الملخص :

تهدف هذه الدراسة الى معرفة كيفية تحسين جودة الخدمة المصرفية بتطبيق عليها الابتكار التسويقي بجميع أبعادها (الجوانب الملموسة ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الأمان ، التعاطف) في بنك الخليج الجزائر تبسة و جمعت بيانات الدراسة من خلال إجراء مقابلة و الزيارة الميدانية مع المدير التسويقي لبنك الخليج الجزائر .

و من خلال هذه الدراسة تم معالجة الابتكار التسويقي كمدخل لتحسين جودة الخدمة المصرفية و معرفة مدى مساهمتها في تحسين فعالية البنك محل الدراسة و تباين اهم التحديات و الصعوبات التي يواجهها البنك ، حيث يوجد علاقة ارتباط قوية بين الابتكار التسويقي و جودة الخدمة المصرفية

الكلمات المفتاحية :

الابتكار التسويقي ، جودة الخدمات التسويقية ، بنك الخليج الجزائر

abstract

This study aims to know how to improve the quality of banking service by applying innovation for a catalog of all dimensions (concrete aspects, reliability, responsiveness, safety, empathy) at the gulf bank Algeria. and collected data to study through an interview and field visit with the marketing manager of gulf bank Algeria.

Through this study, innovation was addressed as a means to improve the quality of banking services and to know their contribution to improving the effectiveness of the bank under study and the difference of the most important challenges and difficulties faced by the bank, where there is a strong correlation between innovation marketing and quality banking service

key words :

Marketing Innovation , Quality of Marketing Services, Gulf Bank Algeria