
قياس اثر إدراك موظفي البنوك التجارية الأردنية في مهارات التسويق على مستوى تداول البطاقات الائتمانية

إعداد

د . تغريد عبد اللطيف العزام

قسم العلوم المالية والإدارية
كلية الأميرة عالية الجامعية
جامعة البلقاء التطبيقية

مجلة بحوث التربية النوعية – جامعة المنصورة

العدد الثالث عشر – يناير ٢٠٠٩

قياس اثر إدراك موظفي البنوك التجارية الاردنيه في مهارات التسويق على مستوى تداول البطاقات الائتمانية

د . تغريد عبد اللطيف العزام

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين إدراك موظفي البنوك التجارية الأردنية للمهارات والمتطلبات في بيع البطاقات الائتمانية وحجم التعامل بها ، كما هدفت الى معرفة الفروقات في إدراك موظفي البنوك التجارية الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية واثر هذا الادراك على حجم التعامل بأختلاف المتغيرات الديموغرافية (الجنس ،العمر،.....الخ) .

ولتحقيق ذلك فقد كان مجتمع الدراسة البنوك التجارية الأردنية ، حيث تم أختيار عينة من أربعة بنوك وهي (البنك العربي،بنك الاتحاد بنك الأردن والخليج،بنك المؤسسة العربية المصرفية) ومن ثم تم توزيع استبانة الدراسة على ١٠٠ موظف وموظفة في هذه البنوك ،وتم استرجاع (١٠) استبانات بنسبة استرجاع ١٠% وبعد جمع البيانات تم ادخالها إلى الحاسوب وتحليلها واستخلاص النتائج .

لقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج والتي من أهمها أن المهارات التسويقية الأعلى كانت تتوفر لدى الموظفين ذوي التخصصات التجارية ، كما ان للدورات التدريبية أثر ايجابي على المهارات التسويقية ، بالإضافة إلى ان درجة الإدراك كانت أعلى عند الموظفين ذوي الأعمار الأقل ، مع الإشارة إلى عدم وجود تأثير لعوامل الجنس والمؤهل العلمي والخبرة على درجة الاختلاف في إدراك موظفي البنوك التجارية الأردنية للمهارات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية .

ABSTRACT

The aim of this study was to get acquainted with the relation between the perception of the Jordanian commercial banks employees of the skills and requirements of credit cards selling on one side and the size of dealing in them on the other. Moreover, the study aimed at knowing the differences between the employees of the Jordanian commercial banks in their understanding of the basic skills and requirements of credit cards selling and the effect of this understanding on the size of dealing related to different demographic variables (gender, age,.....etc.).

To realize these aims, the population of the study was the Jordanian commercial banks. A sample of four banks was chosen: Arab Bank, Union Bank, Jordan and Gulf Bank, and Arab Banking Corporation. The study questionnaire was distributed on 100 employees (males and females) of these banks. 10 questionnaires were restored, i.e. a restoration percentage of 10 %. When the information was collected, it was put in the computer, analyzed, and the results were concluded.

The study reached a number of conclusions. Among the most important of them is the best marketing skills were found to be available with the employees who have obtained commercial specializations. The training courses were found to have positive effect on the marketing skills. Moreover, the perception level was higher with the younger employees. It is indicated that there is no effect attributable to the factors of gender, educational qualification and experience on the extent of different perceptions of the Jordanian commercial banks employees of the skills in credit cards selling.

المقدمة :

قد يأتي الوقت الذي ننسى فيه شكل النقود حيث سيعتمد تعاملنا على النقود الائتمانية التي اتسعت في الولايات المتحدة الأمريكية لتصبح وسيلة التعامل الأولى ، كما تتسع معاملاتها في معظم دول أوروبا واليابان ، وهي الآن تتصاعد ويقدر لها أن تصل إلى ٢,٣ مليار بطاقة ، لتصبح من الأنشطة المهمة للبنوك والمؤسسات المالية ، ويتعامل بها ملايين الأفراد في مختلف دول العالم كبديل عن حمل النقود وكوسيلة سهلة للحصول على ائتمان قصير الأجل ، حيث أن الملايين من المؤسسات الاقتصادية حول العالم تقبل التعامل بموجب هذه الوسيلة النقدية^١ .

لقد أصبحت شرائح الجمهور الذي يتعامل بالبطاقات الائتمانية من اكبر شرائح المستهلكين واصبح التعامل ببطاقات الائتمان ظاهرة منتشرة في المجتمع التجاري ويشكل أسلوب حياة ثابت .

ومستقر في الأوساط التجارية .وعلى الرغم من هذا التطور ، لا تزال معدلات الاستخدام للبطاقات البلاستيكية في السوق الأردني دون المستويات العالمية وبشكل ملموس ، الأمر الذي يثير التساؤلات حول قدرة البنوك الأردنية وموظفيها على تسويق مثل هذه الأداة الهامة .

المشكلة - خلفيتها وأهميتها :

نظراً للتطور السريع والتدفق التكنولوجي الذي انعكست آثاره على مختلف مجالات الحياة وقطاعات العمل ، فقد اتسع الاعتماد على البطاقات الائتمانية لتصبح وسيلة التعامل الأولى في مختلف دول العالم ، حيث أصبحت شرائح الجمهور الذي يتعامل بالبطاقات الائتمانية من اكبر شرائح المستهلكين ، وأصبح التعامل ببطاقات الائتمان ظاهرة منتشرة في المجتمع التجاري ويشكل أسلوب حياة ثابت ومستقر في الأوساط التجارية .

