

МЕНЕДЖЕР ПО ОБСЛУГОВУВАННЮ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ЯК ФАКТОР МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТОРЕННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ

Антонюк В.О. здобувач другого рівня вищої освіти

Якубовська Н.В., к.е.н., доцент, Вальковець А.С., викладач

Рівненський державний гуманітарний університет

В ринкових умовах господарювання ціноутворення базується на засадах маркетингу, перед усіма комерційними і багатьма некомерційними організаціями постійно постає завдання визначення способів встановлення ціни на свої товари і послуги, які дозволяють організації бути конкурентною та досягати поставлених ринкових та економічних цілей.

Зниження чутливості покупця до ціни є одним із інструментів маркетингу, який дозволяє організаціям підвищити свою конкурентоспроможність і забезпечити стабільний попит на продукцію. Це досягається через створення додаткової цінності для споживача, наприклад, через поліпшення якості товару, надання унікальних послуг, розвиток бренду чи лояльності клієнтів. Використання психологічних технік, таких як ціноутворення, яке підкреслює ексклюзивність чи вигоду від покупки, а також диференціація продуктів, дозволяють знизити сприйняття ціни як основного фактору вибору, роблячи покупку більш емоційно привабливою для споживача.

У банківській діяльності менеджер по обслуговуванню фізичних осіб є саме таким фахівцем, зокрема у ПриватБанку - центральною фігурою, що забезпечує зручний та ефективний процес взаємодії з клієнтами. Серед основних завдань менеджера – надання консультацій щодо банківських продуктів, таких як кредити, депозити, банківські картки та інші фінансові послуги, які можуть задовольнити індивідуальні потреби клієнтів. Особливу увагу менеджер приділяє створенню позитивного клієнтського досвіду, адже задоволений клієнт має більшу ймовірність повернутися до банку та порекомендувати його іншим.

Крім обслуговування та консультування, менеджер по обслуговуванню фізичних осіб несе відповідальність за збереження конфіденційності клієнтських

даних. Це вимагає від нього суворого дотримання внутрішніх правил і норм безпеки, що регламентуються банком, а також національними законодавчими вимогами. Така відповідальність робить роль менеджера особливо важливою в умовах посилення уваги до питань безпеки в фінансовому секторі.

Із розвитком цифрових технологій, сучасний банкінг все більше переходить у формат онлайн, і клієнти все частіше користуються цифровими продуктами банку, такими як мобільні додатки та онлайн-банкінг. У цьому контексті менеджер повинен мати відповідні технічні знання для того, щоб допомогти клієнтам швидко освоїти ці інструменти та надати підтримку при виникненні питань. Це дозволяє значно оптимізувати обслуговування, знижуючи навантаження на фізичні відділення банку та забезпечуючи доступ до послуг у зручний для клієнтів час.

Завдяки своїй багатофункціональності та професіоналізму, менеджер по обслуговуванню фізичних осіб є важливим елементом стратегії ПриватБанку, спрямованої на підвищення якості обслуговування та зростання лояльності клієнтів. Його вміння працювати з клієнтами, оперативно реагувати на їхні потреби та дотримуватись високих стандартів обслуговування створюють позитивний імідж банку на ринку фінансових послуг.

Отже, менеджер по обслуговуванню фізичних осіб відіграє важливу роль у маркетинговому ціноутворенні в банківській сфері, зокрема в контексті ПриватБанку. Завдяки своєму професіоналізму та багатофункціональним навичкам він забезпечує не лише високий рівень обслуговування клієнтів, а й ефективне впровадження стратегії ціноутворення, яка сприяє підвищенню конкурентоспроможності банку.