

THE INSTITUTE OF BANKERS, BANGLADESH (IBB)

5th Banking Professional Examination, April-2025

AIBB

MARKETING AND BRANDING IN FINANCIAL SERVICES (MBFS)

Subject Code :

2	1	0
---	---	---

Time—3 hours

Full marks—100

Pass marks—45

[N.B. The figures in the right margin indicate full marks. Answer any five questions.]

- | | | Marks |
|----|--|-------|
| 1. | (a) Define sustainable marketing. Whether social responsibilities and ethics in banking mean same? Give your logic. | 5 |
| | (b) What is embedded financial services? How digital technology assists banks in offering these services? | 5 |
| | (c) Describe the steps of customer driven marketing strategy. | 6 |
| | (d) What are the expanded mix of marketing for service? | 4 |
| 2. | (a) What is business portfolio? | 3 |
| | (b) Discuss different types of growth strategies. | 5 |
| | (c) Discuss the role of value chain and value delivery network in building customer relationship. | 6 |
| | (d) Do you think the corporate and retail marketing strategies should be different for financial services? Give reasons. | 6 |
| 3. | (a) What is market segmentation? Discuss some common bases of segmentation. | 6 |
| | (b) Customer's psychology plays subconsciously on their behaviour. Do you think recent economic and political condition has any impact on customer segment based on that criteria? | 4 |
| | (c) Discuss target marketing strategies with example. | 5 |
| | (d) Evaluate differentiation and positioning strategies of mobile financial service provider of Bangladesh. | 5 |
| 4. | (a) Define customer relationship management. | 3 |
| | (b) Customer relationship is always changing in nature—How can a manager set strategies to cope-up with the change? | 7 |
| | (c) What factors influence customer service expectation of a financial institution? | 5 |
| | (d) Discuss the importance of marketing research to understand customer expectation. | 5 |
| 5. | (a) What factors a financial institution must consider in developing a new product or service? | 4 |
| | (b) How many ways a bank can differentiate its service from its competitors? | 5 |
| | (c) How 'Open Banking' gives a bank opportunities/competitive advantage in developing new product/services? | 5 |
| | (d) Do you think a collateral free loan product is an appropriate market offerings for SME clients? | 6 |

[Please turn over

	Marks
6. (a) Differentiate between explicit and implicit pricing.	5
(b) Why price adjustments are necessary for banking services?	5
(c) Elaborate the factors related to price setting.	5
(d) Quality of a standard service depends on its price—Explain.	5
7. (a) How can you measure the brand value of your bank's service?	5
(b) Do you think branding is important for newly emerged digital banks? Explain.	5
(c) Building strong brand involves managing challenging decisions.—Explain.	5
(d) A brand is a living entity and it is enriched/undermined cumulatively over time—How can you manage the brands?	5
8. (a) What are Alternative Delivery Channels? Pick one ADC and discuss how it brings convenience and/or better customer experiences?	6
(b) The very nature of service emphasize on client participation in service delivery.—Discuss with respect to financial services.	4
(c) Is app based banking an effective Alternative Delivery Channel (ADC)? Show your reasons.	5
(d) Do you support the strategy of partnering with others in marketing delivery systems? Explain with example.	5
9. (a) Define Integrated Marketing Communication.	3
(b) Analyze the factors that affect selection of promotion mix for a bank.	5
(c) Advertising is nothing but salesmanship in print—discuss. How it is most cost effective for a bank?	6
(d) What are the channels of effective marketing communication?	6
10. Write short notes (any five) :	4×5=20
(a) Brand Equity	
(b) Marketing Myopia	
(c) Relationship Marketing	
(d) Strategic Business Unit (SBU)	
(e) Micro Marketing	
(f) Social Marketing	
(g) e-wallet	
(h) Bancassurance	
(i) Marketing Environment.	