وقد بلغ حجم التعامل بالبطاقات الائتمانية قرابة ٣ تريليون دولار أمريكي خلال عام ٢٠٠٣ ومقدر لها أن تصل إلى ٢,٣ مليار بطاقة ، لتصبح بذلك من الأنشطة المهمة للبنوك والمؤسسات المالية ويتعامل بها ملايين من الأفراد في مختلف دول العالم كبديل عن حمل النقود وكوسيلة سهلة للحصول على ائتمان قصير الأجل ، حيث أن الملايين من المؤسسات الاقتصادية حول العالم تقبل التعامل بموجب هذه الوسيلة النقدية^٢ .

أما في الأردن فقد ظل نظام البطاقة غير مستعمل في أسواقها التجارية حتى عام ١٩٨٢ ، ولا زالت فكرة البطاقة في السوق الأردني غير منتشرة على نطاق واسع ، إذ لا يتعدى عدد البطاقات المتداولة (١٠١) مليون بطاقة من مختلف الأنواع الائتمانية (credit card ، والبالاستيكية debt card) ، أخذين بعين الاعتبار أن الشخص الواحد يحمل أكثر من بطاقة في المعدل ، وهو وضع يتضح منه أن

^١ البنك العربي، أيلول ١٩٩٧، النقود في القرن القادم ، النشرة الإجماعية ، العدد ٧٧، السنة الثامنة.

^٢ شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) www.visa.com

نظام البطاقة بحاجة إلى المزيد من الجهد والمثابرة والتشجيع حتى يصبح مقبولاً في أوساط المستهلكة على النحو الموجود في الدول الأخرى . وفي ضوء ما تقدم، فإن مشكلة الدراسة تتمثل في ضعف إقبال الجمهور الأردني على التعامل بالبطاقات الائتمانية. مما حفز الباحث على تقصي الأسباب والعوامل الاجتماعية والمهنية والثقافية التي تقف وراء هذه الظاهرة تمهيداً " لتقديم الاقتراحات والتوصيات المناسبة.

أهداف الدراسة:

ويمكن تلخيص أهداف الدراسة بما يلي :

1. التعرف على مدى وجود إدراك لدى موظفي البنوك للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية وبالتالي مدى وضوح الدور الذي يقومون به .
2. معرفة أثر إدراك موظفي البنوك للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية على حجم التعامل بها.
3. دراسة اختلاف تأثير إدراك موظفي البنوك للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية على حجم التعامل بها باختلاف العوامل الديمغرافية لموظفي البنك وهي : الجنس . العمر . مستوى التعليم . التخصص العلمي . سنوات الخبرة . التدريب .
4. المقارنة بين البنوك المختلفة من حيث حجم تعاملها بالبطاقات الائتمانية .
5. التوصل إلى نموذج بأهم العوامل الواجب إدراكها من قبل موظفي البنوك والتي لها أكبر تأثير على حجم التعامل بالبطاقات الائتمانية .

الدراسات السابقة :

أولاً : الجانب النظري :

يشتمل هذا الجانب على ما يلي :

- أ- أن البطاقات الائتمانية بشكلها الحالي قد ظهرت لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية مع مطلع القرن التاسع عشر بواسطة المحلات التجارية الكبرى ، بهدف تشجيع العملاء على شراء أكبر قدر ممكن من البضائع، ثم تبعتها شركات النفط خلال الثلاثينات من القرن الماضي التي أصدرت البطاقات لتشجيع حاملها على اعتماد محطات خدماتها ومع ذلك كانت بطاقات الائتمان ثنائية الأطراف أي محصورة بين حامل البطاقة ومصدرها فقط³ .
- ب- أما البطاقات الائتمانية ثلاثية الأطراف فقد كان أول ظهور لها عام ١٩٥٠ على يد المحامي الأمريكي فرانك ماكنامار ، حيث أصدرت شركة داينز كلب (D inner club) أول بطاقة ائتمانية مستقلة ثلاثية الأطراف ، أصبحت في وقت لاحق البطاقة الأكثر شيوعاً، وقد نظم العلاقات العملية بين هذه الأطراف عقد (اتفاق) جمع بين الشركة المصدرة للبطاقات

³(Rule (B.Games) ,1973: Private Lives and Public Surveillance Hance – Stocken Books , Inc . N.Y.P.224□

والأعضاء المنتسبين لهذه البطاقة من جهة وعقد آخر جمع بين الشركة والتجار المنتسبين من جهة أخرى^٤ .

ج- بالنسبة للأردن فقد ظل نظام البطاقة غير مستعمل في أسواقها التجارية حتى عام ١٩٨٢ حيث أخذ بنك البتراء آنذاك يسوق بطاقة الفيزا كوكيل عن شركة فيزا الدولية أما إصدار البطاقات المحلية ، فقد بدأ مع بنك الإسكان والمجموعة الوطنية السريعة للبطاقات حيث بدأ كل منهما بإصدار بطاقة مدين محلي (Debt card) لتستعمل ضمن حدود السوق التجاري الأردني مع مطلع ١٩٩٣ ،وقد تم اعتماد البنك الأهلي الأردني عضواً في مؤسسة الماستر كارد العالمية وقدم بطاقة محلية وبطقتين دوليتين عادية وذهبية والى جانب ذلك فقد أخذت البنوك الأردنية تتعامل مع بطاقات الامريكان اكسبرس والفيزا والماستر كارد باعتبارها وكييلة عن الشركات الأصلية وباعتبارها أعضاء في مجموعة البنوك التي تقوم بخدمة البطاقات^٥ .

