

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.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Carga Horária

18 horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

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 rendibilidade 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;

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.