

## «Σχεδιασμός Μάρκετινγκ (ΣΜ) Τραπεζικής Μονάδας»

### Περιγραφή Σεμιναρίου

#### Ενότητα 1 (Εισαγωγή στο Τραπεζικό Μάρκετινγκ)

Το οικονομικό περιβάλλον της αγοράς και οι προοπτικές της ενσωμάτωσης του Digital Banking στην επίτευξη των στόχων μιας τραπεζικής μονάδας. Η έρευνα, τα κριτήρια και οι τρόποι τεμαχισμού της αγοράς (segmentation) που απευθύνεται μια Τράπεζα. Η επιλογή των κατάλληλων τμημάτων της αγοράς και η σωστή τοποθέτηση των τραπεζικών υπηρεσιών (Positioning). Το μείγμα Μάρκετινγκ και η ένταξη του σε μια σύγχρονη Τράπεζα. Η ανάπτυξη νέων προϊόντων και η επανατοποθέτηση υφιστάμενων, e-banking, παραδοσιακά και νέα κανάλια διανομής. Συστήματα Τιμολογιακής πολιτικής και επιλογή κατάλληλων μεθόδων προώθησης τραπεζικών προϊόντων.

#### Ενότητα 2 (Διοίκηση Ολικής Ποιότητας και Διαχείριση Αλλαγών)

Η εφαρμογή του Marketing Concept στον σχεδιασμό, την οργάνωση και λειτουργία των τραπεζικών μονάδων. Η μετατροπή της φιλοσοφίας στη λειτουργία του Τραπεζικού Καταστήματος με στόχο τον πελάτη. Σύσταση και εφαρμογή προτύπων ποιότητας με τη δημιουργία ευέλικτων συστημάτων διοίκησης. Καθορισμός κριτηρίων και συστήματος διαχείρισης πληροφοριών. Μετάβαση στην νέα επιχειρησιακή κουλτούρα. Το μοντέλο των 3 βημάτων μετάβασης στο νέο μοντέλο διοίκησης για την εφαρμογή του ΣΜ (UnFreezing-Moving-Refreezing). (Case Study Τραπεζικής Μονάδας)

#### Ενότητα 3 (Ηγεσία και Ομάδα υλοποίησης ΣΜ)

Η νέα εταιρική κουλτούρα και η κατανόηση της σημασίας της ηγεσίας της ομάδας των στελεχών που θα αναλάβουν την εφαρμογή των στόχων του ΣΜ. Το στέλεχος η ομάδα και ο τρόπος άσκησης της ηγεσίας. Η διαφορά του Ηγέτη από τον Διαχειριστή. Τρόποι διοίκησης βάσει του μοντέλου Blake & Mouton. Ατομική άσκηση αυτό- αξιολόγησης τρόπου άσκησης εξουσίας στην ομάδα και ομαδική άσκηση αναγνώρισης τύπου ηγεσίας με χρήση video.

#### Ενότητα 4 (Λήψη αποφάσεων ομάδας που θα αναλάβει την υλοποίηση του ΣΜ)

Κατάρτιση και προετοιμασία της ομάδας που θα εφαρμόσει το ΣΜ του Καταστήματος. Τα βήματα σχηματισμού αναμόρφωσης ομαλοποίησης και ανάπτυξης της ομάδας. Η λήψη των αποφάσεων και η σημασία της ηγεσίας. Η απόφαση της ομάδας σε καταστάσεις πίεσης και έντασης για την αποφυγή συγκρούσεων. και εξεύρεση φιλικής λύσης με τη χρήση της δημιουργικής πλάγιας σκέψης του Edward de Bono Ομαδική άσκηση με τη χρήση των 6 καπέλων σκέψης (6 thinking hats). Άσκηση σε ομάδες με την χρήση της πλάγιας σκέψης στην ανάπτυξη του Digital Banking στο δίκτυο των Καταστημάτων.

#### Ενότητα 5 (Σχεδιασμός Μάρκετινγκ Τραπεζικού Καταστήματος)

Η διαδικασία κατάρτισης ΣΜ ενός τραπεζικού Καταστήματος. Έρευνα Μάρκετινγκ - Μέθοδοι συλλογής στοιχείων, επεξεργασία και ανάλυση στοιχείων (έρευνα εσωτερική ανάλυσης- ανταγωνισμού-πελατείας). Ανάλυση των προσφερόμενων υπηρεσιών και στόχευση συγκεκριμένων πελατών. Εμπορική πολιτική (Merchandizing). Κατάρτιση Στρατηγικού Σχεδιασμού - SWOT Analysis & Strategy Συγκεκριμένες τακτικές μάρκετινγκ για την επίτευξη των στόχων βάσει χρονοδιαγράμματος. Η σημασία του ελέγχου απόδοσης του Σχεδίου Μάρκετινγκ, και της αναπροσαρμογής του με εναλλακτικές στρατηγικές (Plan B). Εφαρμογή συστήματος μέτρησης αποτελεσμάτων μέσω Key performance indicators. Άσκηση ομαδική στην δημιουργία στρατηγικού σχεδίου Μάρκετινγκ (ΣΜ) και διανομή υλικού για συμπλήρωση του