د- أبرز التصنيفات الخاصة بمتطلبات النجاح في البيع وجوب توفر الصفات والمهارات التالية في مندوب البيع :

١. القدرة على الاتصال الشفوي وتوصيل المعلومات .
٢. القدرة على الكتابة بدقة ووضوح .
٣. القدرة على التنظيم والتنسيق .
٤. القدرة على التخطيط والبرمجة .
٥. القدرة على تحمل المشكلات ومواجهتها ووضع الحلول المناسبة لها .
٦. الحيوية والروح المعنوية العالية .
٧. صواب الرأي وحسن التصرف .
٨. المرح والتفاؤل .
٩. الحس الرفيف .
١٠. القدرة على الإقناع وتقديم الحجة .

هـ - أهم آليات العمل المشتركة للموظفين لبيع وتسويق خدمات البنك كآليات مساندة في تنفيذ الخطة التسويقية تضمنت ما يلي :

٤- غندوري سعد ، ١٩٩٣ ، الإطاران الاقتصادي والنقدي للتعامل ببطاقات الائتمان ، المصارف العربية ، المجلد الخامس ، العدد الرابع

٥- العطير عبد القادر ، ١٩٩٦ ، بطاقات الائتمان / العمليات التشغيلية والإطار القانوني ، مجلة البلقاء للبحوث والدراسات ، جامعة عمان الأهلية ، ص

١. تحية العميل واستخدام أسمه ما أمكن عند وصوله إلى نقطة حصوله على الخدمة .
 ٢. المحافظة على درجة من المرونة عند التعامل مع العميل والقدرة على امتصاص غضبه
 ٣. تمتع مندوب البيع بالهدوء وسعه الصدر .
 ٤. التدريب المستمر سواء الداخلي أو في دائرة التدريب .
 ٥. شكر العميل عند الانتهاء من حصوله على الخدمة .
 ٦. المحافظة على المظهر الحسن .
 ٧. متابعة السياسات والإجراءات والاطلاع عليها باستمرار .
 ٨. تقوية العلاقة مع العملاء .
 ٩. السرعة في الاستجابة لطلبات العملاء .
 ١٠. سرعة الرد على استفسارات العملاء والقدرة على حل مشاكلهم^٦
- و- أهم صفات ومهارات مندوب البيع الناجح تتركز في الآتي :

١. المظهر اللائق لمندوب البيع .
٢. الصوت الجيد لمندوب البيع ،الكلام حسب القواعد السليمة للغة ،بالإضافة إلى تميزه بقوة تعبيرية عالية .
٣. القدرة على الإيحاء للمشتري والتمتع بالثقة التامة والاعتماد على كل كلمه يقولها .
٤. القدرة على إدارة الوقت والتخطيط .
٥. التمتع بروح معنوية عالية وحماس معنوي كبير .
٦. يجب أن يكون مندوب البيع إجماعياً^٧ ويحب الجلوس مع الناس والتحدث معهم بالإضافة إلى ضرورة التمتع بصفة الاستماع .
٧. التمتع بثقة بالنفس عالية والتي تنبع من الخبرة والاستعداد المسبق لكل موقف بيعي والتحضير له^٧ .

ثانياً: الجانب التطبيقي :

يتمثل في استعراض عدد من الدراسات الميدانية التي قام بها عدد من الباحثين :

- أ- دراسة ميدانية قام بها Diamond and Gerald بعنوان صفات ومهارات الأداء لمندوب المبيعات والتي هدفت إلى معرفة المهارات والصفات التي يتطلبها الأداء الناجح لمندوب البيع حيث تم اعتماد المنهج الإحصائي الاستبباني وتكونت عينة الدراسة من مائة من مديري المبيعات في

٦- البنك العربي ، أيلول ١٩٩٧ ، النقود في القرن القادم ، النشرة الإجماعية ، العدد ٧٧ ، السنة الثامنة

٧- معلا ناجي ، ١٩٩٤ ، الأصول العلمية والعملية للبيع الشخصي ، (مدخل إلى الاحتراف في البيع) الطبعة الأولى

الشركات التجارية، وكانت نتائج هذه الدراسة أن أهم الصفات والمهارات اللازمه لمندوب المبيعات (مرتبة حسب الأهمية) كما يلي :

١. النضوج الذهني .
٢. مهارات البيع الشخصي .
٣. المظهر وحسن الھندام .
٤. التعاون .
٥. الاتصال الجيد والقدرة على التحدث مع الآخرين .
٦. الولاء للمهنة .
٧. النضج السلوكي .
٨. مهارات تسويقية عامة^٨ .

ب- دراسة ميدانية أخرى قام بها ناجي معلا بعنوان عاملي الخبرة العملية وعدد برامج التدريب التي حضرها مندوب المبيعات في مجال تسويق وبيع خدمات التأمين على مستوى إدراكهم لهذه المتطلبات حيث هدفت إلى معرفة تأثير عاملي الخبرة العملية وحضور البرامج التدريبية على مستوى أدراك موظفو شركات التأمين لهذه المتطلبات، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب الدراسة الميدانية، وكانت عينة الدراسة عبارة عن (٥٥٠) استبيان تم استرجاع (٢٠٠) استبيان منها، حيث توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

١- أن مندوبي البيع في شركات التأمين في الأردن لديهم أدراك لمتطلبات النجاح في مهنة بيع بوالص التأمين .

٢- وجود أثر إيجابي ملحوظ لكل من الخبرة العملية والتدريب في مجالات تسويق خدمات التأمين وبيعها على مدى أدراك مندوبي البيع لتلك المتطلبات^٩ .

