

GESTIÓN COMERCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y LOS CANALES COMPLEMENTARIOS

Modalidad: curso e-Learning Duración: 50 horas

Categorías: Administración y gestión

OBJETIVOS

Aplicar técnicas de gestión de las relaciones con los clientes de entidades financieras a través de las herramientas informáticas específicas. Aplicar las técnicas adecuadas al asesoramiento y contratación de productos y servicios financieros a través de los diferentes canales de comercialización. Analizar las características y usos de los canales alternativos de acceso a las entidades financieras.

CONTENIDOS

UD1. Marketing financiero y relacional. 1.1. Marketing financiero. 1.2. Análisis del cliente. 1.3. La segmentación de clientes. 1.4. Fidelización de clientes. 1.5. Análisis de la gestión de la calidad de los servicios financieros. UD2. Comercialización de productos y servicios financieros. 2.1. El comercial de las entidades financieras. 2.2. Técnicas básicas de comercialización. 2.3. La atención al cliente. 2.4. Protección a la clientela. UD3. Canales alternativos de comercialización de productos y servicios bancarios. 3.1. Intranet y extranet. 3.2. La Banca telefónica. 3.3. La Banca por internet. 3.4. La Banca electrónica. 3.5. Televisión interactiva. 3.6. El ticketing. 3.7. Puestos de autoservicio.

