

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