يتضح مما ورد اعلاه أن هذه الدراسة ركزت على قطاع البنوك التجارية في الأردن في حين ان الدراسات السابقة ركزت على الشركات وشركات التأمين .

عينة الدراسة - حجمها وكيفية اختيارها :

تم اختيار عينة من العاملين في بيع البطاقات الائتمانية في البنوك التجارية الأردنية التي تتعامل بالبطاقات الائتمانية بمختلف أنواعها (فيزا، ناشونال أكسبرس، ماستر كارد، أميركان أكسبرس) كمجتمع للدراسة وهي (البنك العربي، بنك الأردن، بنك الاتحاد، بنك المؤسسة

⁸ - Diamond , jay, &Gerald pintal . 1985 . Principles of Selling Englewood . cliffs , N.J.,Prentice-Hall , Inc

⁹ - معلا ناجي، ١٩٩٧، إدراك مندوبي البيع لمتطلبات النجاح لأداء مهنتهم، دراسة ميدانية في شركات التأمين في الأردن،

مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد ٢٤، العدد ٢

العربية المصرفية) ونظراً لكبر مجتمع الدراسة وصعوبة الوصول إليها لمحدودية وقت الدراسة فقد تم توزيع ١٠٠ استبانة .

أ- مصادر البيانات :
البيانات الثانوية:

تم جمعها بالاعتماد على الكتب والأبحاث المتخصصة والمقالات العلمية بالإضافة إلى شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) .

البيانات الأولية :

تم جمعها بواسطة إستبانة مكونة من أربعة أجزاء وهي :الجزء الأول ويتعلق بالبيانات الديموغرافية الخاصة بالأفراد العاملين في بيع البطاقات الائتمانية ، أما الجزء الثاني فيتعلق بالبيانات الديموغرافية الخاصة بالبنوك قيد الدراسة ، والجزء الثالث يتعلق بمعلومات حول البطاقات الائتمانية ،أما الجزء الرابع فسيكون من ٢٤ سؤال وستوزع الإجابات حسب مقياس ليكرت الذي يتكون من خمس فئات (موافق بشدة ،موافق ، محايد ، غير موافق ، غير موافق بشدة) .

ب- التعريف الإجرائي للمتغيرات وكيفية قياسها :

يقصد بالتعريف الإجرائي وضع المتغيرات بشكل قابل للقياس ، ولأغراض هذه الدراسة تم تعريف المتغيرات كما يلي :-

١- المتغير التابع Dependent Variable

حجم التعامل بالبطاقات الائتمانية متمثلة بعدد البطاقات المصدرة على مستوى الموظف وعلى مستوى البنك ، وقد تم التعرف على أنواع البطاقات التي تتعامل بها البنوك التجارية الأردنية وشملت (فيزا ، ناشونال أكسبرس ، ماستر كارد ،أمريكان أكسبرس) .

٢- المتغير المستقل Independent Variable

يعتبر إدراك موظفي البنوك للمتطلبات والمهارات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية متغيراً مستقلاً يؤثر في المتغير التابع وهو حجم التعامل بالبطاقات الائتمانية ، ونظراً إلى ان إدراك موظفي البنوك لهذه المهارات والمتطلبات يعتبر متغيراً مركباً فقد تم قياسه باستخدام مقياس مركب يتكون من أربعة وعشرين عبارة تم ربطها بمقياس ليكرت ذي النقاط الخمس ، وبالتالي فإن تلك العبارات تشكل في مجموعها مقياساً لأدراك الموظفين للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية .

وبالرجوع إلى أدبيات الموضوع والدراسات السابقة تم تحديد أربع مجموعات للمتطلبات والمهارات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية ،لقياس أثر أدراك الموظفين لكل مجموعة من هذه المجموعات على حجم التعامل بالبطاقات الائتمانية ،وهذه المجموعات هي :

- العوامل الشخصية .

- المتطلبات المهنية .
- صفات إجتماعية .
- المعرفة بقواعد وأصول تسويق البطاقات الائتمانية .
- وللمزيد من التفاصيل يرجى الرجوع إلى الملحق رقم (٢).
- ٣- المتغيرات المعترضة

تم اعتبار العوامل الديموغرافية المتعلقة بالموظفين متغيرات معترضة للعلاقة ما بين إدراك موظفو البنوك للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية وحجم التعامل بها وهذه العوامل هي :

- العمر .
 - الجنس .
 - المستوى التعليمي .
 - التخصص العلمي .
 - الخبرة في مجال بيع البطاقات الائتمانية .
 - البرامج التدريبية
- فرضيات الدراسة وكيفية اختبارها :**

على ضوء أهداف الدراسة فقد تم وضع اختبار الفرضيات التالية .

١. لا يوجد إدراك لدى موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية .
٢. لا يوجد اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير الجنس .
٣. لا يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى إلى متغير العمر .
٤. لا يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى إلى متغير المؤهل العلمي .
٥. لا يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير التخصص العلمي .
٦. لا يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير الخبرة .
٧. لا يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير التدريب

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة

تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية على النحو الموضح أدناه :-

١. التوزيع التكراري :

تم استخدام هذه الأداة للتعرف على صفات وخصائص العينة من ناحية ، والتعرف على التوزيعات التكرارية لمتغيرات الدراسة من ناحية أخرى .

تحليل الانحدار :

تم استخدام هذا التحليل للتنبؤ فيما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغير المستقل (إدراك الموظفين لمهارات ومتطلبات بيع البطاقات الائتمانية) والمتغير التابع (حجم التعامل بهذه البطاقات) باستخدام اختبار (t) .

