



LE MARKETING DES BANQUES ET ASSURANCES

Bâtir et déployer une stratégie marketing différenciée

Les attentes et comportements d'achat des clients évoluent. Anticiper et répondre de façon personnalisée et innovante permet de développer un avantage concurrentiel distinctif.

FORMATIONS COURTES

INITIATION

Ref. : C19MKBANK

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1360
€ HT

Repas inclus

OBJECTIFS

- Comprendre les spécificités du marketing de la banque/assurance.
- Analyser le comportement du client pour définir des prestations adaptées.
- Concevoir et mettre en œuvre un mix marketing et des plans d'action « spécifiques ».

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Chefs de produits et marketeurs banque / assurance.

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Mettre en œuvre des outils propres au marketing des banques et assurances.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Communauté d'apprenants
E-quiz amont
Modules vidéos
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Le marketing des banques et assurances

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation
- Que doit-on savoir sur le consommateur ?
- Qu'est-ce qu'un marketing mix ?

Comprendre les spécificités du marketing bancaire

- L'environnement et les stratégies bancaires.
- Les évolutions technologiques et la relation clientèle.
- Le métier de chef de produits dans la banque / assurance.

S'approprier les fondamentaux du marketing des services

- Les spécificités et les caractéristiques.
- Le concept de servuction.
- Une offre immatérielle.
- Une relation dans la durée.
- Un partage de la fabrication entre client et prestataire.
- La qualité : contrepartie légitime et indispensable de la facturation des produits / services.
- Les nouvelles attentes des clients.
- Le comportement d'achat du client banque / assurance.

Bâtir son positionnement





- La définition, le rôle et les mécanismes.
- Les outils : CAB, la grille de positionnement services, l'utilisation en logique d'assemblage.

Élaborer le mix marketing banque / assurance

- Le mix offre :
 - l'analyse de la demande, la détermination des clientèles recherchées, le développement des offres et la fidélisation.
- Le mix prix : la tarification des prestations.
- Le mix distribution :
 - stratégies multicanales, choix des canaux et outils de CRM,
 - le plan d'action commercial et la mise en marché.
- Le mix communication : les marques et la communication client.
- Le nouveau mix marketing lié à la transformation digitale : 4C, 4E, 4D.

INTERVENANTS

Consultant-formateur expert en marketing.

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

