

Artykuł pochodzi z publikacji: Zeszyty Naukowe WSP nr 3/2018 Współczesne aspekty relacji i komunikacji (Red. tomu) A. Grzegorzczak, Wyższa Szkoła Promocji, Mediów i Show Businessu, Warszawa 2019

Istota działań promocyjnych w usługach bankowych na przykładzie banków komercyjnych w Polsce.

Sandra Rozbicka

Abstrakt:

Działania promocyjne są ważnym aspektem w dzisiejszych czasach, a w szczególności jeśli mamy do czynienia z dużymi instytucjami takimi jak, np. banki komercyjne. Banki komercyjne dzięki działaniom promocyjnym mogą przedstawić swoją ofertę szerokiemu gronu ludzi, a także mają możliwość szybkiego wprowadzenia na rynek nowych usług oraz popularyzowania ich wśród odbiorców. Artykuł zawiera teoretyczne aspekty promocji usług bankowych oraz analizę banków komercyjnych działających w Polsce z podziałem na banki z kapitałem polskim i zagranicznym. Celem artykułu jest sprawdzenie wpływu działań promocyjnych na rozpoznawalność banków komercyjnych w Polsce.

The essence of promotional activities in banking services on the example of commercial banks in Poland.

Abstract:

Promotional activities are an important aspect nowadays, in particular if we are dealing with large institutions such as, for example, commercial banks. Commercial banks thanks to promotional activities can present their offer to a wide range of people, and also have the opportunity to quickly launch new services on the market and popularize them among the recipients. The article contains theoretical aspects of the promotion of banking services and the analysis of commercial banks operating in Poland with the division into banks with Polish and foreign capital. The aim of the article is to check the impact of promotional activities on the recognition of commercial banks in Poland.