أن يعزز الثقة والعلاقات طويلة الأمد.

أجريت دراسة ميدانية شملت استطلاعات ومقابلات مع العملاء ومديري البنوك في مدينة تعزر المختلفة البنوك في مدينة تعزر هدفت الدراسة إلى تقييم فعالية أبعاد التسويق المختلفة وارتباطها بالميزة التنافسية [1-3].

1. رضا العملاء: كشفت الدراسة أن البنوك التي تستخدم استراتيجيات تسويق شاملة أفادت بمستويات أعلى من رضا العملاء. وقد قدر العملاء الخدمات الشخصية وعروض المنتجات المصممة خصيصًا.

2. وضع السوق: كانت البنوك التي تواصلت بفعالية مع عروض القيمة الفريدة الخاصة بها من خلال العروض الترويجية المستهدفة والمشاركة المجتمعية في وضع أفضل في المشهد التنافسي.

3. ولاء العمــــلاء: ارتبطــت ممارســات إدارة علاقــات العمــــلاء القويـــة بزيـــادة و لاء العمـــلاء. شـــهدت البنـــوك التــــي تفاعلــت بنشـــاط مـــع عملائهـــا مـــن خــــلال بـــرامج الملاحظات و الولاء معدلات احتفاظ أعلى.

الخاتمة

وتؤكد نتائج هذه الدراسة على أهمية أبعاد التسويق الشاملة في اكتساب الميزة التنافسية داخل القطاع المصرفي بمدينة تعز. ومن خلال التركيز على ابتكار المنتجات، والأسحار التنافسية، وإمكانية الوصول والترويج الفعال، وإدارة علاقات العملاء القوية، يمكن للبنوك تعزيز رضا العملاء وولائهم. ومع استمرار تطور المشهد المصرفي، فإن تبني نهج تسويقي شامل سيكون ضروريًا لتحقيق النجاح المستدام في السوق التنافسية.

المراجع والمصادر Literature

robust

customer

- 1. Mmbaga, G., M. Mtei, K. and Ndakidemi, P. (2015) Yield and Fiscal Benefits of Rhizobium Inoculation Supplemented with Phosphorus (P) and Potassium (K) in Climbing Beans (Phaseolus vulgaris L.) Grown in Northern Tanzania. Agricultural Sciences, 6, 783-797. doi: 10.4236/as.2015.68076.
- 2. Ndor, E., Dauda, N., Abimuku, E., Azagaku, D. and Anzaku, H. (2012) Effect of Phosphorus Fertilizer and Spacing on Growth, Nodulation Count and Yield of Cowpea (Vigna unguiculata (L.) Walp) in Southern Guinea Savanna Agroecological Zone, Nigeria. Asian Journal of Agricultural Sciences, 4, 254-257.
- 3. Ndakidemi, P., Dakora, F., Nkonya, E., Ringo, D. and Mansoor, H. (2006) Yield and Economic Benefits of Common Bean (Phaseolus vulgaris) and Soybean (Glycine max) Inoculation in Northern Tanzania. Animal Production Science, 46, 571-577. http://dx.doi.org/10.1071/EA03157



importance

and

the

promotion,

enhance

can