[বাংলা অনুবাদ]

দ্রষ্টব্য : ডান পাশের সংখ্যা প্রশ্নের পূর্ণমান জ্ঞাপক। যে কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দিন।

	নম্বর
১। (ক) টেকসই বাজারজাতকরণের সংজ্ঞা দিন। ব্যাংকিং ব্যবসায় সামাজিক দায়বদ্ধতা ও নৈতিকতা কি একই বিষয়কে বুঝায়? আপনার যুক্তি দিন।	৫
(খ) সংযুক্ত আর্থিক পরিসেবা কী? ডিজিটাল প্রযুক্তি কীভাবে এরূপ সেবা প্রদানে ব্যাংককে সহযোগিতা করে?	৫
(গ) গ্রাহক-চালিত বিপণন কৌশলের ধাপগুলো বর্ণনা করুন।	৬
(ঘ) সেবার ক্ষেত্রে বিপণনের বর্ধিত বাজারজাতকরণ মিশ্রণগুলো উল্লেখ করুন।	৪
২। (ক) ব্যবসায় পোর্টফোলিও কী?	৩
(খ) বিভিন্ন ধরনের বিকাশ কৌশল আলোচনা করুন।	৫
(গ) গ্রাহক সম্পর্ক গড়ে তোলার ক্ষেত্রে 'ভ্যালুচেইন' ও "ভ্যালু ডেলিভারি নেটওয়ার্ক" এর ভূমিকা আলোচনা কর।	৬
(ঘ) আর্থিক সেবার ক্ষেত্রে কর্পোরেট ও রিটেইল (খুচরা) বিপণন কৌশল ভিন্ন হওয়া উচিত কি? আপনার যুক্তিসমূহ তুলে ধরুন।	৬
৩। (ক) বাজার বিভাজন কী? প্রচলিত বাজার বিভাজনের ভিত্তিসমূহ আলোচনা করুন।	৬
(খ) গ্রাহকের মানসিকতা তাঁর আচরণে অবচেতনভাবেই প্রভাব ফেলে। সাম্প্রতিক অর্থনৈতিক ও রাজনৈতিক অবস্থা এ ভিত্তিতে বিভাজিত ব্যাংকের গ্রাহকের উপর কোনো প্রভাব ফেলেছে বলে কি মনে করেন?	৪
(গ) টার্গেট মার্কেটিং এর কৌশলগুলো উদাহরণসহ আলোচনা করুন।	৫
(ঘ) বাংলাদেশের মোবাইল আর্থিক সেবাদানকারী প্রতিষ্ঠানসমূহের বৈচিত্র্যকরণ ও অবস্থানগত কৌশল মূল্যায়ন করুন।	৫
৪। (ক) গ্রাহক সম্পর্ক ব্যবস্থাপনার সংজ্ঞা দিন।	৩
(খ) ক্রেতা/গ্রাহক সম্পর্ক সর্বদা পরিবর্তনশীল। একজন ব্যবস্থাপক কীভাবে এ পরিবর্তনের সাথে খাপ খাওয়ানোর কৌশল নির্ধারণ করে?	৭
(গ) একটি আর্থিক প্রতিষ্ঠানের গ্রাহক সেবা প্রত্যাশা কী কী বিষয় দ্বারা প্রভাবিত হয়?	৫
(ঘ) গ্রাহক প্রত্যাশা বোঝার জন্য বিপণন গবেষণা এর গুরুত্ব আলোচনা করুন।	৫
৫। (ক) একটি নতুন পণ্য/সেবা উন্নয়নের সময় একটি আর্থিক প্রতিষ্ঠানকে কোন কোন উপাদান/বিষয় বিবেচনা করতে হয়?	৪
(খ) একটি ব্যাংক কী কী উপায়ে তার সেবাসমূহকে প্রতিযোগীদের থেকে পৃথক করতে পারে?	৫
(গ) 'অপেন ব্যাংকিং (Open Banking)' কীভাবে পণ্য/সেবা উন্নয়নে একটি আর্থিক প্রতিষ্ঠানকে সুযোগ/প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা প্রদান করে থাকে?	৫
(ঘ) আপনি কি মনে করেন এসএমই গ্রাহকের জন্য জামানতমুক্ত ঋণ একটি উপযুক্ত বাজার অর্পণ? আপনার যুক্তি তুলে ধরুন।	৬

