

### Gestão do Marketing Bancário

#### **Objetivos Gerais:**

Este curso tem como objetivo dotar os participantes das competências necessárias à atividade de Marketing na atividade bancária.

#### **Objetivos Específicos:**

No final deste Curso os participantes saberão:

- Entender o Marketing no sector bancário;
- Desenvolver e lançar novos produtos/serviços bancários;
- Gerir Carteiras de Clientes;
- Gerir Canais de distribuição;
- Elaborar Plano de Marketing Estratégico.

#### **Destinatários:**

Este Curso destina-se a todos os profissionais com interesse e responsabilidades ao nível do Marketing na atividade bancária.

#### **Carga Horária:**

18 horas

#### **Conteúdo Programático:**

##### **Módulo I – Introdução ao Marketing no Sector Bancário**

##### **Módulo II – A Análise de Mercado**

- Análise Quantitativa;
- Análise Qualitativa;
- Os Estudos de Mercado;
- Análise de Concorrência.

##### **Módulo III –A Segmentação**

- As características do segmento-alvo;
- As necessidades do segmento-alvo.

##### **Módulo IV – O Posicionamento Competitivo de um Banco**

- Definição da estratégia de Marketing;
- A política de produto/serviço;

- Definição do Core Service e elementos suplementares;
- A diferenciação como opção estratégica;
- A política de distribuição;
- A política de preço;
- A análise, o planeamento e o controlo.

### **Módulo V - Desenvolvimento e Lançamento de Novos Produtos/Serviços Bancários**

- Da procura de ideias de novos produtos à concretização;
- Desenvolvimento do conceito de produto;
- Desenvolvimento do marketing-mix do novo produto;
- Análise Económica;
- Lançamento e promoção do produto;
- Previsão da rentabilidade do novo produto;
- Acompanhamento e controlo de qualidade.

### **Módulo VI – Gestão da Carteira de Clientes**

- Gestão do relacionamento com os Clientes;
- A perceção da qualidade pelos Clientes;
- Adaptação dos produtos/serviços a Clientes;
- Os sistemas de informação: CRM e Database;
- A rentabilidade dos Clientes;
- A recuperação de Clientes.

### **Módulo VII – A Análise Dinâmica do Desempenho**

- A integração do Marketing, das Operações e dos Recursos Humanos;
- Como gerir e envolver a equipa comercial.

### **Módulo VIII – Gestão dos Canais de Distribuição**

- Planear a atividade da rede;
- Como avaliar a rentabilidade e produtividade das agências;
- O e-Marketing Bancário.

### **Módulo IX – O Plano de Marketing Estratégico**

- As etapas da implementação do Plano de Marketing
- A avaliação e Controlo