٣. أسلوب تحليل التباين :

تم استخدام هذه الأداة لاختبار تأثير المتغيرات المعدلة على العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع ، وكذلك سيتم استخدامه لمعرفة هل يوجد اختلاف بين البنوك من حيث مدى إدراك موظفيها لمتطلبات ومهارات بيع البطاقات الائتمانية ومن حيث حجم تعاملها بالبطاقات الائتمانية . وسيتم استخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الإجماعية (SPSS) Statistical Package For Social Sciences وذلك لمعالجة البيانات واختبار الفرضيات .

نتائج الدراسة

تلخيص نتائج الدراسة في مجموعة الجداول التالية:

الجدول رقم (١)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	تكرار	النسبة
ذكر	٦٢	%٦٨,٩
أنثى	٢٨	%٣١,١
المجموع	٩٠	%١٠٠

نلاحظ أن %٦٨,٩ من العينة من الذكور ، و%٣١,١ من العينة من الإناث .

الجدول رقم (٢)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب الفئة العمرية

النسبة	تكرار	الفئة العمرية
٦٣,٣%	٥٧	٢٠-٣٠ سنة
٢٢,٢%	٢٠	٣١-٤٠ سنة
٨,٩%	٨	٤١-٥٠ سنة
٥,٦%	٥	٥٠ سنة فأكثر
١٠٠%	٩٠	المجموع

نلاحظ أن ٦٣,٣% من العينة تقل أعمارهم عن ٣٠ سنة و ٢٢,٢% من العينة تتراوح أعمارهم بين (٣١-٤٠ سنة) و ٨,٩% من العينة تتراوح أعمارهم بين (٤١-٥٠ سنة) و ٥,٦% من العينة تزيد أعمارهم عن ٥٠ سنة ، مما يدل على أن النسبة الأكبر من العينة من الشباب .

الجدول رقم (٣)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب المستوى العلمي

النسبة	تكرار	المستوى العلمي
—	—	أقل من ثانوية عامة
٥,٦%	٥	ثانوية عامة
٦,٧%	٦	دبلوم كلية مجتمع
٤٧,٨%	٤٣	بكالوريوس
٤٠%	٣٦	دراسات عليا
—	—	أخرى
١٠٠%	٩٠	المجموع

نلاحظ أن ٥,٦% من العينة من حملة الثانوية العامة ، و ٦,٧% من العينة من حملة الدبلوم ، و ٤٧,٨% من العينة من حملة البكالوريوس ، و ٤٠% من العينة من حملة الدراسات العليا .

الجدول رقم (٤)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب التخصص الدراسي

النسبة	تكرار	التخصص الدراسي
٦٦,٧%	٦٠	تخصصات تجارية
٢,١٢%	١١	تخصصات أدبية
٢١,١%	١٩	تخصصات علمية
١٠٠%	٩٠	المجموع

نلاحظ أن ٦٦,٧% من العينة من حملة التخصصات التجارية و ١٢,٢% من العينة من حملة التخصصات الأدبية، و ٢١,١% من حملة التخصصات العلمية .

الجدول رقم (٥)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

النسبة	تكرار	عدد سنوات الخبرة
١٦,٧%	١٥	أقل من سنتين
٢٨,٩%	٢٦	٢-٤ سنوات
٥٤,٤%	٤٩	أكثر من ٤ سنوات
١٠٠%	٩٠	المجموع

نلاحظ أن ١٦,٧% من العينة تقل خبرتهم عن سنتين، و ٢٨,٩% من العينة تتراوح خبرتهم بين (٢-٤) سنوات، و ٥٤,٤% من العينة تزيد خبرتهم عن ٤ سنوات .

الجدول رقم (٦)

التوزيع النسبي لعينة الدراسة حسب عدد البرامج التدريبية التي تم حضورها بخصوص البطاقات الائتمانية

النسبة	تكرار	عدد البرامج التدريبية
٢٨,٩%	٢٦	لأشئ
١٢,٢%	١١	١
١٣,٣%	١٢	٢
٦,٧%	٦	٣
٣٨,٩%	٣٥	أكثر من ٣ برامج
١٠٠%	٩٠	المجموع

نلاحظ من الجدول أعلاه أن ٩,٢٨% لم يضرروا برامج تدريبية بخصوص البطاقات الائتمانية، و ١٢,٢% حضروا دورة تدريبية واحدة خاصة بالبطاقات الائتمانية، ١٢,٣% حضروا دورتين تدريبيتين متخصصتين بالبطاقات الائتمانية، و ٦,٧% حضروا ٣ دورات تدريب متخصصة بالبطاقات الائتمانية، و ٣٨,٩% حضروا أكثر من ٣ دورات تدريبية متخصصة بالبطاقات الائتمانية .

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أ- النتائج المتعلقة بالفرضية رقم (١)

H0 : لا يوجد إدراك لدى موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية .

Ha : يوجد إدراك لدى موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية .

نتائج اختبار الفرضية

نتيجة الفرضية العدمية	SIG	T الجدولية	T المحسوبة
رفض	صفر	١,٩٨٧	٣١,٥٠٦

فقد تم استخدام اختبار one sample t-test ونجد من مطالعتنا لنتائج الحاسوب في الجدول السابق أن قيمة (t المحسوبة = ٣١,٥٠٦) < من قيمتها الجدولية ، وبما أن قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ، وترفض الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية العدمية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (Ha) ، وهذا يعني يوجد إدراك لدى موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية .

بـ النتائج المتعلقة بالفرضية رقم (٢) :

H0 : لا يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير الجنس .