οικείου ΣΜ στο χώρο εργασίας με πραγματικά δεδομένα. Άσκηση ομάδων σε Strategy simulation game με χρήση υπολογιστών (Segmentation/Positioning/Budgeting/) για δημιουργία Profit centers.

### **Ενότητα 6 ( Η τεχνική των διαπραγματεύσεων)**

Η γνώση της διαπραγμάτευσης, τα στάδια και η επιλογή της κατάλληλης διαπραγματευτικής τακτικής στο πλαίσιο εφαρμογής του ΣΜ της τραπεζικής Μονάδας. Η κατανόηση της καλύτερης εναλλακτικής συμφωνίας (BATNA) και της ζώνης επίτευξης συμφωνίας (ZOPA). Η τεχνική ανάπτυξης διαπραγματεύσεων Win-Win και τα οφέλη της. Παρουσιάζονται οι καλύτερες τεχνικές (best practices) με τη χρήση Video. Τα στάδια της διαπραγμάτευσης (η προετοιμασία, η στοχοθέτηση, η συζήτηση, οι προτάσεις, το παζάρι και η επιβεβαίωση της συμφωνίας. Ομαδική άσκηση διαπραγμάτευσης για την επίτευξη μιας win win συμφωνίας (Blue/Red)

### **Ενότητα 7 (Διαχείριση Κρίσεων και Συναισθηματική Νοημοσύνη)**

Προετοιμασία της ομάδας που θα εφαρμόσει το ΣΜ του Καταστήματος σε καταστάσεις πίεσης και έντασης για την αποφυγή συγκρούσεων και επιλογή κατάλληλης στρατηγικής κατά Thomas & Killman Κατανόηση πηγών πρόκλησης stress και αξιοποίηση της συναισθηματικής νοημοσύνης. Πέντε Case study αξιολόγησης κατά David Goleman. Ατομική άσκηση μέτρησης της συναισθηματικής νοημοσύνης και τρόποι βελτίωσης της. Ομαδική Άσκηση επιβίωσης σε εξαιρετικά δύσκολες καταστάσεις με τη χρήση video (Desert Survival situation)

### **Ενότητα 8 (Εφαρμογή ΣΜ στην Πράξη)**

Το σεμινάριο ολοκληρώνεται με την προσομοίωση του BankWars. Ένα βιωματικό «παιχνίδι» προσομοίωσης σε ένα ευρωπαϊκό νησί 200.000 κατοίκων που λειτουργούν 4 τράπεζες με παραγωγικά δεδομένα. Η προσομοίωση διαρκεί 4 περιόδους κατά τις οποίες συμβαίνουν διάφορα κοινωνικοοικονομικά γεγονότα με βάση τα οποία οι παίκτες που διοικούν τις τραπεζικές μονάδες καλούνται να λάβουν αποφάσεις ως ομάδες,

#### **Διάρκεια, σκοπός και μεθοδολογία :**

Η διάρκεια του σεμιναρίου είναι 24 ώρες Σκοπός του σεμιναρίου είναι να γνωστοποιήσει την μέθοδο κατάρτισης και την αποτελεσματική εφαρμογή ενός Σχεδίου Μάρκετινγκ στη Τράπεζα. Να αναπτύξει ομοιογενή εταιρική κουλτούρα στη νέα αντίληψη αντιμετώπισης του πελάτη στην μετάβαση στην ψηφιακή εποχή αλλά και να τους καταρτίσει με γνώσεις και τεχνικές που θα κάνουν την καθημερινότητα της δουλειάς τους αποδοτικότερη και ευκολότερη. Το σεμινάριο επικεντρώνεται σε πρακτικές και παραδείγματα από την τραπεζική εμπειρία. Έχει εργαστηριακό χαρακτήρα **έως και 20** το πολύ συμμετεχόντων. Στους συμμετέχοντες αφού διδαχθεί η βασική θεωρία με τη βοήθεια πολυμέσων, θα τους υποδειχθούν οι καλύτερες πρακτικές με τη βοήθεια πραγματικών και εικονικών σεναρίων και θα τους δοθούν αναλυτικές σημειώσεις.