

Abordagem Fundamental ao Marketing Bancário

Objetivos Gerais:

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir e robustecer conhecimentos relativos ao marketing em geral e ao marketing na indústria bancária em particular.

Objetivos Específicos:

No final do curso os formandos ficarão aptos:

- Definir estratégia marketing bancária;
- Definir marketing de produto;
- Definir marketing relacional;
- Definir marketing digital;
- Definir marketing de marca.

Destinatários:

Este curso destina-se a todos os profissionais que necessitem de conhecer e aplicar conceitos fundamentais do marketing em todas as suas vertentes.

Carga Horária:

18 horas

Conteúdo Programático:

Módulo I – O Aparecimento e Evolução do Marketing

- Origens do marketing;
- Definição de marketing;
- Evolução do marketing.

Módulo II – Marketing de Produto

- Definição;
- Destaque competitivo;
- Estágios de desenvolvimento;
- Marketing mix.

Módulo III – Fidelização de Clientes

- Definição;
- CLV Customer lifetime value;
- Importância da fidelização.

Módulo IV – Marketing Digital

- Definição;
- Estratégias para o marketing digital;
- As oportunidades oferecidas pelo marketing digital.

Módulo V – Marketing Relacional

- A emergência do marketing relacional;
- Consequências e aspetos comportamentais e de atitude;
- CRM Customer relationship management;
- Marketing relacional aplicado à Banca.

Módulo VI– Marketing e Marca

- Definição de marca;
- Definição de marketing de marca;
- Medição de marca;
- Marketing e branding.