



Τραπεζικό Μάρκετινγκ στη Πράξη (βασικό πρόγραμμα)

Η γνώση του Τραπεζικού Μάρκετινγκ αποτελεί το συνδεδετικό κρίκο μεταξύ του πελάτη και του στελέχους της Τράπεζας.

Φέρνει, δηλαδή, πιο κοντά τους πελάτες και τους πωλητές, τους συνδέει και κλείνει τα μεταξύ τους κενά, με αποτέλεσμα να προκύπτει, όφελος και για τις δύο πλευρές. Οι σημερινοί πελάτες των τραπεζών είναι, γενικά, καλύτερα ενημερωμένοι απ' ότι ήταν στο παρελθόν και συνηθίζουν να ζητούν πληροφορίες πριν προβούν στις χρηματοοικονομικές επιλογές. Όσα περισσότερα χρήματα πρόκειται να αποταμιεύσει, να επενδύσει ή να δανειστεί ο πελάτης τόσο περισσότερο θα επιζητήσει να πληροφορηθεί, ώστε να μειώσει τον κίνδυνο μιας λανθασμένης επιλογής. Στη διαδικασία της συγκέντρωσης πληροφοριών και της απόφασης αγοράς, ο πελάτης ίσως υποβάλει ερωτήσεις ή φέρει αντιρρήσεις. Το στέλεχος Μάρκετινγκ της τράπεζας όχι μόνο πρέπει να αναμένει αυτές τις ερωτήσεις αλλά θα πρέπει και να τις υποδέχεται ως ευκαιρία, που θα του επιτρέψει να εξηγήσει τις ιδιότητες του προϊόντος πιο εμπειριστατωμένα και να αποσαφηνίσει τυχόν αμφιβολίες του πελάτη. Στο πρόγραμμα αυτό οι συμμετέχοντες θα γνωρίσουν τις βασικές αρχές του Μάρκετινγκ, το Μείγμα Μάρκετινγκ, την διαδικασία σχεδιασμού για την ανάπτυξη των εργασιών του τραπεζικού Καταστήματος και τις απαιτούμενες τεχνικές για την υλοποίηση αυτού του σχεδιασμού στο γκισέ..

Κοινό

Στελέχη **μονάδων «πρώτης γραμμής»** Νέοι υπάλληλοι Καταστημάτων και μονάδων των κεντρικών υπηρεσιών , Υπεύθυνοι προϊόντων, Προϊστάμενοι Υπηρεσιών Δικτύου που επιθυμούν να παρακολουθήσουν ένα σύντομο, πρακτικό και χρήσιμο σεμινάριο με θέμα τις βασικές αρχές του Τραπεζικού Μάρκετινγκ και πρακτικών τεχνικών που διευκολύνουν τη καθημερινή άσκηση των καθηκόντων τους.

Διάρκεια

3 ημέρες

Μεθοδολογία

Το σεμινάριο έχει στόχο να συμβάλει στην μετάδοση γνώσεων στους συμμετέχοντες αφενός με την απόκτηση θεωρητικής κατάρτισης για τη τραπεζική επαγγελματική εξυπηρέτηση και συμπεριφορά σε συνδυασμό αφετέρου με την καθημερινή πρακτική των ιδιαίτερων τεχνικών που απαιτούνται για την επίτευξη της μέσα από παραδείγματα, ασκήσεις και παρακολούθηση ταινιών. Μετά το πέρας του προγράμματος οι συμμετέχοντες θα μπορούν να μεταφέρουν επιτυχώς τις αποκτηθείσες γνώσεις και ευπειρίες





Εισηγητής

Δημήτρης Παυλάκης

Ανώτερο Τραπεζικό Στέλεχος, σε διάφορες διευθυντικές θέσεις, τ. Μεσολαβητής Τραπεζικών Επενδυτικών Υπηρεσιών, Συνήγορος του Πελάτη του ομίλου της ΕΤΕ, Διευθυντής Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, Διευθυντής Εναλλακτικών Δικτύων, Διευθυντής Καταναλωτικής Πίστης, Διευθυντής Μάρκετινγκ Καρτών κ.α. Έμπειρος Εισηγητής με πολλές ώρες διδασκαλίας στην Ελλάδα και τη Κύπρο και συγγραφέας πολλών δημοσιευμάτων και βιβλίων σχετικών με το Τραπεζικό Μάρκετινγκ στη Πράξη, τη διαμεσολάβηση τραπεζικών υπηρεσιών, τη τέχνη της Διαπραγμάτευσης, την ανάπτυξη των πωλήσεων και την εξυπηρέτηση πελατών.

Θέματα για ανάπτυξη

- Βασικές έννοιες Μάρκετινγκ
- ο ρόλος το στελέχους σε μια τράπεζα
- Τα στοιχεία του Μείγματος Μάρκετινγκ σε μια Τράπεζα
- Τιμολόγηση τραπεζικών υπηρεσιών
- ανάπτυξη νέων τραπεζικών προϊόντων
- Κανάλια διάθεσης τραπεζικών υπηρεσιών
- Η αναγνώριση του τύπου και των αναγκών του πελάτη
- τι εμποδίζει και τι διευκολύνει την επικοινωνία με τον πελάτη
- προφορική, γραπτή, τηλεφωνική επικοινωνία
- Η γλώσσα του σώματος
- Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ Ολικής Ποιότητας
- Το Μείγμα Μάρκετινγκ στο ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ του Καταστήματος
- Η ανάλυση του Ανταγωνισμού
- Η κατάρτιση του S.W.O.T analysis
- Η εστίαση στον πελάτη
- Ο ρόλος το στελέχους σε μια τράπεζα ολικής ποιότητας
- Τα στοιχεία της ικανοποίησης του πελάτη
- Στοιχεία ποιοτικής εξυπηρέτησης
- Η συμπεριφορά προς τον πελάτη
- Τηλεφωνική συμπεριφορά
- Η αντιμετώπιση των παραπόνων του πελάτη