Ha : يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير الجنس .

نتائج اختبار الفرضية

نتيجة الفرضية العدمية	SIG	T الجدولية	T المحسوبة
قبول	,١١٥	٩٨٧,١	١,٥٩

فقد تم استخدام اختبار T-test For independent sample ونجد من مطالعتنا لنتائج الحاسوب في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة ١,٥٩) > من قيمتها الجدولية وبما أن قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ، وترفض الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية (H0) ، ونرفض الفرضية البديلة (Ha) وهذا يعني لا يوجد هناك اختلاف في إدراك موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير الجنس .

جـ- النتائج المتعلقة بالفرضية رقم (٣) :

H0 : لا يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير العمر .

Ha : يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير العمر .

نتائج إختبار الفرضية

نتيجة الفرضية العدمية	SIG	F الجدولية	F المحسوبة
رفض	صفر	٢,٧٢	١٢,٥٢١

فقد تم استخدام اختبار ANOVA ونجد من مطالعتنا لنتائج الحاسوب في الجدول السابق أن قيمة (F المحسوبة = ١٢,٥٢١) < من قيمتها الجدولية ، وبما أن قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ، وترفض الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة > من القيمة الجدولية ، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية العدمية (H0) ، ونقبل الفرضية البديلة (Ha) وهذا يعني يوجد هناك أختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير العمر.

د- النتائج المتعلقة بالفرضية رقم (٤) :

H0 : لا يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير المؤهل العلمي .

Ha : يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير المؤهل العلمي .

نتائج اختبار الفرضية

نتيجة الفرضية العدمية	SIG	F الجدولية	F المحسوبة
قبول	٠,٣٥٥	٢,٧٢	١,٠٩٦

فقد تم استخدام اختبار ANOVA ونجد من مطالعتنا لنتائج الحاسوب في الجدول السابق أن قيمة (F المحسوبة = ١,٠٩٦) > من قيمتها الجدولية ، وبما أن قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ، وترفض الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية العدمية (H0) ونرفض الفرضية البديلة (Ha) ، وهذا يعني لا يوجد اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير المؤهل العلمي .

هـ- النتائج المتعلقة بالفرضية رقم (٥) :

H0 : لا يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير التخصص العلمي .

Ha : يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير التخصص العلمي .

نتائج اختبار الفرضية

نتيجة الفرضية العدمية	SIG	F الجدولية	F المحسوبة
رفض	٠,٣٥	٣,١٠	٣,٤٩٦

فقد تم استخدام اختبار ANOVA ونجد من مطالعتنا لنتائج الحاسوب في الجدول السابق أن قيمة (F المحسوبة = ٣,٤٩٦) < من قيمتها الجدولية ، وبما ان قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ، وترفض الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة > من القيمة الجدولية ، وبالتالي فإننا نرفض الفرضية العدمية (H0) وهذا يعني وجود اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير التخصص العلمي .

و- النتائج المتعلقة بالفرضية رقم (٦) :

H0 : لا يوجد اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير الخبرة .

Ha : يوجد اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير الخبرة .

نتائج اختبار الفرضية

نتيجة الفرضية العدمية	SIG	F الجدولية	F المحسوبة
قبول	٦٨٧,٠	٣,١٠	٣٧٦,٠

فقد تم استخدام اختبار ANOVA ونجد من مطالعتنا لنتائج الحاسوب في الجدول السابق أن قيمة (F المحسوبة = ٣٧٦,٠) > من قيمتها الجدولية ، وبما ان قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية ، وترفض الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية العدمية (H0) ونرفض الفرضية البديلة (Ha) وهذا يعني لا يوجد اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير الخبرة .

ز- النتائج المتعلقة بالفرضية رقم (٧) :

H0 : لا يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك لمتغير التدريب .

Ha : يوجد هناك اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير التدريب .

نتائج اختبار الفرضية

نتيجة الفرضية العدمية	SIG	F الجدولية	F المحسوبة
قبول	١٥,٠	٢,٥٠	١,٧٣٣

فقد تم استخدام اختبار ANOVA ونجد من مطالعتنا لنتائج الحاسوب في الجدول السابق أن قيمة (F المحسوبة = ١,٧٣٣) > من قيمتها الجدولية ، وبما أن قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (H0) إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية ، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية العدمية (H0) ونرفض الفرضية البديلة (Ha) وهذا يعني لا يوجد اختلاف بين موظفي البنوك الأردنية للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية يعزى ذلك إلى متغير التدريب .

ح- مؤشرات الوسط الحسابي والانحراف المعياري

لقد تم استخدام الإحصاء الوصفي لاستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لوصف إجابة عينة الدراسة حيث تم تلخيص النتائج في الجدول التالي :

