

ازدادت أهمية التسويق المصرفي في ظل المنافسة القوية بعد دخول عدد من المصارف الجنبية برأوس اموال ضخمة في السوق المصرافية في السودان بهدف هذا البحث الى ابراز الدور الكبير الذي يلعبه التسويق المصرفي في تطوير الخدمات المصرافية وكذلك دوره في تحقيق اهداف المصارف والوصول الى السلوب العلمي المثل والنجاح للتسويق المصرفي وتم بناء البحث عدد وجود علقة ذات دللة احصائية بين مطابقة مستوى واسلوب وسعر الخدمة ودرجة الرضا عن الخدمة وجود علقة ذات دللة احصائية بين موقع الفرع الخدمات المصرافية وجودتها ورضا الزبون والفصل الثاني تناول دراسة تطبيقية علي بنك التنمية التعاوني السلمي مع تحليل المستبيان والخاتمة والتنتائج واستخدم المنهج التاريخي من اجل تكوين الجانب النظري ومنهج دراسة الحالة ومنهج المسح الميداني المفاضلة بين بنك وأخر حيث تتشابه عروض جميع البنوك تقريباً في كافة انفسهم وكذلك تم التواصل الي ان الساس لتحقيق النجاح والنمو التي بين العملء بالبنك .