Gestión comercial de productos y servicios financieros y los canales complementarios

Área: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN
Modalidad: Teleformación
Duración: 50 h
Precio: 25.00€

Curso Bonificable
Contactar
Recomendar
Matricularme

CÓDIGO

UF0526

CONTENIDOS

1. Marketing financiero y relacional.

####

1.1. Marketing financiero:

####

1.1.1. Elementos.

####

1.1.2. Principios.

####

1.1.3. Características.

####

1.1.4. Aspectos a analizar en un plan de marketing.

####

1.1.5. Ventajas de un plan de marketing.

####

1.1.6. Fases de un plan de marketing.

####

1.1.7. Estructura de un plan de marketing.

####

1.1.8. Elaboradores del plan de marketing.

####

1.2. Análisis del cliente.

####

1.2.1. Fuentes de información.

####

1.3. La segmentación de clientes.

####

1.3.1. Fines de la segmentación.

####

1.3.2. Clasificación de los clientes.

####

1.3.3. Beneficios de la segmentación.

####

1.3.4. Fases del proceso de segmentación.

####

1.3.5. Criterios de segmentación.

####

1.4. Fidelización de clientes.

####

1.4.1. Elementos.

####

1.4.2. Factores.

####

1.4.3. Estrategias.

####

1.4.4. Técnicas de fidelización.

####

1.4.5. Plan de fidelización.

####

1.4.6. Herramientas de gestión de relación con clientes-CRM.

####

1.5. Análisis de la gestión de la calidad de los servicios financieros.

####

1.5.1. Factores.

####

2. Comercialización de productos y servicios financieros.

####

2.1. El comercial de las entidades financieras:

####

2.1.1. Características.

####

2.1.2. Funciones.

####

2.1.3. Cualidades.

####

2.1.4. El modelo de actuación.

####

2.2. Técnicas básicas de comercialización:

####

2.2.1. La venta cruzada.

####

2.2.2. La detección de nichos de mercado.

####

2.2.3. Las ofertas comerciales.

####

2.3. La atención al cliente.

####

2.3.1. Principios.

####

2.3.2. Objetivos.

####

2.3.3. La actitud de servicio ante el cliente.

####

2.3.4. La atención telefónica.

####

2.3.5. Técnicas de presentación del producto.

####

2.3.6. Tratamiento de consultas: mensajes y actitudes.

####

2.4. Protección a la clientela.

####

2.4.1. Transparencia de las operaciones.

####

2.4.2. Derechos del cliente.

####

3. Canales alternativos de comercialización de productos y servicios bancarios.

####

3.1. Intranet y extranet.

####

3.1.1. Descripción.

####

3.2. La Banca telefónica.

####

3.2.1. Características.

####

3.2.2. Funcionamiento.

####

3.2.3. Tipos de operaciones.

####

3.3. La Banca por internet.

####

3.3.1. Funcionalidad.

####

3.3.2. Ventajas e inconvenientes.

####

3.4. La Banca electrónica.

####

3.4.1. Características.

####

3.4.2. Funcionalidad.

####

3.5. Televisión interactiva.

####

3.5.1. Características.

####

3.5.2. Ventajas.

####

3.6. El ticketing.

####

3.6.1. Características.

####

3.6.2. Ventajas.

####

3.7. Puestos de autoservicio.

####

3.7.1. Características.

####

3.7.2. Tipos.

####

3.7.3. Ventajas.

####

3.7.4. Funcionalidad.

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de

estudio que estime más oportuno.

- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados.
  No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.