رقم السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رقم السؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
س١	٤,٥٤٤٤	٥٤٣٨,٠	س١٣	٤,٥٦٦٧	٦١٩٠
س٢	٤,٢١١١	٧١١٠	س١٤	٤,٢٣٣٣	٧٧٩٧
س٣	٤,٧٣٣٣	٤,٤٤٤٧	س١٥	٤,٠٦٦٧	٨٩٦٩
س٤	٤,٦٧٧٨	٤,٦٩٩	س١٦	٤,٤٦٦٧	٧٣٧٤
س٥	٤,٤٦٦٧	٥,٤٤٦	س١٧	٦,٠٧٧٨	٨١٠٤
س٦	٤,٤٦٦٧	٥,٨٤٤	س١٨	٤,٣٢٢٢	٥٥٧٤
س٧	٤,٣٨٨٩	٥,٩٣٩	س١٩	٤,٣٢٢٢	٦٥٠٥
س٨	٤,١٠٠٠	٧٣٥٢	س٢٠	٤,٤٤٤٤	٥٤٢٨
س٩	٤,٣٣٣٣	٦٣٦٠	س٢١	٤,٢١١١	٧٤١٩
س١٠	٤,٠٩٠٩	٨٢٥٤	س٢٢	٣,٩٥٥٦	٩١٠٧
س١١	٤,١٩٣٢	٦٥٨٤	س٢٣	٤,٢٢٢٢	٨٣١٦
س١٢	٢,٠٨٨٩	٩٩٠٣	س٢٤	٤,٦٦٦٧	٥١٩٣

نلاحظ أن اتجاهات عينة الدراسة إيجابية نحو الفقرات أعلاه وذلك لأن متوسط الحساب لهن أكبر من متوسط أداة القياس (٣) .

طموش اختبار الاعتمادية :

لقد تم استخدام اختبار (كرونباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس حيث بلغت قيمة ألفا = ٨٩,٥٧ % وهي نسبة ممتازة كونها أعلى من النسبة المعنوية ٦٠ % .

التوصيات:

اعتمادا على النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة ، فإنه يمكن الخروج بالتوصيات التالية:

- ١ . ضرورة التركيز على إدراك العميل لأهمية استخدام البطاقات الائتمانية ، وذلك بالعمل
- ٢ . على تحفيزه وخلق الرغبة لديه لاستخدام هذه البطاقات .
- ٣ . قيام البنوك التجارية الأردنية بأجراء الدراسات الميدانية التسويقية للتعرف على اسباب
- ٤ . انخفاض عدد المتعاملين بالبطاقات الائتمانية موضوع الدراسة في الأردن ، واتخاذ الإجراءات المناسبة لزيادة هذا العدد .
- ٥ . ضرورة تصميم برامج تدريبية للموظفين من قبل البنوك التجارية في مجال بيع البطاقات الائتمانية لزيادة معرفتهم بمزايا وأهمية استخدام هذه البطاقات ،ومن ثم عرضها على العملاء .
- ٦ . تطوير وعي العملاء بأهمية استخدام البطاقات الائتمانية في عمليات الشراء ، والتي تخفف عليهم عبء حمل النقود ومخاطرها من سرقة أو ضياع ، وبالتالي قيام البنوك التجارية بعمل حملات إعلانية لزيادة استخدام هذه البطاقات .
- ٧ . القيام بأعداد دراسات أخرى تتناول كافة البنوك التجارية في الأردن والتي تقوم بإصدار البطاقات الائتمانية .
- ٨ . إجراء دراسة مماثلة لهذه الدراسة تتناول خصائص المتعاملين وغير المتعاملين بالبطاقات الائتمانية وأثر ذلك على اتجاهاتهم .

قائمة المصادر والمراجع :

أ- المصادر العربية:

١. البنك العربي ، أيلول ١٩٩٧ ، النقود في القرن القادم ، النشرة الإجماعية ، العدد (١) لسنة الثامنة . جمعية البنوك في الأردن ، النشرة السنوية للعام ٢٠٠٣ .
٢. شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت) www.visa.com .
٣. العطير عبد القادر ، ١٩٩٦ ، بطاقات الائتمان / العمليات التشغيلية والاطار القانوني مجلة البلقاء للبحوث والدراسات ، جامعة عمان الأهلية ، ص ١٧ .
٤. غندوري سعد ، ١٩٩٣ ، الإطاران الاقتصادي والنقدي للتعامل ببطاقات الائتمان ، المصارف العربية ، المجلد الخامس ، العدد الرابع .
٥. معلا ناجي ، ١٩٩٧ ، إدراك مندوبي البيع لمتطلبات النجاح لأداء مهنتهم ، دراسة ميدانية في شركات التأمين في الأردن ، مجلة دراسات العلوم الادارية ، المجلد ٢٤ ، العدد ٢ .
٦. معلا ناجي ، ١٩٩٤ ، الأصول العلمية والعملية للبيع الشخصي ، (مدخل الى الاحتراف في البيع) الطبعة الاولى .

ب- المصادر الأجنبية:

7. Diamond , jay, & Gerald pinal . 1985 . Principles of Selling . Englewood cliffs , N.J.,Prentice- Hall , Inc
8. Levine, Berenson .2001 , Basic Business Statistics : Concept and Application , Prenstic Hall ,USA .
9. Decision ,D.J.1985,Marketing: Concepts , Strategies,& Decision , Englewood Cliffs . New Jersey : Prentice- Hall , Inc .
10. Rule (B.Games) ,1973: Private Lives and Public Surveillance Hance – Stocken Books , Inc . N.Y.P.224

الملاحق:

ملحق رقم (١) الاستبيان

ملحق رقم (٢) مجموعة المتطلبات والمهارات الأساسية المتعلقة ببيع البطاقات الائتمانية

ملحق رقم (١) الاستبيان

القسم الأول :