[পর পৃষ্ঠা দ্রষ্টব্য]

	নম্বর
৬। (ক) অভিনিহিত ও দৃশ্যমান মূল্য নির্ধারণের পার্থক্য করুন।	৫
(খ) মূল্য সমন্বয় কেন ব্যাংকের জন্য গুরুত্বপূর্ণ?	৫
(গ) মূল্য নির্ধারণের সাথে সম্পর্কিত উপাদান/বিষয়গুলো ব্যাখ্যা করুন।	৫
(ঘ) সেবার মান এর মূল্যের উপর নির্ভর করে—ব্যাখ্যা করুন।	৫
৭। (ক) আপনি কীভাবে আপনার ব্যাংকের সেবার ব্র্যান্ড ভ্যালুমান পরিমাপ করতে পারেন?	৫
(খ) নতুন চালু হওয়া ডিজিটাল ব্যাংকের জন্য ব্র্যান্ডিং কি গুরুত্বপূর্ণ? আপনার যুক্তি উপস্থাপন করুন।	৫
(গ) শক্তিশালী ব্র্যান্ড নির্মাণে অনেক চ্যালেঞ্জিং সিদ্ধান্ত জড়িত—আলোচনা করুন।	৫
(ঘ) “ব্র্যান্ড একটি জীবন্ত সত্তা-এটি সময়ের সাথে সাথে সমৃদ্ধ/অবনমিত হয়”—আপনি কীভাবে ব্র্যান্ড ব্যবস্থাপনা করবেন?	৫
৮। (ক) বিকল্প বিতরণ মাধ্যমগুলো কী কী? একটি বিকল্প বিতরণ ব্যবস্থা/মাধ্যমের উদাহরণ দিন এবং এটি কীভাবে আরো বেশি সুবিধা ও অধিকতর ভালো গ্রাহক অভিজ্ঞতা প্রদান করতে পারে তা আলোচনা করুন।	৬
(খ) সেবার নিজস্ব বৈশিষ্ট্য এর বিতরণে গ্রাহক অংশগ্রহণের উপর গুরুত্ব আরোপ করে—অর্থিক সেবার আলোকে আলোচনা করুন।	৪
(গ) অ্যাপভিত্তিক ব্যাংকিং কি কার্যকরী বিকল্প বিতরণ মাধ্যম? আপনার যুক্তিসমূহ উপস্থাপন করুন।	৫
(ঘ) বিপণন বিতরণ প্রক্রিয়ায় অন্যদের সাথে অংশীদারিত্বে আপনি সমর্থন করেন কি? উদাহরণসহ আলোচনা করুন।	৫
৯। (ক) সমন্বিত বিপণন যোগাযোগ সংজ্ঞায়িত করুন।	৩
(খ) ব্যাংকের যোগাযোগ মিশ্রণ বাছাইয়ের ক্ষেত্রে প্রভাব বিস্তারকারী বিষয়গুলো আলোচনা করুন।	৫
(গ) বিজ্ঞাপন মূলত প্রিন্টেড সেলসম্যানশিপ ব্যতীত অন্যকিছু নয়—আলোচনা করুন। কীভাবে এ যোগাযোগটি একটি ব্যাংকের জন্য সবচেয়ে কার্যকরী?	৬
(ঘ) কার্যকরী বিপণন যোগাযোগের মাধ্যমগুলো কী কী?	৬
১০। টীকা লিখুন (যে কোনো পাঁচটি) :	৪×৫=২০
(ক) ব্র্যান্ড ইকুইটি	
(খ) বাজারজাতকরণ দৃষ্টিক্ষীণতা	
(গ) সম্পর্ক ব্যবস্থাপনা	
(ঘ) কৌশলগত ব্যবসায়িক একক	
(ঙ) মাইক্রো মার্কেটিং	
(চ) সামাজিক বাজারজাতকরণ	
(ছ) ই-ওয়ালেট	
(জ) ব্যাংকাসুরেন্স	
(ঝ) বাজারজাতকরণ পরিবেশ।	