

MARKETING EN ENTIDADES FINANCIERAS

CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING FINANCIERO
 - 1.1. Las 5 Pes del marketing financiero.
 - 1.2. Estructura y medios de Marketing.
 - 1.3. Diferencia entre marketing y venta.
2. LA ENTIDAD FINANCIERA Y SU ENTORNO
 - 2.1. Conocimiento del Entorno competitivo a través de la Investigación de mercado.
 - 2.2. Innovación.
 - 2.3. Impacto tecnológico.
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE DE LA ENTIDAD FINANCIERA
 - 3.1. Conocimiento del Cliente a través de la Investigación de mercado.
 - 3.1.1. Análisis Cuantitativo y Cualitativo.
 - 3.1.2. Metodologías.
 - 3.2. Tipología de clientelas.
 - 3.3. Segmentación del mercado.
 - 3.4. Posicionamiento de la entidad.
 - 3.5. Captación y fidelización de clientes.
4. OFERTA FINANCIERA
 - 4.1. El producto y la oferta financiera.
 - 4.1.1. Clasificación de productos y servicios.
 - 4.1.2. Innovación.
 - 4.1.3. Calidad en el servicio.
 - 4.2. El precio de la oferta financiera.
 - 4.2.1. El Precio como elemento diferenciador.
 - 4.2.2. Estrategias de precio.
 - 4.3. La distribución de la oferta financiera.
 - 4.3.1. Tipología de canales de distribución.
 - 4.3.2. Estrategias de distribución.
 - 4.3.3. El papel de la sucursal en la estrategia de distribución.
 - 4.4. La venta de los servicios financieros.
 - 4.4.1. Comunicación con el cliente.
 - 4.4.2. Personalización.
 - 4.4.3. Medios de apoyo.
 - 4.4.4. Técnicas de venta.
 - 4.5. La comunicación de la entidad financiera.
 - 4.5.1. Instrumentos de comunicación financiera.
 - 4.5.2. Publicidad Financiera.
 - 4.5.3. Riesgo reputacional.
 - 4.5.4. Desarrollo de acciones promocionales.