يرجى وضع إشارة X في مربع الإجابة التي تنطبق

<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>	ذكر	الجنس :
<input type="checkbox"/>	من ٣١ - ٤٠ سنة	<input type="checkbox"/>	من ٢٠ - ٣٠ سنة	العمر :
<input type="checkbox"/>	٥٠ سنة فأكثر	<input type="checkbox"/>	من ٤١ - ٥٠ سنة	
<input type="checkbox"/>	ثانوية عامة	<input type="checkbox"/>	أقل من ثانوية عامة	المستوى التعليمي :
<input type="checkbox"/>	بكالوريوس	<input type="checkbox"/>	دبلوم كلية مجتمع	
<input type="checkbox"/>	أخرى	<input type="checkbox"/>	دراسات عليا	
<input type="checkbox"/>	تخصصات ادبية	<input type="checkbox"/>	تخصصات تجارية	التخصص العلمي :
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	تخصصات علمية	
<input type="checkbox"/>	من سنتين - ٤ سنوات	<input type="checkbox"/>	اقل من سنتين	عدد سنوات الخبرة :
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	٤ سنوات فأكثر	
عدد البرامج التدريبية التي حضرتها بخصوص البطاقات الائتمانية				
<input type="checkbox"/>	برنامج واحد	<input type="checkbox"/>	لا شيء	
<input type="checkbox"/>	ثلاثة برامج	<input type="checkbox"/>	برنامجان	
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	اكثر من ذلك	

القسم الثاني :

الأسئلة المرتبطة بقياس المتغير المستقل وهو ادراك موظفي البنوك للمهارات والمتطلبات الأساسية في بيع البطاقات الائتمانية.

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق
١	يتطلب عملي درجة من الصبر والمثابرة والقدرة على ضبط النفس					
٢	إن فشلي في المحاولات الأولى للبيع لا يثنيني عن مواصلة المحاولة					
٣	يتطلب عملي اللباقة في التعامل مع العملاء					
٤	يتطلب عملي درجة عالية من الاخلاص والالتزام نحو المؤسسة التي اعلم لديها					
٥	يتطلب عملي القدرة على التأثير على العملاء واقناعهم					
٦	يتطلب عملي الاهتمام بملابسي وهندامى					
٧	يتطلب عملي مستويات عالية من الجدية والحماس					
٨	إن عملي يحتاج الى قدر كبير من التخطيط والبرمجة					
٩	أحاول إنهاء عملي اليومي قبل مغادرتي العمل					
١٠	إن الوقت والمال وجهان لعملة واحدة					
١١	غالباً لا اتأخر عن مقابلة العملاء في المواعيد المحددة معهم مسبقاً					
١٢	إن كثرة الاعتراضات التي يثيرها العميل تقودني إلى وقف التعامل معه					
١٣	ان كسب ثقة العميل المرتقب يعتبر عاملا اساسيا في نجاح العملية البيعية					
١٤	يتطلب عملي التكيف مع نوعيات العملاء المختلفة					
١٥	أحاول دائماً إن يكون مظهري وتصرفاتي وردود افعالي ضمن العادات والتقاليد السائدة					
١٦	يتطلب عملي المعرفة التامة والتفصيلية بمضمون الخدمة التي أقدمها					
١٧	أقوم دائماً بنقل مقترحات وراء العملاء لادارة البنك					
١٨	اعمل قصارى جهدي لتلبية كل ما يحتاجه العميل من خدمات					

الرقم	العبرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
١٩	اعمل دائما على اختيار الكلمات المناسبة واستخدام نبرة الصوت المناسبة عندما اتحدث مع العميل					
٢٠	ان الموظف الناجح يجب ان يحرص على استمرار العلاقة مع العميل المرتقب					
٢١	ان نجاح عملي يتطلب تقديم الاجابات الدقيقة عن استفسارات العملاء					
٢٢	يتطلب عملي القيام بزيارات دائمة للعملاء والاستماع لآرائهم بعد البيع					
٢٣	يتطلب عملي تحديد العملاء المستهدفين وتصنيفهم وتقديم الخدمة المناسبة لكل منهم					
٢٤	تعتبر سرعة تقديم الخدمة احدى مقومات نجاح عملي					

ملحق رقم (٢)

← العوامل الشخصية

وتتضمن الصفات الشخصية والجسمانية والاستعدادات النفسية والسلوكية التي تتوفر في شخصية الموظف ويستلزمها الأداء الناجح في البيع وتتضمن :

- الصبر والثابرة والقدرة على ضبط النفس .
- العزم والتصميم .
- اللباقة .
- الحماس والجدية .
- الإخلاص والالتزام .
- الجاذبية وحسن الهندام .

← المتطلبات المهنية

وهي المتطلبات التي ترتبط بالأداء المهني كالأسلوب والمنهجية المتبعة في إنجاز العمل وهي :

- القدرة على الاتصال الأقناعي .
- القدرة على التخطيط وبرمجة العمل .
- احترام الوقت والتقيد بالمواعيد .
- القدرة على معالجة الاعتراضات التي يثيرها العميل .

← صفات اجتماعية

- القدرة على التعامل مع الآخرين وكسب ثقتهم .
- ضرورة التقيد بالعادات والتقاليد الإجتماعية السائدة .

← المعرفة بقواعد أصول تسويق البطاقات الائتمانية

- المعرفة التفصيلية بمضمون الخدمة .
- تقبل المقترحات من العميل ونقلها للإدارة .
- القدرة على تخمين احتياجات العميل والعمل على تلبيتها .
- القدرة على النقاش مع العميل (اختيار الكلمات المناسبة ، ونبرة الصوت المستخدمة ، العمل على تحديد موعد آخر باستمرار لمواصلة الاتصال) .
- الإجابة الدقيقة على استفسارات العملاء .
- سرعة تقديم البطاقة .
- القيام بزيارات دائمة للعملاء والاستماع لأرائهم بعد البيع .
- تحديد العملاء المستهدفين وتجزئتهم وتصنيفهم بناء على المعايير المستخدمة في البنك