

# MARKETING BANCARIO Y DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_

**PROGRAMA AVANZADO – 40 h.**

**FORMATO: Presencial**

**ÁREA: Marketing**

## OBJETIVOS

- » Este curso aborda, de una forma eminentemente práctica, las diferentes estrategias de marketing estratégico y relacional que están implantando los bancos y entidades financieras en la actualidad, encaminadas a facilitar la consecución de los retos indicados con anterioridad:
  - » Se explican y analizan los productos y servicios financieros desde el punto de vista de los hábitos y comportamiento de los diferentes segmentos de clientes e inversores y los factores que ponderan en la elección del banco/entidad, producto/servicio.
  - » Desarrolla diferentes herramientas de marketing y estrategias de gestión de clientes para captar, retener y fidelizar a los clientes.
  - » Explora los modelos de gestión de oficina bancaria y de otras redes y soportes de distribución, orientados a mejorar la productividad commercial.
  - » Evalúa las distintas estrategias que aplican bancos y entidades financieras en la actualidad para conseguir ventajas competitivas y una clara diferenciación.
  - » Introduce también a conceptos como cultura y organización, gestión del talento, innovación y tecnología, gestión de calidad total, ética y regulación, etc. que se han convertido en aliados inseparables del marketing y de la estrategia de posicionamiento de bancos y entidades.

## PROGRAMA - FASES

- » Entorno competitivo y posicionamiento de los principales bancos locales e internacionales.
- » Introducción al marketing bancario y necesidades de evolución en el nuevo entorno global.
  - » Características de los productos y servicios bancarios
- » Marketing y planificación estratégica en el sector bancario.
- » La orientación al cliente y el comportamiento del consumidor de los servicios financieros.
- » Los instrumentos básicos del marketing para formular estrategias en el sector bancario.
  - » Estrategia de precios
  - » Estrategia de producto
  - » Estrategia de distribución
  - » Estrategia de marca y comunicación

## METODOLOGÍA

### **PRESENCIAL:**

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

*\*Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*

# MARKETING BANCARIO Y DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

PROGRAMA AVANZADO – 40 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Marketing

**GLOBAL\_**  
**THINKING**  
GLOBAL LEADERS\_



## A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Directivos y profesionales de marketing de empresas de consumo y/o sector industrial, que quieran orientar sus conocimientos hacia la banca y los servicios financieros. Responsables y profesionales de marketing, planificación estratégica, desarrollo de negocio, gestores de inversión, gestores de banca privada, directores de oficinas o similares con experiencia en entidades financieras:
  - » Bancos, cajas de ahorro y cajas rurales.
  - » Sociedades y agencias de valores.
  - » Gestoras de fondos de inversión y fondos de pensiones.
  - » Compañías de seguros, entidades de capital riesgo, etc.

*\*Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*